



## RESUMEN

En el “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**”, se pudo determinar la viabilidad que tiene este proyecto; para ello, se dividió el estudio de la siguiente manera:

Se establecieron las principales características y ventajas turísticas del cantón Morona y de la zona donde se va ubicar el centro; se realizó una investigación de mercado para poder establecer las necesidades de los futuros clientes.

Una vez fijado el mercado objetivo, se procedió a realizar un estudio técnico en el que se determina los aspectos de la empresa como son los datos generales de la obra, distribuciones y descripción de las áreas del centro, estableciendo el presupuesto de las obras a ejecutarse; además, se detalló los servicios que se ofrecerán.

Posteriormente, se realizó un estudio de la estructura organizacional, jurídica y legal que tendrá el proyecto, para su puesta en marcha.

Finalmente, se analizó la viabilidad financiera, en la que se proyectó la inversión, el financiamiento, los costos y gastos, la demanda proyectada y el flujo de caja con el que se pudo establecer los parámetros de rentabilidad del proyecto.

### **Palabras Claves:**

1. Proyecto.
2. Estudio de Factibilidad.
3. Estudio de Mercado.
4. Estudio Técnico.
5. Estructura Organizacional.
6. Evaluación Financiera y Económica.
7. Empresa de Servicios.
8. Inversión.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

#### CAPÍTULO I

##### 1. ANTECEDENTES Y COMPONENTES.

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Componentes Teóricos

#### CAPÍTULO II

##### 2. ESTUDIO DE MERCADO.

- 2.1. Análisis Situacional de Mercado
  - 2.1.1. Análisis de la Oferta
  - 2.1.2. Análisis de la Demanda
- 2.2. Segmentación de Mercado
  - 2.2.1. Extensión de la Investigación
    - 2.2.1.1. Universo de Estudio
    - 2.2.1.2. Definición de la Muestra
    - 2.2.1.3. Fuentes de Información
    - 2.2.1.4. Elaboración del Cuestionario
    - 2.2.1.5. Recopilación de la Información
    - 2.2.1.6. Ordenamiento, Sistematización, Tabulación e Interpretación de la Información .
    - 2.2.1.7. Elaboración del Informe de la Investigación
- 2.3. Proyección de Mercado

#### CAPÍTULO III

##### 3. ESTUDIO TÉCNICO.

- 3.1. Terreno 4.
- 3.2. Capacidad Instalada
- 3.3. Distribución de Planta
  - 3.3.1. Distribución Espacial del Proyecto (LAYOUT)
    - 3.3.1.1. Layout del Área de Descanso
    - 3.3.1.2. Layout del Área Administrativa
    - 3.3.1.3. Layout del Área Social



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**3.3.1.4.** Layout del Área de Recreación y Juegos

**3.3.1.5.** Layout del Área de Deportes

**3.3.1.6.** Layout del Área Comercial

**3.3.1.7.** Otras Áreas

### **3.4.** Descripción del Servicio

**3.4.1.** Nombre

**3.4.2.** Logo .

**3.4.3.** Eslogan

**3.4.4.** Servicios

**3.4.4.1.** Área de Descanso

**3.4.4.2.** Área Administrativa

**3.4.4.3.** Área Social

**3.4.4.4.** Área de Recreación y Juegos

**3.4.4.5.** Área de Deportes

**3.4.4.6.** Área Comercial

### **3.5.** Equipamiento del Centro de Recreación y Descanso

**3.5.1.** Muebles y Enseres

**3.5.2.** Equipos de Computación

**3.5.3.** Maquinarias y Equipos

### **3.6.** Obras Civiles

**3.6.1.** Cronograma de las Obras a Realizarse

### **3.7.** Localización del Proyecto

**3.7.1.** Vías de Acceso

**3.7.2.** Transporte

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, JURÍDICO Y LEGAL.**

#### **4.1.** Modelo Administrativo

**4.1.1.** Cultura Organizacional

**4.1.1.1.** Misión

**4.1.1.2.** Visión .

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- 4.1.1.3. Objetivos
- 4.1.1.4. Valores Institucionales
- 4.1.2. Recursos Humanos
  - 4.1.2.1. Organigrama General
    - 4.1.2.1.1. Nómina de Personal
    - 4.1.2.1.2. Funciones de Personal
    - 4.1.2.1.3. Capacitación 0.
    - 4.1.2.1.4. Jornada Laboral
- 4.1.3. Aspectos Institucionales y Legales

### CAPÍTULO V

## 5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

- 5.1. Supuestos Financieros
  - 5.1.1. Inversiones
    - 5.1.1.1. Edificaciones 4.
    - 5.1.1.2. Muebles y Enseres
    - 5.1.1.3. Terreno 7.
    - 5.1.1.4. Equipo de Computación
    - 5.1.1.5. Maquinaria y Equipos
    - 5.1.1.6. Constitución e Instalación
    - 5.1.1.7. Instalaciones
    - 5.1.1.8. Capital de Trabajo
- 5.2. Balance General
- 5.3. Financiamiento 2.
- 5.4. Presupuesto de Costos y Gastos
  - 5.4.1. Costos
    - 5.4.1.1. Costos Directos
    - 5.4.1.2. Costos Indirectos
  - 5.4.2. Gastos
    - 5.4.2.1. Suministros de Oficina
    - 5.4.2.2. Mano de Obra

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**5.4.2.3.** Publicidad y Promoción

**5.4.2.4.** Servicios Básicos

**5.4.2.5.** Gastos Administrativos

**5.4.2.6.** Gastos Financieros

**5.4.2.7.** Gastos de Depreciación

**5.4.2.8.** Valor Residual

### **5.5.** Resultados y Situación Financiera

**5.5.1.** Demanda Potencial

**5.5.2.** Proyección del Estado de Resultados

**5.5.3.** Flujo de Caja

### **5.6.** Evaluación Financiera y Económica

**5.6.1.** Cálculo de Indicadores de Rentabilidad

**5.6.1.1.** Punto de Equilibrio

**5.6.1.2.** Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de Capital (TMARC)

**5.6.1.3.** Valor Actual Neto (VAN)

**5.6.1.4.** Tasa Interna de Retorno (TIR)

**5.6.1.5.** Periodo de Recuperación de la Inversión

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

**6.1.** Conclusiones

**6.2.** Recomendaciones

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **DISEÑO DE TESIS**

## **ANEXOS.**

Anexo 1 Encuesta

Anexo 2 Cuadros del Estudio de Mercado

Anexo 3 Cuadro 51 Costos e Ingresos

Anexo 4 Cuadro 57 Sueldo – Salario del Personal

Anexo 5 Cuadros Demanda Potencial

## **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
RECREACIÓN Y DESCANSO EN EL CANTÓN MORONA PROVINCIA DE  
MORONA SANTIAGO, PERÍODO 2010 – 2015.

Tesis Previa a la Obtención del  
Título de Ingeniera Comercial.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA

**DIRECTOR:**

Econ. VICENTE MÉNDEZ

CUENCA - ECUADOR.

2010

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Las ideas y opiniones expuestas en la presente tesis son de responsabilidad absoluta de las autoras.

Diana Asmal Matute.

Gabriela Plasencia Cabrera.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### DEDICATORIA:

La presente tesis dedico a Dios, a una persona muy especial y a quién admiro mucho, mi padre Rafael (+), quienes con su protección espiritual han sido mis guías en la vida, a mi madre Vicky por su sacrificio, quien está en los momentos tristes y alegres brindándome su apoyo, amor y confianza. También, dedico a todos mis hermanos Zoila, Eugenia, Mary, Diego y Galo, de manera especial a Juan, Carlos, Javier y Foyo por ser un modelo de padre a pesar de la distancia que nos separa, a Katy por ser una segunda madre, quien me brinda un gran apoyo, a mis amigas Gaby y Xime, por compartir gratos y tristes momentos que pasamos juntas en la universidad, a mis amig@s y a todas aquellas personas que estuvieron pendientes de la culminación de mi carrera universitaria.

Además, dedico con cariño a mis sobrinos para que esto les sirva de ejemplo, superación y amor a su vida estudiantil.

**DAYANA**

### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





**DEDICATORIA:**

Esta tesis la dedico con todo el amor a mis padres, Gabriel y María por creer en mí y estar a mi lado en los momentos difíciles, a mi hermanita, quien es como mi “hijita”. Que más puedo decir, sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas sirvieron de algo y aquí está el fruto.

Al más especial de todos, a ti Señor por permitirme realizar este sueño, por todo el amor con el que me rodeas. Esta tesis es para ti.

**GABY**



**AGRADECIMIENTO:**

Agradezco a Dios, a mis padres, hermanos, que me dieron la oportunidad de aprovechar cada momento de la vida, donde pude abrir y cumplir cada meta propuesta durante mi vida estudiantil. A todos mis amigos que estuvieron pendientes de la culminación de esta tesis.

Un agradecimiento especial a la Universidad de Cuenca, donde pude obtener una profesión y desarrollar mis conocimientos adquiridos, a la familia Cortés Aguirre, quienes nos ayudaron y apoyaron con la información para esta tesis y a la vez proponer una nueva idea dentro del ámbito turístico, al Econ. Vicente Méndez, quién con sus conocimientos nos dirigió y ayudó a realizar este proyecto.

**DAYANA**

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### AGRADECIMIENTO:

Son muchas las personas a las que me gustaría agradecer:

Principalmente quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de cumplir uno de mis sueños. A mis padres Gabriel y María, gracias por todo el esfuerzo y apoyo que me brindaron en todo momento. Los amo. Thalía, mi hermanita, eres la mejor.

A todas mis amigas y amigos, en especial a Diana, mil gracias por todos los momentos que hemos pasado juntos.

A todos los profesores, no solo de mi carrera, sino de toda la vida, porque de alguna manera forman parte de lo que soy, especialmente al Econ. Vicente Méndez.

Damián A. (mi vidita), que te puedo decir, gracias por estos siete años de conocernos, por los bellos momentos que he pasado contigo y sobre todo el apoyo incondicional en la realización de mi tesis. Te quiero mucho.

A Sonia Aguirre y Carlos Cortez, muchas gracias por todo, creo que no puede haber mejores “cuñados” que ustedes.

**GABY**

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## INTRODUCCIÓN

La idea de crear un Centro de Recreación y Descanso, surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas, tanto locales, nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

Previa a la realización de este proyecto, es necesario llevar a cabo todos los estudios pertinentes, para poder determinar su viabilidad:

En el Capítulo 1, se ha abordado los Antecedentes y Componentes teóricos que respaldan el presente trabajo de investigación.

En el Capítulo 2, se detalla el Estudio de Mercado en el que se desarrolla un análisis situacional de mercado, una segmentación de mercado y finalmente una proyección en la que se determina a los clientes potenciales.

En el Capítulo 3, se considera un Estudio Técnico que implica establecer la localización del proyecto, las obras civiles, la distribución de planta con su respectiva capacidad instalada para realizar el equipamiento adecuado del Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”, permitiendo así, describir los servicios que se ofrecerán.

En el Capítulo 4, continuamos con el Estudio Administrativo, Jurídico y Legal, en el que especificamos que el Centro de Recreación y Descanso será una empresa unipersonal; además, se desarrolló un modelo administrativo con el personal necesario, estableciendo funciones y políticas para cada área.

Por último, en el capítulo 5, el Estudio Financiero y Económico, comprende la elaboración de presupuestos y balances para terminar con la aplicación de los métodos de evaluación financiera para concluir con la factibilidad del presente trabajo.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# CAPÍTULO I

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## ANTECEDENTE Y COMPONENTES

### 1.1. ANTECEDENTES

A través del tiempo, la economía nacional ha ido evolucionando debido a que el Ecuador se ha convertido en uno de los países más atractivos para visitar, porque cuenta con una gran diversidad de flora y fauna en sus cuatro regiones hermosas: Costa, Sierra, Amazonía e Insular; es un país que muestra condiciones particulares en su medio ambiente y sus variados ecosistemas. El relieve y la sorprendente variedad geográfica representados por la gran llanura costera y el Archipiélago de Galápagos hacia el occidente, los bosques húmedos tropicales de la Amazonía hacia el oriente y las cadenas montañosas de Los Andes han configurado escenarios con una altísima diversidad biológica, por eso es considerado como uno de los 17 países con mayor biodiversidad en el mundo.

“En el Ecuador, de acuerdo con cifras preliminares, el ingreso de turistas extranjeros en el primer semestre del 2010, tuvo un incremento de 9,38%, al pasar de 464.588 en los primeros seis meses del año 2009 a 508.170 en similar periodo del 2010. Estas cifras evidencian llegadas importantes de mercados emisores como: Estados Unidos, con 24,01%; Colombia, con 19,81% y Perú, con 14,94%; mientras que otros mercados como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia contribuyen con valores relativos de llegadas al país de 5,28%, 2,17%, 2,13% y 1,70% respectivamente”.<sup>1</sup>

Cabe mencionar, que hoy en día, el turista es un importante consumidor que posee necesidades subjetivas que debe satisfacer, considera que puede obtener más por su dinero, que ya no basta solo obtener un buen servicio, sino se trata de

---

<sup>1</sup><http://andes.info.ec/actualidad/crece-ingreso-de-turistas-en-938-en-el-primer-semester-de-2010-21752>.

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. Publicación: “Ingreso de turistas a Ecuador crece en 9,38% en el primer semestre de 2010”.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

trascender en el mismo a través de un valor agregado y/o servicios extraordinarios; ahora el cliente exige que no solo se le motive con la excelencia del producto sino con el beneficio de los servicios que lo acompañan.

Esta situación ha permitido generar oportunidades de elegir actividades de producción y consumo; por lo cual, nuestro trabajo está enfocado en llevar un estudio de factibilidad relacionado con la creación de una empresa de servicios, que en este caso, será un Centro de Recreación y Descanso, ubicado en la región Amazónica, específicamente en la provincia de Morona Santiago en el cantón Morona.

La razón principal para darle vida a este proyecto, en nuestro estudio universitario, es constatar cuan factible será llevar a cabo la implantación de dicha empresa, ya que esta puede constituir un factor relevante en la economía y de manera particular fortalecer el ámbito turístico del país. Vivir del turismo es un arte de creatividad que lo puede hacer un ciudadano con iniciativa y buena voluntad, aprovechando de los ríos, selva, fauna, flora y la cultura autóctona de la región. Es por ello, que surgió la idea de ofrecer a los turistas locales, nacionales y extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

El desarrollo físico y organizacional de un Centro de Recreación y Descanso, permitiría sin lugar a dudas, a más de mejorar su imagen turística, y desarrollo tecnológico, contribuir en varios aspectos al crecimiento económico, político y social de los habitantes del cantón, puesto que se estará proporcionando fuentes de trabajo.

En tal virtud, consideramos conscientemente que la elaboración de este tema investigativo, tendrá como base una información verídica, lo cual reflejará un proyecto serio y su realización permitirá a la propia población valorar los recursos

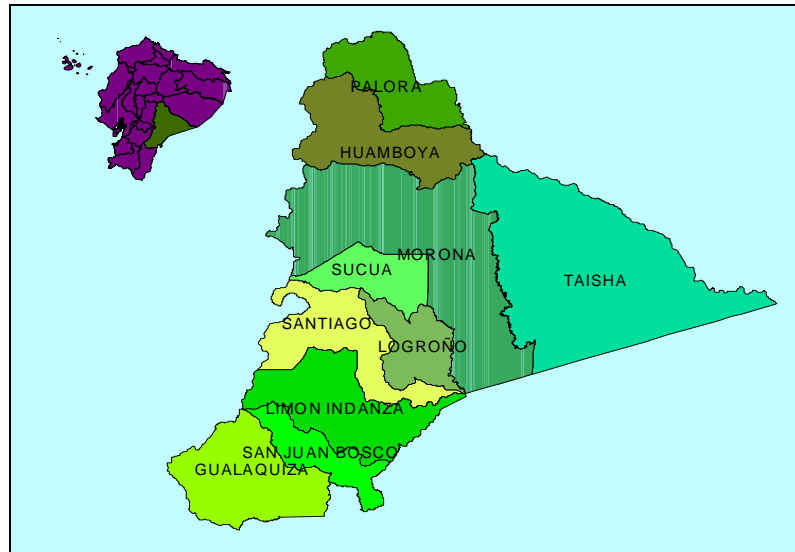
### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



que posee, generando una alternativa positiva para un progresivo desarrollo y con ello el reconocimiento regional, nacional y mundial.

## GENERALIDADES DE LA PROVINCIA MORONA SANTIAGO



**Fuente:** Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

### GENERALIDADES:<sup>2</sup>

#### a) Límites y Ubicación

La provincia de Morona Santiago, con su capital Macas, se encuentra ubicada en la región Amazónica del Ecuador y sus límites son: al Norte: Pastaza; al Sur: Zamora Chinchipe; al Este: la República del Perú y al Oeste: Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay. Se encuentra localizada entre los meridianos 76°37' y 78°58' aproximadamente de longitud Occidental y entre los paralelos 1°25' y 3° 54' al Sur de la Línea Equinoccial.

<sup>2</sup>Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.  
[http://www.inec.gob.ec/preliminares/base\\_presentacion.html](http://www.inec.gob.ec/preliminares/base_presentacion.html).





### **b) Superficie, Población y División Político-Administrativa**

La provincia de Morona Santiago tiene una superficie de 25.690 Km<sup>2</sup>, forma parte de la Cuenca Amazónica Sudamericana, que con su enorme superficie, 7.5 millones de kilómetros cuadrados y complejidad ecosistémica, es la más importante reserva biótica existente en el mundo; corresponde al 19.35% de la superficie provincial y el 4.02% con respecto a la Región Amazónica Ecuatorial y una población aproximada de 147.866 habitantes (censo 2010); se encuentra dividida en 12 cantones: Palora, Huamboya, Pablo Sexto, Morona, Sucúa, Logroño, Santiago, Limón Indanza, San Juan Bosco, Gualaquiza, Taisha y Tiwinza.

### **c) Factores Climáticos**

El clima es variado según la altura del terreno. No existen nevados ni climas extremadamente fríos, a excepción de la cima del Sangay. En los valles del Palora, Upano, Indanza y Bomboiza, la temperatura oscila levemente entre los 18° y 24° C. En los valles del Santiago y del Yaupi aumenta la temperatura, volviéndose cálido, subiendo la temperatura en las zonas de Morona y del Huasaga. Las estaciones son poco marcadas distinguiéndose por su cantidad de precipitaciones pluviométricas.

Provincia de una rica y extensa Selva Amazónica junto al Parque Nacional Sangay, declarado por la UNESCO, como Patrimonio de la Humanidad en 1983 por su extensa biodiversidad. El valle del Upano es su zona más desarrollada y poblada, y desde la cordillera del Cutucú se aprecia la selva virgen, en la que se hallan los indios Jíbaros o Shuar y otras comunidades.

### **d) Grupos Humanos**

#### **❖ Shuar**

Etnia ancestral conocida mundialmente por la reducción de cabezas, temerarios, guerreros y grandes cazadores, han habitado por siglos las tierras del actual territorio de Morona Santiago, en principio tenían hábitos nómadas, caracterizados

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

por vivir en la selva junto a ríos y lagunas, llegando a depender de gran forma de la caza y pesca. Actualmente son sedentarios y complementan estas actividades con la agricultura, hábiles para la elaboración de artículos artesanales a base de productos naturales como semillas, cortezas y otros de uso folklórico en fiestas y celebraciones.

### ❖ **Achuar**

Grupo étnico muy similar a los Shuar, actualmente habitan a lo largo de la cordillera de Cutucú. Este grupo ha logrado mantener y preservar de mejor forma las manifestaciones culturales como sus cortes de cabello, la gran seriedad que les caracteriza, muy buenos elaboradores de cestería, cerámica y la reconocida y bien fabricada bodoquera.

### ❖ **Macabea**

Cultura proveniente de un mestizaje; que han vivido hace mucho tiempo y siguen viviendo en la actual Macas, caracterizado por tener una alimentación basada en la rolaquimba, yuca maní, carne, entre otros, con sazón y adobe propia de su creatividad, la bebida de la guayusa restregada con hojas y ramas son las características particulares de la gente Macabea, además, de una forma de vida sociable diferenciada en un trabajo de randimpa (minga), actividad que tenía como razón de trabajo comunitario.

### **e) Hidrología**

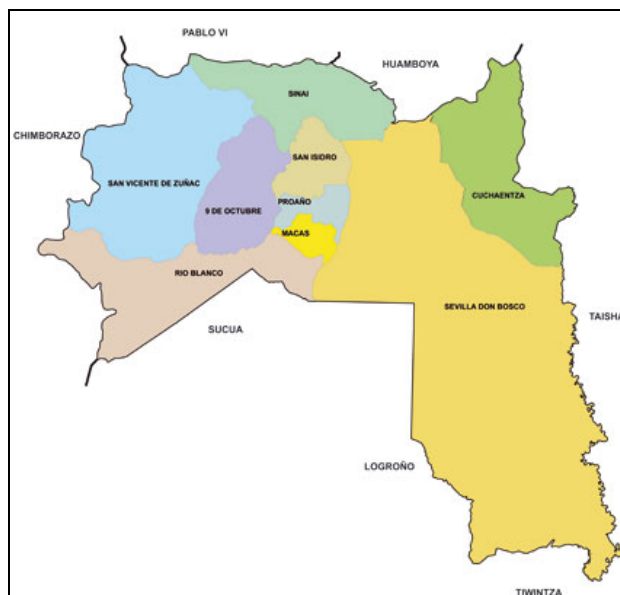
Los principales ríos son:

- Río Pastaza.
- Río Paute.
- Río Negro.
- Río Upano.
- Río Pescado.
- Río Abanico.
- Río Chiguaza.
- Río Bomboiza.
- Río Zamora.
- Río Morona.
- Río Santiago.
- Río Macuma.
- Río Palora.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### GENERALIDADES DEL CANTÓN MORONA



**Fuente:** Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

#### **GENERALIDADES:**<sup>3</sup>

##### **a) Límites y Ubicación**

Morona con su capital Macas, limita al Norte con los cantones Pablo Sexto y Huamboya; al Sur con los cantones Sucúa, Logroño y Tiwinza; al Este con el cantón Taisha; y al Oeste con las provincias de Chimborazo y Cañar. El cantón a su vez se encuentra localizada en el centro sur de la región Amazónica, entre la coordenadas geográficas 79° 05' de longitud Oeste; 01° 26' de latitud Sur y 76° 35' de longitud Oeste; 03° 36' latitud Sur.

##### **b) Superficie, Población y División Político-Administrativa**

El cantón Morona comprende una superficie de 4.606.9 Km<sup>2</sup>, con una población aproximada de 35397 habitantes (proyección cantonal 2001-2010)<sup>4</sup>; además,

<sup>3</sup>Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

<sup>4</sup><http://www.inec.gov.ec> – Proyección Cantonal 2001 – 2010.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

consta de 8 parroquias rurales y una parroquia urbana correspondiente a la cabecera cantonal, ciudad de Macas.

**Cuadro 1. Población del Cantón Morona.**

<i>Parroquia</i>	<i>Habitantes</i>	<i>%</i>	<i>Hombres</i>	<i>%</i>	<i>Mujeres</i>	<i>%</i>
San Vicente de Zúñac	251	0,71	136	0,77	115	0,65
9 de Octubre	368	1,04	180	1,02	188	1,07
Cuchaentza	1520	4,29	754	4,28	766	4,3
General Proaño	1193	3,37	605	3,44	588	3,3
Río Blanco	1297	3,66	638	3,63	659	3,7
San Isidro	765	2,16	379	2,15	386	2,17
Sevilla Don Bosco	7795	22,02	3865	21,96	3930	22,08
Sinaí	837	2,36	417	2,37	420	2,35
Macas	21.371	60,39	10624	60,38	10747	60,38
<b>TOTAL</b>	<b>35397</b>	<b>100</b>	<b>17598</b>	<b>100</b>	<b>17799</b>	<b>100</b>

**Fuente:** <http://www.inec.gov.ec> – Proyección Cantonal 2001 – 2010.

Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

**Cuadro 2.**

	<b>TOTAL</b>	<b>ÁREA URBANA 2010</b>	<b>ÁREA RURAL 2010</b>
MORONA	35.397	21.371	14.026

**uente:** <http://www.inec.gov.ec> – Proyección Cantonal 2001 – 2010.

### c) Factores Climáticos

La temperatura oscila entre los 3 y 6 °C en las alturas (3500 a 4200 m.s.n.m) hasta los 26°C en las zonas bajas de 200 a 600 m.s.n.m. Las precipitaciones son más o menos uniformes durante todo el año. Varía en rangos comprendidos entre los 500 hasta los 3000 mm. No se observan meses secos. La sabana amazónica alcanza precipitaciones superiores a los 3000 mm anuales.

### d) Hidrología

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los principales sistemas hídricos que abarca el cantón Morona pertenece a las tres cuencas que son: Pastaza, Morona y Santiago. El sistema hidrológico principal del cantón está comprendido por subcuencas de los ríos Upano, Abanico, Jurumbaino, Macuna, Yuquipa y Mangosiza.

### **e) Flora**

Existe una alta diversidad y biodiversidad endémica en el cantón, así se pueden mencionar algunas especies sobresalientes como: chambira, chontaduro, cedro, ceibo, canelos, sangre de drago, palmito, tagua, helecho arbóreo, palma pelada, camacho, manzano, platanillo, mata palos, pambil, jacarandá, unguragua, guarango, guayacán, guayacán negro.<sup>5</sup>

### **f) Fauna**

La fauna del sitio es típica del bosque húmedo tropical. Las especies en términos generales se encuentran adaptadas a las condiciones de vegetación, la cual ha servido de refugio para las mismas, las más sobresalientes son:<sup>6</sup>

#### **❖ Mamíferos**

Raposa de agua, ocelote, cuchucho, cusumbo, vespertino negro, longirostro menor, frutero mayor, armadillo, conejo silvestre, tapir, venado, saíno, puerco de monte, mono araña, mono barizo, mono chichico, capibara, guatusa, guanta, puerco espín, rata espinosa, ratón arrocero, ardilla rojiza, ardilla enana.

#### **❖ Aves**

Águila, pava de monte, trompetero, gavián, papagayos, loros, tucanes, gorriones.

#### **❖ Reptiles**

Boa, culebra x, lagarto, caimán.

#### **❖ Anfibios**

Sapos, ranas, peces.

---

<sup>5</sup> Observación directa – entrevista.

<sup>6</sup> Observación directa.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Nuestro proyecto de tesis se desarrollará en el Cantón Morona, específicamente en la parroquia Sinaí, pero, pensamos importante dar una breve descripción de Macas, capital del cantón Morona, ya que se considera una de las zonas más representativas y atractivas a nivel turístico; a continuación se presenta ciertos antecedentes de la ciudad.

### GENERALIDADES DE LA CIUDAD DE MACAS



**Fuente:** Imagen tomada por las autoras desde el mirador El Quílamo.

Macas, conocida como la “Esmeralda Oriental”, es una ciudad simpática en el Oriente ecuatoriano. Una fuente inagotable de riqueza, sin desmerecer a las demás provincias de nuestra Amazonía, se caracteriza por tener los mejores lugares como para hacer de estos, verdaderas empresas de turismo, que generan riqueza, posibilitando la apertura de trabajo, mejorando el nivel de vida económico y social de los pobladores y controlando la destrucción acelerada del entorno ecológico. La calidad personal de su gente, hace de esta provincia el primer atractivo.

En 1920 llega a ser considerada cabecera del cantón Morona y capital de la Provincia de Santiago Zamora y desde 1929, hasta la fecha, Macas es capital de Morona Santiago.

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **GENERALIDADES:<sup>7</sup>**

#### **a) Límites y Ubicación**

Macas, limita al Norte con la parroquia Proaño; al Sur con la parroquia Río Blanco; al Este con la parroquia Sevilla-Don Bosco; y al Oeste con la parroquia 9 de Octubre. Está ubicada entre las coordenadas geográficas 79° 05´ de longitud Oeste; 01° 26´ de latitud Sur y 76° 35 de longitud Oeste; 03° 36´ de latitud Sur formando parte de la Cuenca Amazónica Sudamericana, se encuentra a 1.070 m.s.n.m. la temperatura varía entre los 18°– 22° C.

#### **b) Población y División Político-Administrativa**

Macas, con una población aproximada de 21371 habitantes (proyección cantonal 2001-2010)<sup>8</sup>, consta de 20 barrios, los cuales son: 27 de febrero, Amazonas, Ciudadela del Chofer, El Naranjal, El Vergel, Jardín del Upano, El Alborada, La Barranca, La Florida, Los Canelos, Mirador, Nuestra Señora del Rosario, Nueva Jerusalén, Quílamo, Sangay, Sindicato de Obreros del Consejo Provincial, Valle del Upano, Yambas, Zorteyaco – Sector Zapatero y La Loma.

#### **c) Factores Climáticos**

La temperatura oscila entre los 20 y 22 °C, se encuentra en una altitud de 1035 m.s.n.m. Las precipitaciones varían en rangos comprendidos entre los 2500 hasta los 3000 mm.

#### **d) Nombre de Macas**

El nombre de Macas se conocía desde antes de 1538, debido a que la tribu de los Macas se encontraba en la parte nororiental de la población Cañarí.

#### **e) Cultura Macabea**

---

<sup>7</sup>Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

<sup>8</sup> <http://www.inec.gov.ec> – Proyección Cantonal 2001 – 2010.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Culturalmente se concibe a los Macabeos como las personas propias de la capital provincial, cuyos ancestros poblaron esta región definiendo y consolidando una riqueza cultural propia y singular.

### f) Gastronomía

Ayampacos, caldo de novio, buñuelos de yuca, tamales de yuca, chicha de caña, chonta, guayusa, locro de pelma, rambuela, caldo de caracha, chanjuán, carne sudada, tamal de palmito, caucho, chucula, majado de pelma, yuca frita, rémola, tacaco, locro de papa china, tortilla de papa china, camote frito, morcilla de hoja de yuca. Los preparados con cuy, gallina o chancho son propios de las grandes celebraciones.

### g) Vialidad



**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Fuente:** Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

Se puede ingresar por 4 vías:

### ❖ NORTE

#### **QUITO – BAÑOS – PUYO – MACAS**

*Distancia:* 366 km.

*Tiempo:* vehículo particular 6 horas, Bus 8 horas.

Se atraviesa las ciudades de Latacunga, Ambato, Baños, Puyo; la vía se considera en 90% asfaltada, la parte faltante es desde el Puyo al Río Pastaza.

#### **RIOBAMBA – GUAMOTE – MACAS**

*Distancia:* 145 km.

*Tiempo:* vehículo particular 3 horas, Bus 4 horas.

Durante el trayecto se pasa por las comunidades de Cebadas, Atillo, Zuñac, 9 de Octubre. En el trayecto se puede apreciar hermosos paisajes, lagunas, cascadas y aves. En la noche se recomienda tener cuidado por la espesa neblina.

### ❖ SUR

#### **CUENCA – GUARUMALES – MACAS**

*Distancia:* 231 km.

*Tiempo:* vehículo particular 5 horas, Bus 8 horas.

Se puede venir por dos vías Cuenca - Gualaceo - Limón - Sucúa - Macas o Cuenca - Paute - Sevilla del Oro - Méndez- Sucúa - Macas. El primer trayecto es una vía sin asfaltar es de lastre desde Gualaceo hasta Limón; en el segundo

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

trayecto la vía es asfalta en 60% desde Paute hasta Méndez. En el trayecto, usted puede realizar parada para alimentación en la ciudad de Limón y en el segundo caso en Amaluza y Méndez.

### **LOJA – GUALAQUIZA- MÉNDEZ – MACAS**

*Distancia:* 436 km.

*Tiempo:* vehículo particular 10 horas, Bus 14 horas.

Durante el trayecto se visita las ciudades de Gualaquiza, San Juan Bosco, Limón Indanza, Méndez.

#### **a) Vía Aérea**



**Fuente:** Imagen tomada por las autoras.

#### **RUTA: Cuenca - Macas**

*Empresa:* TAME

*Horario:* Lunes – Viernes.

Cuenca - Macas 16:10

Macas - Cuenca 10:40

#### **RUTA: Quito - Macas**

*Empresa:* TAME

*Horario:* Lunes -Viernes y Domingo.

Quito - Macas 09:30

Macas - Quito 17:00.

En la zona existe una compañía de avionetas para viajar a las comunidades y ciudades como son SAM, y Servicio Aéreo Regional.

#### **❖ DISTANCIAS DESDE MACAS**

Ambato 230 km.

Cuenca 231 km.

Baños 190 km.

Guayaquil 432 km.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ibarra 479 km.

Esmeraldas 620 km.

Loja 436 km.

Manta 628 km.

Puyo 129 km.

Riobamba 145 km.

Quito 366 km.

Tena 208 km.

Se procederá a detallar el lugar en el que se encontrará ubicado el Centro de Recreación y Descanso, siendo en este caso la parroquia Sinaí.

### GENERALIDADES DE LA PARROQUIA SINAI



**Fuente:** Imagen tomada por las autoras.

Formado por pequeñas casas de madera principalmente, que son utilizadas en la actualidad como viviendas; la historia del lugar cuenta que el 26 de abril de 1969, llegan a donde hoy es Playa de San Luis, comunidad de Sinaí, personas procedentes de la parroquia La Asunción y San Fernando de la provincia del Azuay, dirigidos por el Centro de Reconversión del Azuay Cañar y Morona Santiago – CREA y el Cuerpo de Paz, vinieron con el propósito de buscar tierras, pero sin organización, ni proyectos. Formaron una Cooperativa dirigida por el evangélico Francisco Peña y resuelven ponerle el nombre bíblico de Sinaí por las circunstancias donde se encontraban y por su ubicación geográfica frente al volcán Sangay.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Su gente es amable, trabajadora y solidaria. En la Parroquia conviven dos grupos étnicos: Shuar en un 10% y colono mestizo en un 90%; la población colono mestizo es originaria de la sierra, sur del Azuay: San Fernando, La Asunción, Sigsig, San Bartolomé, Turi, Tarqui, Wachapala y el Valle.

### **GENERALIDADES:**<sup>9</sup>

#### **a) Límites, Ubicación y Extensión**

Sinaí, se encuentra a una distancia de 31,9km de Macas, limita al Norte con la parroquia Chiguaza; al Este con la perimetral de la Federación Shuar; al Sur con la parroquia Sevilla Don Bosco; y Oeste con el Río Upano y el Parque Nacional Sangay.

Está ubicada entre las coordenadas geográficas: 02° 05' 31.5" de latitud Sur y 78° 03' 52.4" de longitud Oeste, se encuentra a 1200 m.s.n.m. y la temperatura fluctúa entre 12°C y 18°C.

La parroquia de Sinaí tiene una extensión de 342,3 Km<sup>2</sup>, el área urbana de la cabecera parroquial se encuentra a 31,9 Km. del centro urbano de Macas.

#### **b) Población, Lengua y Religión**

Sinaí tiene una población aproximada de 837 personas (proyección cantonal 2001-2010)<sup>10</sup>. Su lengua es bilingüe: español y shuar. La población en un 90% es católica y en un 10% evangélica

#### **c) Factores Climáticos**

La temperatura oscila entre 12°C y 18°C, se encuentra en una altitud de 1200 m.s.n.m. La precipitación promedio anual es de 500 mm a 3.000 mm.

#### **d) Infraestructura vial y acceso**

---

<sup>9</sup>Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.

<sup>10</sup> [http: www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec) – Proyección Cantonal 2001 – 2010.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El tipo de acceso a la parroquia de Sinaí es terrestre, se lo puede realizar en bus o automóvil. Se debe tomar la vía Macas- Puyo hasta el km.29, 5 donde se coge a la izquierda el camino lastrado para llegar a Sinaí.

### 1.2. COMPONENTES TEÓRICOS

#### ❖ Empresa

“La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.”<sup>11</sup>

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

#### Clasificación de las empresas

Existen numerosas diferencias entre una empresa y otra. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles, a continuación se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos.

#### ✓ Según la actividad

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>CALL, William, 1993<sup>2</sup>, Microeconomía, Editorial Iberoamérica S.A, México.

<sup>12</sup>AGUIRRE, Ormaechea D. Juan, 1997, Contabilidad General Tomo I, Cultura de Ediciones S.A., Madrid.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ **Industriales.** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.
  
- ◆ **Comerciales.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse:
  - Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
  - Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
  - Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
  
- ◆ **Servicio.** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:
  - Transporte.
  - Turismo.
  - Instituciones financieras.
  - Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones).
  - Servicios privados (ventas, publicidad, contable, administrativo).
  - Educación.
  - Finanzas.
  - Salubridad.

Para ampliar el análisis de nuestra tesis, se conceptualizará lo que es una Empresa de Servicios, por ello, a continuación se presentan las definiciones que proponen reconocidos expertos en temas de mercadotecnia con la finalidad de brindar una descripción más completa.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ♦ Stanton, Etzel y Walker, definen los **servicios** "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".<sup>13</sup>
- ♦ Para Richard L. Sandhusen, "los **servicios** son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".<sup>14</sup>

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores propuestas, planteamos (a modo de resumen) la siguiente **definición de servicio**:

Los servicios son actividades identificables e intangibles, que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes. Los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión, cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas.

### ❖ Mercado

“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto.”<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> STATON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce, MC GRAW, Hill 2004<sup>13</sup>, Fundamentos de Marketing, Págs. 333 y 334.

<sup>14</sup> SANDHUSEN, Richard, 2002<sup>1</sup>, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, Pág. 385

<sup>15</sup><http://www.monografias.com/CONTRERAS, Serón Cintia,2000>,

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

### ❖ Estudio de Mercado

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.”<sup>16</sup>

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados, que de una u otra forma, serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no aceptación y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

### ❖ Factibilidad

“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.”<sup>17</sup>

### Tipos de Factibilidad:

- ◆ **FACTIBILIDAD ECONÓMICA:** Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el

---

<sup>16</sup>[http; www.wikipeda.com/Estudio de Mercado](http://www.wikipeda.com/Estudio de Mercado); SÁNCHEZ, Yábar Guido, El Marketing en las Pequeñas Empresas.

<sup>17</sup>[http; www.wikipeda.com/Estudio de Mercado](http://www.wikipeda.com/Estudio de Mercado); SÁNCHEZ, Yábar Guido, El Marketing en las Pequeñas Empresas.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema.

- ◆ **FACTIBILIDAD COMERCIAL:** Indica un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado. Así mismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD HUMANA U OPERATIVA:** Se refiere a que debe existir el personal capacitado y requerido para llevar a cabo el proyecto y así mismo, deben existir usuarios finales dispuestos a emplear los productos o servicios generados por el proyecto o sistema desarrollado.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD TÉCNICA O TECNOLÓGICA:** Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además muestra si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD BIOLÓGICA O ECOLÓGICA:** En ella se pide se respete la vida de los seres vivos, evitando sobreexplotación o mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre los ecosistemas y su medio ambiente. Esta factibilidad ha sido la más ignorada por los seres humanos desde la antigüedad.

### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ **FACTIBILIDAD OPERACIONAL U ORGANIZACIONAL:** Se basa en conocer si el diseño del sistema organizacional, los procedimientos y el personal planteado puede funcionar en la organización.
- ◆ **FACTIBILIDAD LEGAL:** Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal o estatal.
- ◆ **FACTIBILIDAD POLÍTICA:** Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.
- ◆ **FACTIBILIDAD DE TIEMPO:** Se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

### ❖ Turismo

“Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.”<sup>18</sup>

### ❖ Ecoturismo

“El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.”<sup>19</sup> El ecoturismo está vinculado a un sentido de ética ya que, más allá del

---

<sup>18</sup><http://definicion.de/turismo/>

<sup>19</sup><http://definicion.de/ecoturismo/>

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales y la preservación del medio natural.

### ❖ **Turismo Rural**

“Se conoce como turismo rural a la actividad turística que tiene lugar en un espacio rural, ya sea en localidades pequeñas (con menos de 2.000 habitantes) o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su casco urbano.”<sup>20</sup> El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

Es habitual que el turismo rural propicie un acercamiento entre los habitantes de las ciudades y las comunidades campesinas. Mientras los turistas disfrutan del ambiente natural y aprenden sobre las labores del campo, las comunidades se benefician al recibir los ingresos generados por la actividad turística.

---

<sup>20</sup><http://definicion.de/turismorural/>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# CAPÍTULO II

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**ESTUDIO DE MERCADO**

## **INTRODUCCIÓN**

El estudio de mercado es una herramienta esencial que permite segmentar un mercado, analizar el perfil de los posibles consumidores, conocer los motivos de compra, los atributos de los productos y/o servicios requeridos y la competencia.

Esta información es vital para tomar decisiones orientadas al segmento apropiado y dar paso al desarrollo del Marketing Mix, es decir, la aplicación del Precio, Distribución, Comunicación y el diseño, creación y desarrollo del producto y/o servicio; todas las decisiones que se toman en una organización deben buscar la satisfacción del cliente.

## **JUSTIFICACIÓN**

La parroquia Sinaí, ubicada en el cantón Morona perteneciente a la provincia de Morona Santiago, posee una gran diversidad de recursos turísticos ricos en flora y fauna, así como, una exuberante selva amazónica con variadas zonas climáticas; además, la cultura referida no sólo a la presencia de una población Shuar - Achuar y su correspondiente producción cultural (festividades, prácticas religiosas, música, artesanía), sino también a la presencia de vestigios arqueológicos y arquitectónicos.

Por ello, la presente Investigación de Mercado pretende obtener información fiable y actualizada que permita implementar productos y/o servicios turísticos adecuados, que asocien de forma responsable las actividades productivas tradicionales y de manera sustentable la protección del medio ambiente; a su vez, generando múltiples beneficios, tanto para las personas interesadas en la realización del proyecto como para los habitantes de la región; es decir, que

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

dinamice la economía a través de la consolidación de empresas con el segmento naturaleza, cultura y tradiciones logrando que el cantón Morona gane una mejor posición en el mercado turístico Nacional e Internacional.

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de mercado para determinar cuan factible o no es implementar un Centro de Recreación y Descanso en el sector Veracruz de la parroquia Sinaí perteneciente al cantón Morona de la provincia de Morona Santiago.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ Examinar y determinar la demanda actual y potencial.
- ◆ Obtener el perfil de los posibles consumidores.
- ◆ Analizar las fortalezas y debilidades de la oferta.
- ◆ Determinar el lugar de preferencia y mayor concurrencia de los consumidores.
- ◆ Analizar la aceptación de apertura de un nuevo Centro de Recreación y Descanso.
- ◆ Establecer los servicios más indispensables para el consumidor.
- ◆ Identificar la estacionalidad y el tiempo de concurrencia de los clientes a un Centro de Recreación y Descanso.
- ◆ Evaluar y controlar la imagen del destino.
- ◆ Analizar los canales de distribución alternativos.
- ◆ Evaluar la eficacia de las campañas de comunicación y selección de los medios de promoción.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.1.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta turística, con la que cuenta el Cantón Morona, se encuentra mayoritariamente en la ciudad de Macas y sus alrededores, debido a que posee un buen nivel de desarrollo económico que admite realizar transacciones comerciales; además, cuenta con agencias de viajes, operadoras de turismo, establecimientos de alojamiento, centros de recreación y descanso, restaurantes, bares - discotecas y empresas de transporte aéreo y terrestre. Cabe acotar, que las demás parroquias del cantón, cuentan solamente con establecimientos de alojamiento, restaurantes y centros de recreación y descanso.

De acuerdo a nuestro proyecto, es necesario señalar los principales Centros de Recreación y Descanso existentes en la zona:

- ◆ Centro Turístico Séptimo Cielo.
- ◆ Parador Agroturístico Rancho Alegre.
- ◆ Parador- Restaurant Capitán Vazco.
- ◆ Cabañas Arrayan y Piedra.
- ◆ Balneario Balcón del Río.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Cuadro 3. Centros de Recreación y Descanso

<i>ESTABLECIMIENTOS</i>	<i>DIRECCIÓN</i>
Centro de Recreación Familiar Séptimo Cielo	Km. 3 Vía Puyo
Centro de Recreación Familiar Arrayan y Piedra	Km. 7 vía Puyo
Cabañas Rancho Grande	Sector Huacho
Cabañas Huachito	Km. 7 Vía San Isidro
Cabaña Nantar	San Vicente
Cabañas Ecológicas ETSA	San Vicente
Complejo Turístico Las Tolitas	Km. 7 ½ Vía San Isidro
Complejo Turístico San Andrés	Km. 7 Vía Sucúa
Complejo Turístico Vieja Molienda	Km. 10 Vía Sucúa
Complejo Turístico Rubio	Arapicos, vía Sucúa.
Complejo Turístico Municipal Las Piscinas	Macas – Av. 24 de Mayo
Complejo Turístico Las Cascadas	Macas
Parador-Restaurant Capitán Vasco	Km. 10 Vía Puyo
Parador Agroturístico Rancho Alegre	Km. 14 Vía Puyo
Hostería Manzana Real	Macas - Av. Capitán Villanueva
Hostería Cabañas del Valle	Macas – Av. 29 de Mayo
Hostería Fátima	Km. 7 vía San Isidro
Balneario Balcón del Río	Km. 6 Vía al Puyo
El Refugio de Paus	Parroquia Río Blanco
Granja Ecoturística Huerto El Edén	General Proaño
Unchipal	Macas – Barrio La Barranca

**Fuente:** Guía Turística de Morona.

**Elaborado por:** las autoras.

### 2.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El ámbito en el que se desarrollará el proyecto es el turismo, el mismo que se ha globalizado y convertido en un negocio que, a más de dar a conocer diferentes lugares o atractivos turísticos, permite obtener beneficios económicos. Es por ello que en el turismo, son los demandantes los que acuden al centro de producción y buscan satisfacer sus necesidades.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Las personas que visitan los diferentes destinos turísticos, en Morona, pertenecen a dos ámbitos geográficos: el primero integrado por los residentes del área; y, el segundo formado por aquellos que residen lejos del área y que se ven obligados a pernoctar.

### 2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Segmentar un mercado significa dividirlo en partes o segmentos. Cada segmento debe estar conformado por grupos homogéneos de consumidores; es decir, que se pueda dividir el mercado de consumidores en función de algunas características que los hagan particulares, para así, poder concentrar estrategias de venta en un solo tipo de cliente y permita al mismo alcanzar los objetivos de la empresa.

El mercado, objeto de nuestro estudio, es demasiado amplio y no se puede abordar por completo, al menos no en un primer momento; por lo tanto, hemos visto necesario escoger uno o varios segmentos de mercado para dedicarnos a ellos y entenderlos lo mejor posible. Para ello es importante determinar las diferencias entre grupos, elegir los grupos más atractivos y poder venderles.

#### **Variables para realizar la segmentación del mercado**

##### ❖ Geográficas:

- ◆ **País:** Ecuador.
- ◆ **Región:** Amazónica.
- ◆ **Provincia:** Morona Santiago.
- ◆ **Cantón:** Morona.
- ◆ **Parroquia:** Macas.

##### ❖ Demográficas:

- ◆ **Edad:** 15 años en adelante.
- ◆ **Sexo:** Femenino, Masculino.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ **Estado Civil:** Soltero, Casado, Viudo, Divorciado.
- ◆ **Ocupación:** ilimitada.
- ◆ **Nivel de Educación:** secundaria, superior y postgrado.
- ◆ **Nivel de Ingresos:** \$300 en adelante.
- ◆ **Tamaño del grupo visitante:** familia: de 3 a 8 miembros, amigos: de dos en adelante.

### ❖ Psicográficas:

- ◆ **Clase Social:** media - alta
- ◆ **Estilo de Vida:** liberal.

### ❖ Conductuales:

- ◆ **Motivacionales:** turismo.
- ◆ **Hábitos de Consumo, Gustos y Preferencias:** ilimitada.

## 2.2.1. EXTENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.2.1.1. UNIVERSO DE ESTUDIO

De acuerdo a la Investigación de Mercado, las personas sujetas a la aplicación del presente estudio pertenecen a la Población Económicamente Activa de 12 años en adelante del área urbana del cantón Morona; es decir, que el universo estará formado por la población económicamente activa de Macas, **N = 17578**; forman parte del segmento de mercado que se pretende atraer, ya que tienen interés de visitar sitios alejados a su residencia habitual, es una población que tiene un alto poder adquisitivo, que a más de satisfacer necesidades básicas, pueden cubrir servicios de tipo turístico.

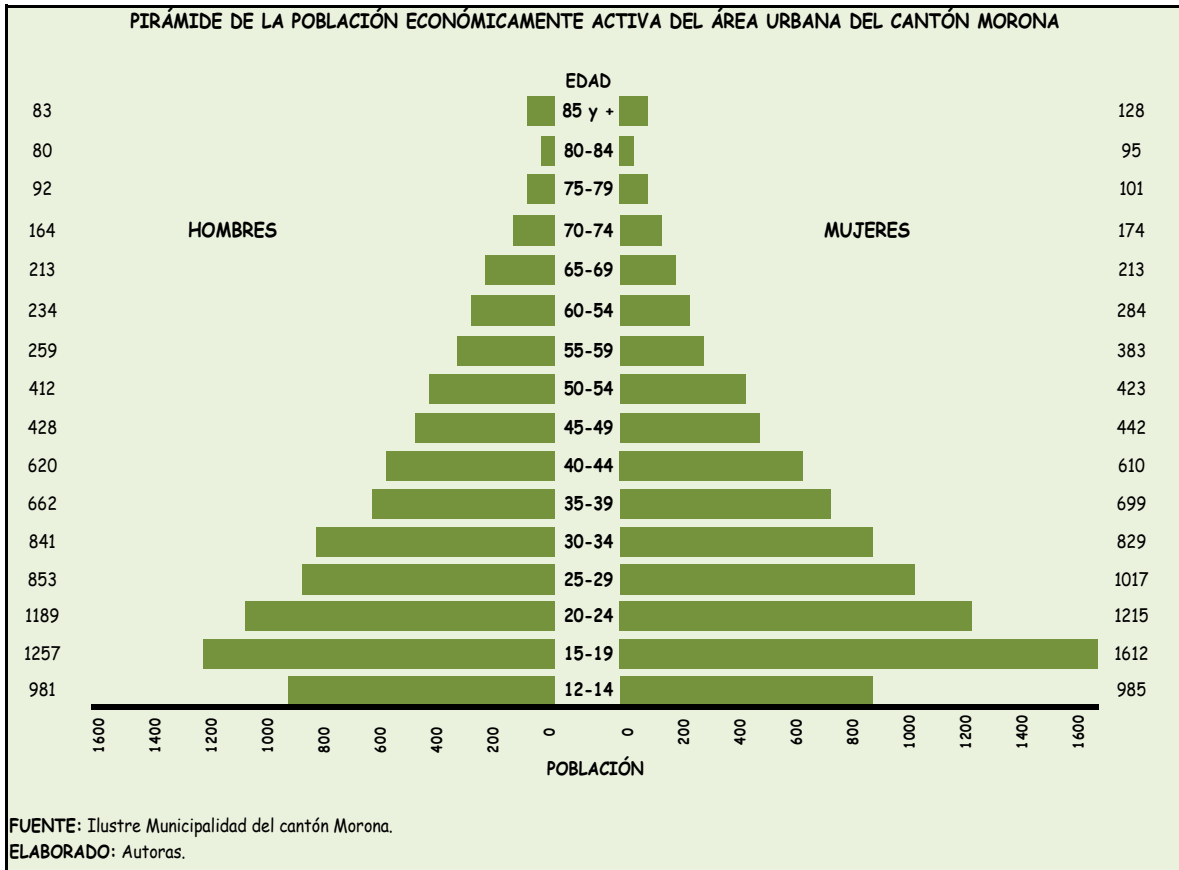
#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Gráfico 1.



## 2.2.1.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo proporcional.

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

Cuando no se conoce el porcentaje de personas, usuarios o consumidores, a P se le da su valor máximo que es de p = 50%, lo mismo que a q = 50%, ya que son literales empleados para determinar ocurrencia o no ocurrencia de un evento respectivamente.

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se determina el error máximo, que puede aceptarse en los resultados, en un  $E^2=5\%$ , ya que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información. El nivel de confianza estará determinado en un  $Z = 90\%$ , que en el caso de la fórmula será equivalente a 1,67.

Obtenemos entonces los siguientes datos:

**n**= tamaño de la muestra.

**N**= tamaño del universo (17578 población económicamente activa del área urbana del cantón Morona).

**P**= probabilidad de que el evento ocurra (50%).

**q**= probabilidad de que el evento no ocurra (50%).

**E**= error muestral (5%).

**Z**= nivel de confianza (90%) (1.67).

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

$$n = \frac{(1.67^2) \times 17578 \times 0,50 \times 0,50}{(0.05^2) \times (17578 - 1) + (1.67^2) \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{12255.82105}{44.639725}$$

$$n = 274.54$$

$$n = 275$$

### AUTORAS:

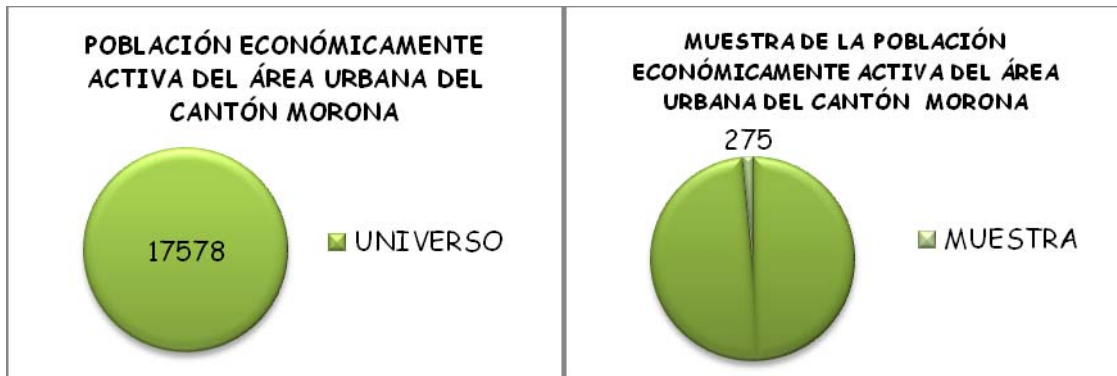
DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

Gráfico 2.



**Fuente:** VI Censo de Población – Ilustre Municipalidad de Morona.

**Elaborado por:** las autoras.

### 2.2.1.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para determinar los resultados más idóneos en el estudio de mercado, se recurrirá a una indagación de “primer orden” a través de la observación, entrevista y encuesta, ya que nos posibilitará obtener información directamente de la fuente. También, se contará con información verídica, la misma, que será proporcionada por la Ilustre Municipalidad del Cantón Morona y el Instituto Nacional de Estadística y de Censos (INEC).

#### ❖ **Observación**

Realizamos la observación directa al Centro de Recreación Familiar Arrayan y Piedra, Parador-Restaurant Capitán Vasco, Parador Agroturístico Rancho Alegre, Balneario Balcón del Río y Cabañas-Restaurant Unchipal; la visita a cada uno de estos lugares, nos permitió analizar las instalaciones, los servicios, el mantenimiento y su estructura, para tener una idea clara del funcionamiento de este tipo de negocios.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ❖ *Entrevistas*

Realizamos una entrevista al propietario de las Cabañas-Restaurant Unchipal, el señor Raúl Rivadeneira Rivadeneira; según sus opiniones, concluimos que los servicios que ofrecen las diferentes hosterías y centros de recreación y descanso, son utilizados por un gran número de personas que pertenecen a Macas y también de otras ciudades e incluso de otros países, sin importar su edad, siendo un negocio que da buenos resultados. De acuerdo a la información obtenida tenemos como promedio de personas que asisten al lugar entre 100 y 150 personas sólo los fines de semanas.

### ❖ *Encuestas*

Las encuestas se aplicaron en la ciudad de Macas, ya que es nuestro mercado objetivo; a continuación se detallará el cuestionario y los lugares en donde se realizó la investigación.

#### 2.2.1.4. ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

La encuesta tiene como objetivo conocer las expectativas y aceptación de un Centro de recreación y descanso, en la vía Macas – Puyo, sector Veracruz de la parroquia Sinaí. El cuestionario estará compuesto por 17 preguntas (**VER ANEXO 1**), las mismas que serán claras y cortas para que los encuestados puedan responder con facilidad y rapidez, además contendrá preguntas cerradas, abiertas y de múltiples opciones.

El cuestionario se sometió a una preprueba sobre una muestra de conveniencia de alrededor de 10 personas, para asegurarse de que exista el flujo apropiado y que las preguntas puedan ser comprendidas por las distintas personas. Sin tener mayor dificultad en la preprueba, se procedió a realizar la encuesta a las 275 personas

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que corresponden a la muestra de la población económicamente activa del área urbana del cantón Morona, es decir, la ciudad de Macas.

### 2.2.1.5. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Al desarrollar el procedimiento de recolección de datos, establecimos un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formularon.

- ❖ **Límites Geográficos:** El trabajo de campo se realizó en el cantón Morona, específicamente en la ciudad de Macas, a continuación se muestra el siguiente cuadro con los días y barrios que fueron recorridos para la realización de las encuestas.

**Cuadro 4. Listado de barrios encuestados.**

<i>FECHA</i>	<i>RECORRIDO</i>
15-mar-10	Barrio 27 de Febrero y Ciudadela del Chofer.
16-mar-10	Barrio El Naranjal y barrio el Vergel.
17-mar-10	Barrio Jardín del Upano y barrio el Valle del Upano.
18-mar-10	Barrio la Alborada, barrio La barranca y barrio los Canelos.
19-mar-10	Barrio Nuestra Señora del Rosario y barrio Nueva Jerusalén.
20-mar-10	Barrio Sindicato de Obreros del Consejo Provincial.
21-mar-10	Barrio Sangay, barrio Zapatero y barrio la Florida.

*Elaborado por: las autoras.*

- ❖ **Límites Económicos:** El presupuesto para llevar adelante nuestra investigación de mercado se detalla a continuación:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 5. Gastos del Estudio de Mercado.**

<i>CONCEPTO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>V. UNIT.</i>	<i>TOTAL</i>
<b>Transporte</b>			
Cuenca-Macas	2 personas	7,5	15
Macas-Cuenca	2 personas	7,5	15
Recorrido en Macas	2 personas	14	28
<i>Subtotal</i>			58
<b>Encuestas</b>			
Impresión	2	0,1	0,2
Copias	275	0,03	8,25
<i>Subtotal</i>			8,45
<b>Útiles de Oficina</b>			
Esferos	3	0,3	0,9
Remesa de papel A4	1	4,5	4,5
Tablero	2	1	2
<i>Subtotal</i>			7,4
<b>Gastos varios</b>			
Refrigerios	2 personas	8,4	16,8
Otros			10
<i>Subtotal</i>			26,8
<b>Total</b>			100,65

**Elaborado por:** las autoras.

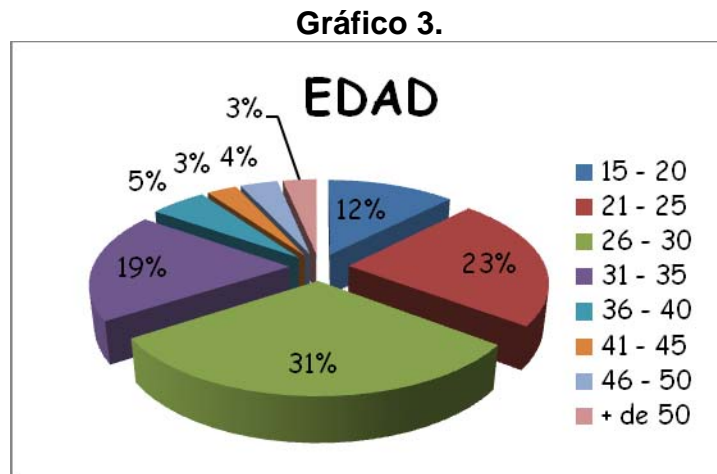




UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.1.6. ORDENAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

❖ DATOS PERSONALES



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 6.

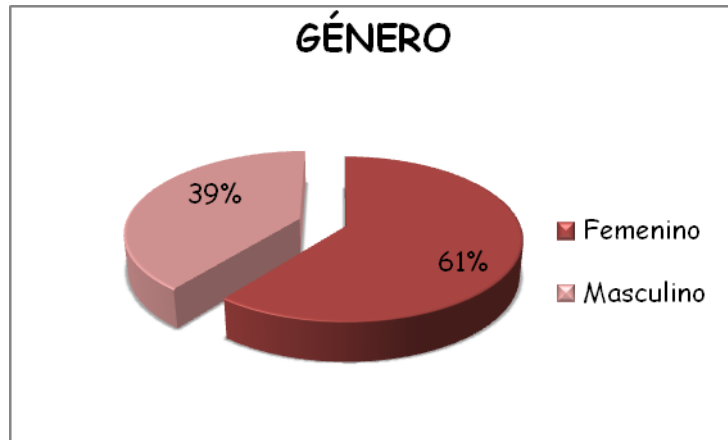
**Interpretación**

El gráfico 3, que representa la edad de los encuestados, indica que el 31% son personas que se encuentran en el intervalo de edad de 26-30 años; el 23% están entre los 21-25 años; el 19% tiene de 31-35 años, el 12% de 15 – 20 años, el 5% de 36 – 40 años, el 4% de 46 – 50 años, el 3% de 41 – 45 años y el 3% más de 50 años.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Gráfico 4.**  
**GÉNERO**



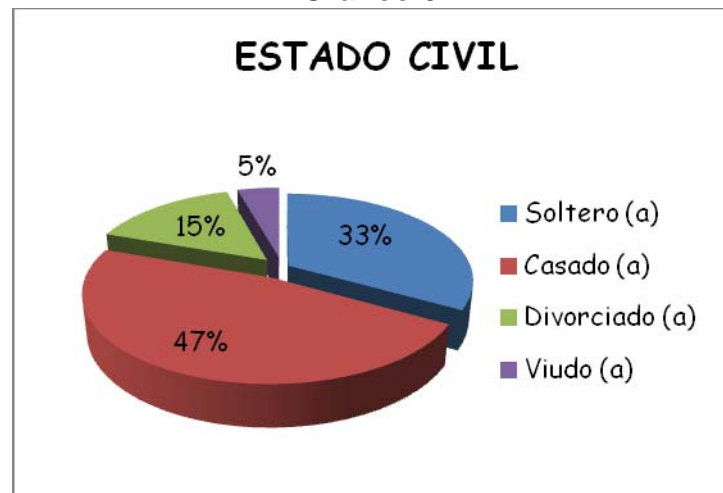
**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 7.

### **Interpretación**

El gráfico 4, que representa el género de los encuestados, indica que el 61% son mujeres y 39% son hombres.

**Gráfico 5.**

### **ESTADO CIVIL**



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 5.

### **Interpretación**

El gráfico 5, que representa el estado civil de los encuestados, indica que el 47% se caracteriza por ser casados, un 33% por ser solteros, un 15% divorciados y un 5% viudos.

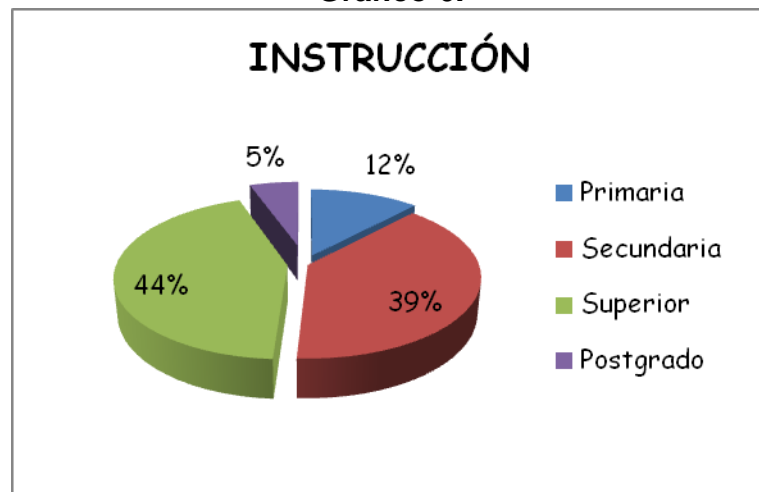
### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gráfico 6.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 9.

### Interpretación

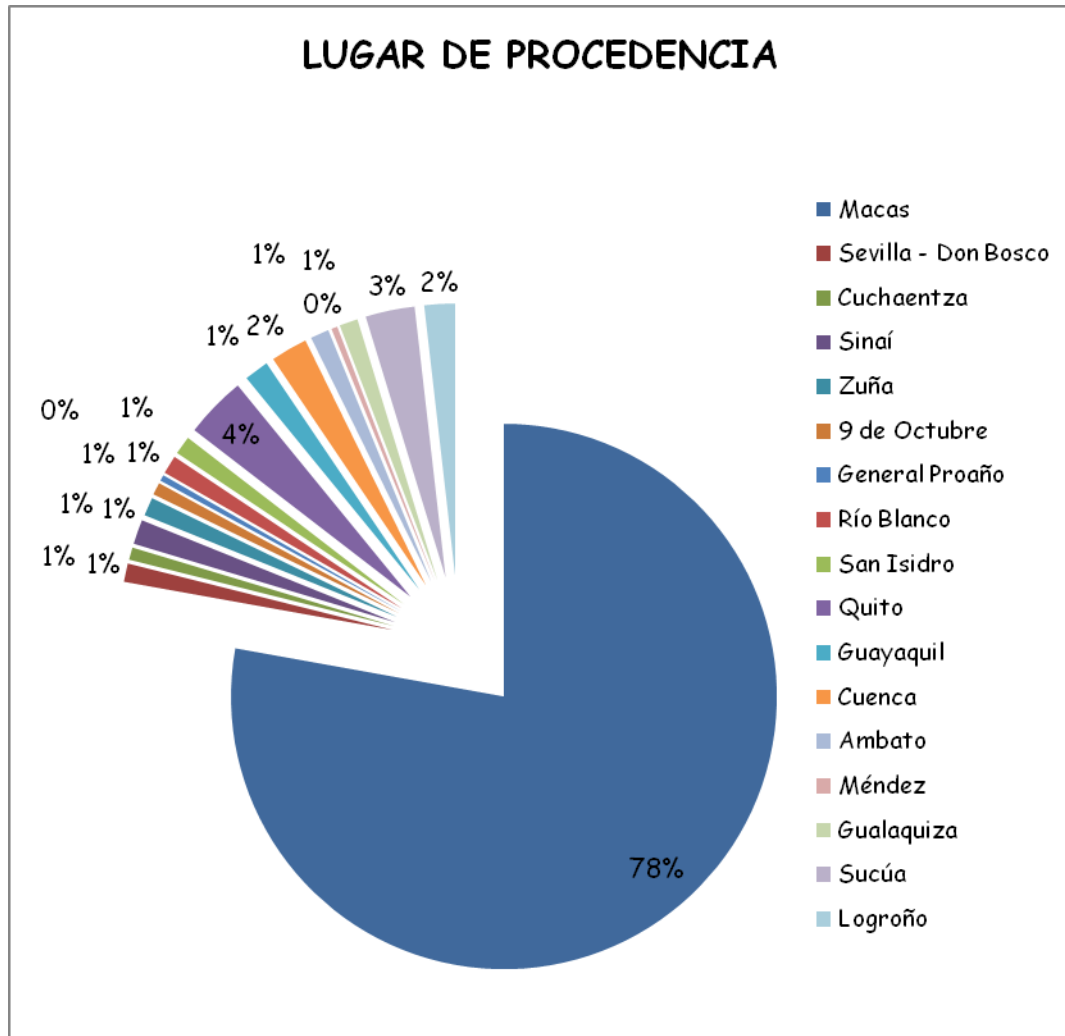
El gráfico 6, que representa la instrucción de los encuestados, indica que el nivel de educación formal se caracteriza por poseer instrucción universitaria en el 44%, un 39% secundario, un 12% primaria y un 5% postgrado.

### ❖ PREGUNTAS

#### 1.- Lugar de Procedencia



Gráfico 7.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 10.

### Interpretación

El gráfico 7, que representa el lugar de procedencia de los encuestados, indica que un 78% pertenecen a la parroquia Macas, capital de Morona, un 4% pertenecen a la ciudad de Quito, un 3% a Sucúa, el 2% a Cuenca y Logroño respectivamente, el 1 % Sevilla Don Bosco, Cuchaentza, Sinaí, Zuñá, 9 de Octubre, Río Blanco, San Isidro, Guayaquil, Esmeraldas y Gualaquiza respectivamente, un 0,36% General Proaño y Méndez respectivamente.

### AUTORAS:

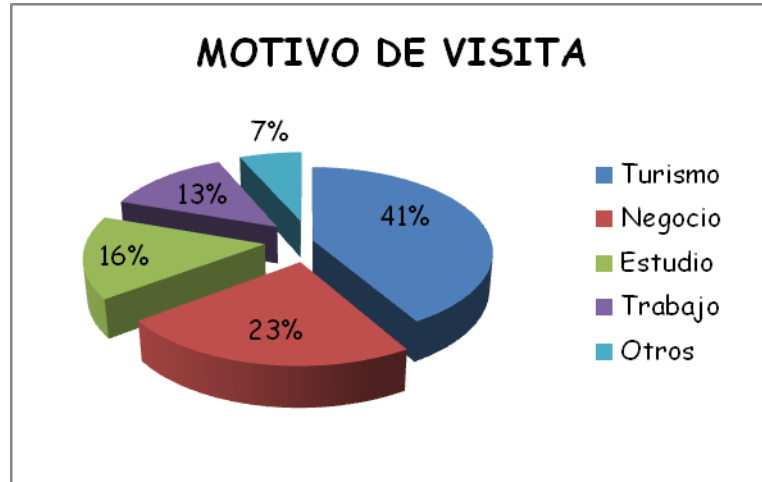
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.- ¿Cuál es el motivo de su visita al cantón Morona?

Grafico 8.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 11.

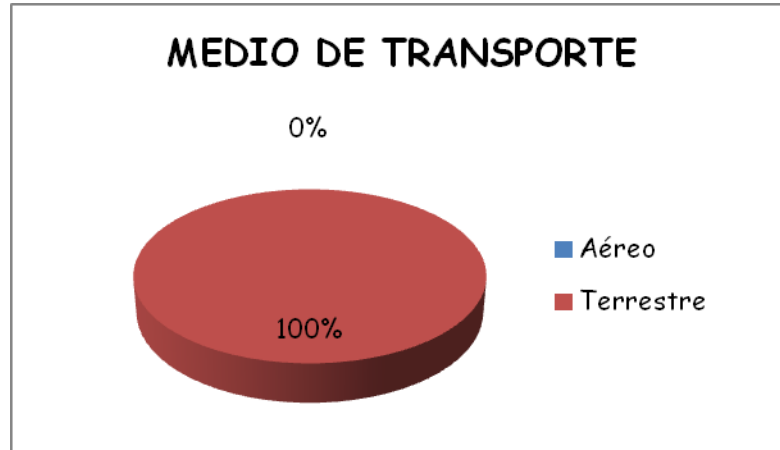
**Interpretación**

El gráfico 8, que representa el motivo de visita al cantón Morona por parte de los encuestados, indica que un 41% tiene como principal motivación el turismo, el 23% por negocio el 16% por estudio, el 13% por trabajo y el 7% otros.



3.- ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Morona?

Gráfico 9.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 12.

**Interpretación**

El gráfico 9, que representa el medio de transporte para llegar al cantón Morona por parte de los encuestados, indica que un 100% de las personas utilizó el transporte terrestre.



#### 4.- ¿Con quién viaja?

Gráfico 10.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 13.

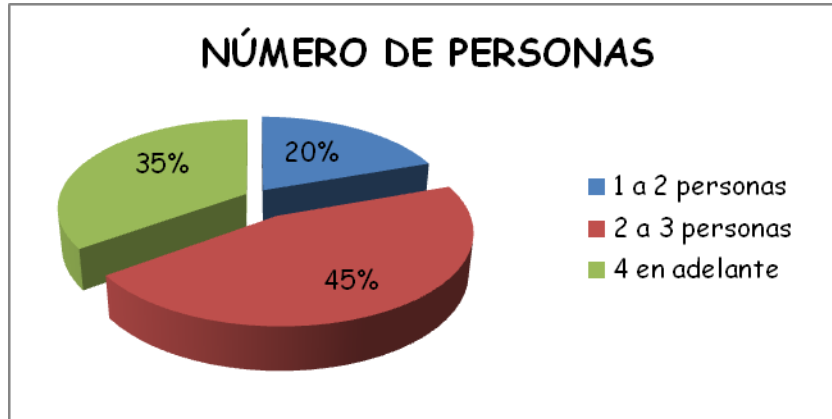
#### Interpretación

El gráfico 10, que representa el número de personas con las que viajan los encuestados al cantón Morona, indica que un 36% acostumbran ir acompañados de sus amigos, un 31% con la familia, un 20% solo y un 13% con su pareja.



5.- ¿Con cuántas personas nos visita?

Gráfico 11.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 14.

**Interpretación**

El gráfico 11, que representa el número de personas con las que visitan los encuestados al cantón Morona, indica que un 45% prefiere ir acompañado de un grupo de 2 a 3 personas, un 35% con más de 4 personas y un 20% con 1 a 2 personas; se supone entonces, que la mayoría de personas prefieren viajar en grupo, ya sea con amigos y/o familia.





6.- ¿Qué fecha prefiere para visitar Morona?

Gráfico 12.



**Fuente:** Anexo - Cuadro 15.

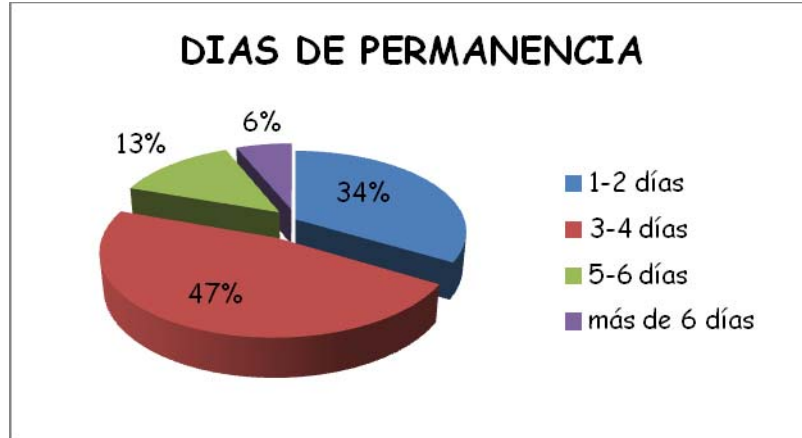
**Interpretación**

El gráfico 12, que representa las festividades que prefieren los encuestados para visitar el cantón Morona, indica que un 45% prefiere realizar sus viajes en vacaciones escolares, un 26% en feriados, un 14% en fiestas de Macas, un 10% en fines de semana y el 5% otros. Esto confirma el sistema de desplazamiento turístico de la demanda potencial.



7.- ¿Cuántos días permanecerá en el cantón Morona?

Gráfico 13.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 16.

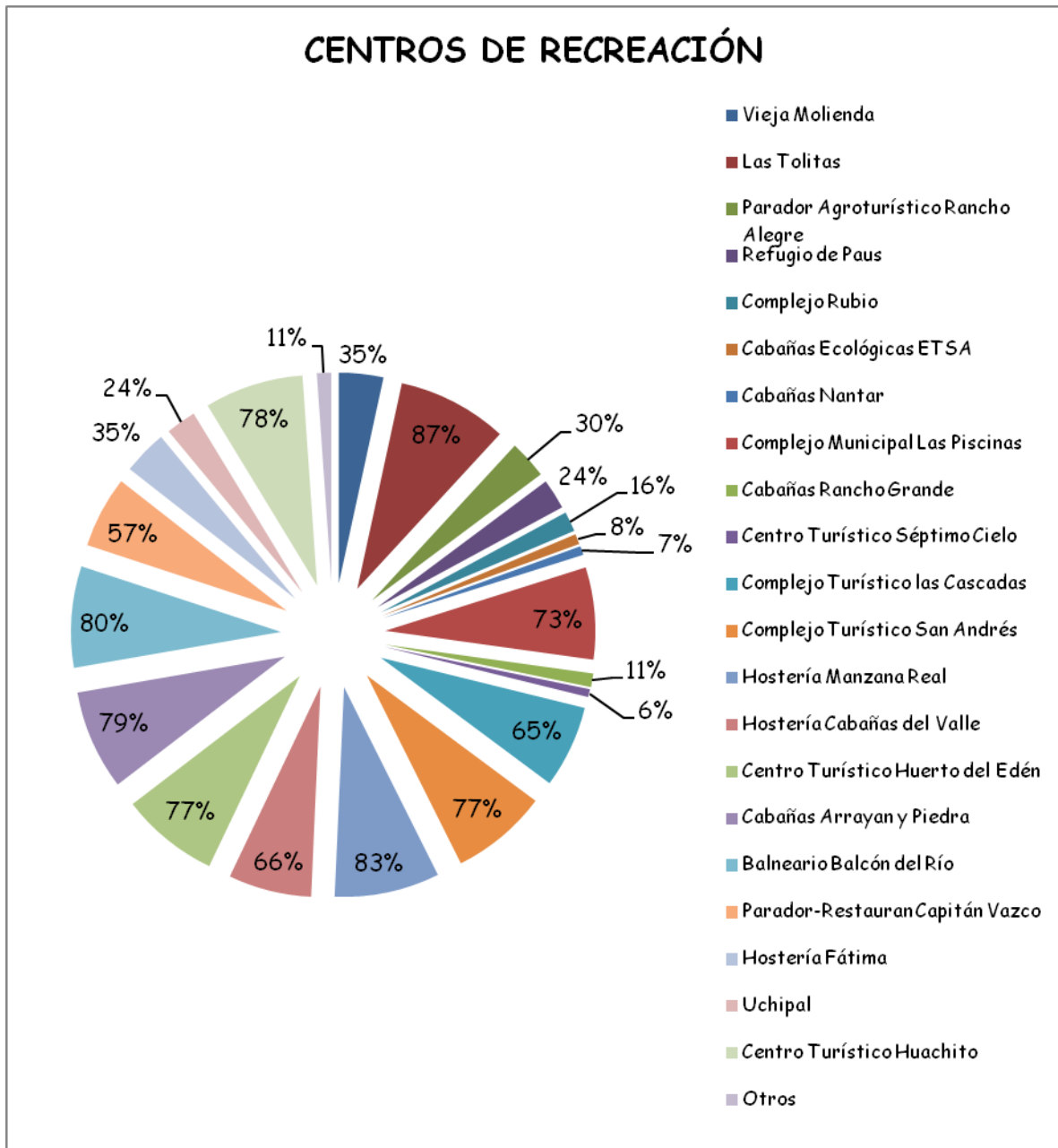
**Interpretación**

El gráfico 13, que representa los días de permanencia de los encuestados en el cantón Morona, indica que un 47% de los visitantes permanecen de 3 a 4 días en el cantón, un 34% de 1 a 2 días, un 13% de 5 a 6 días y un 6% más de 6 días.



8.- Señale que centros de recreación y descanso ha visitado en el cantón Morona:

Gráfico 14.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 17.

**Interpretación**

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA

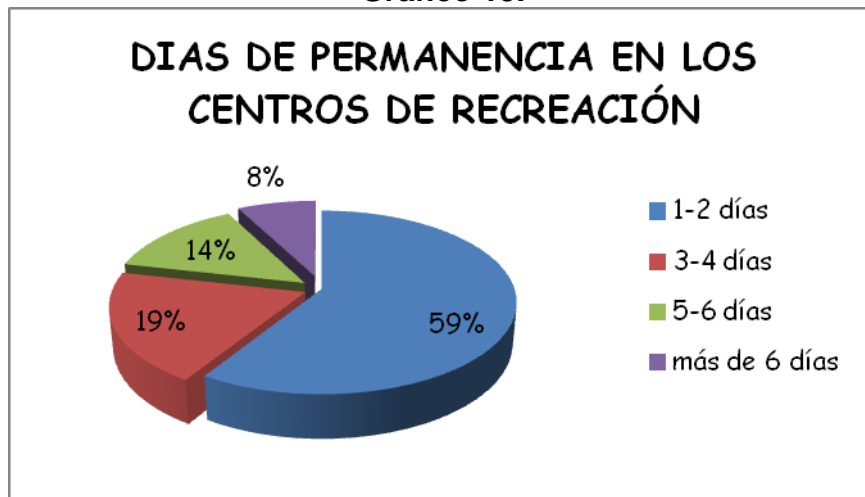


## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El gráfico 14, que representa la concurrencia de los encuestados a los centros de recreación, indica que de un 100% (275 encuestados) ha visitado: un 80% Balneario Balcón del Río, un 79% Cabañas Arrayan y Piedra, un 57% Parador - Restaurant Capitán Vazco y un 30% Parador Agroturístico Rancho Alegre, lo cual nos muestra el nivel de preferencia de los consumidores y a la vez se identifica a nuestros posibles competidores en la zona.

**9.- ¿Cuántos días ha permanecido en los centros turísticos que ha señalado anteriormente?**

Gráfico 15.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 18.

### Interpretación.

El gráfico 15, que representa los días de permanencia de los encuestados en los centros de recreación, indica que un 59% prefiere visitar de 1 – 2 días los diferentes lugares o centros de recreación familiar, un 19% de 3 – 4 días, un 14% de 5 a 6 días y un 8% más de 6 días, ya sean fines de semana o feriados.

### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10.- Usted acude a los centros de recreación y descanso con:

Gráfico 16.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 19.

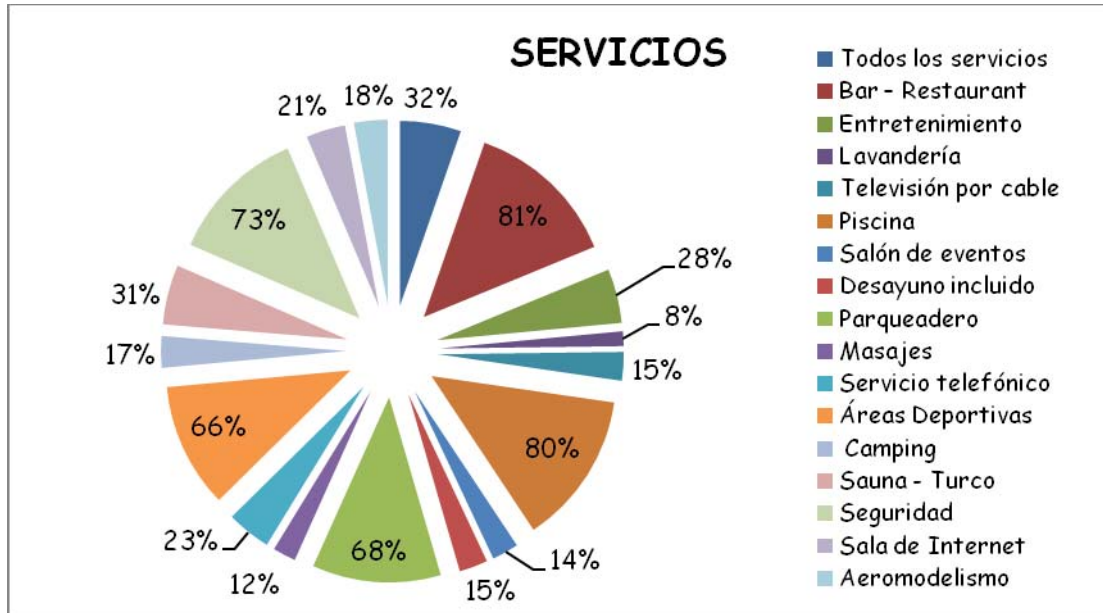
**Interpretación.**

El gráfico 16, que representa con quienes acuden los encuestados a los centros de recreación, indica que de un 100% (275 encuestados) acuden: un 86% con la familia, un 51% con amigos, un 43% con pareja y un 31% solos.



11.- ¿Qué servicios valora o busca al momento de elegir un centro turístico?

Gráfico 17.



Fuente: Anexo 2 - Cuadro 20.

**Interpretación.**

El gráfico 17, que representa los servicios que los encuestados consideran necesarios al momento de acudir a un centro de recreación y descanso, menciona como primera opción el Bar – Restaurante con el 81%, como segunda opción la Piscina con el 80%, en tercer lugar la Seguridad con el 73%, en cuarto lugar está el Parqueadero con el 68%, las Áreas Deportivas con el 66%, todos los servicios con el 32%, sauna – turco con el 31%, entretenimiento con el 28%, servicio telefónico con el 23%, sala de internet con el 21%, aeromodelismo con el 18%, camping con el 17%, televisión por cable y desayuno incluido con el 15%, salón de eventos con el 14%, masajes con el 12% y finalmente lavandería con el 8%.

**AUTORAS:**

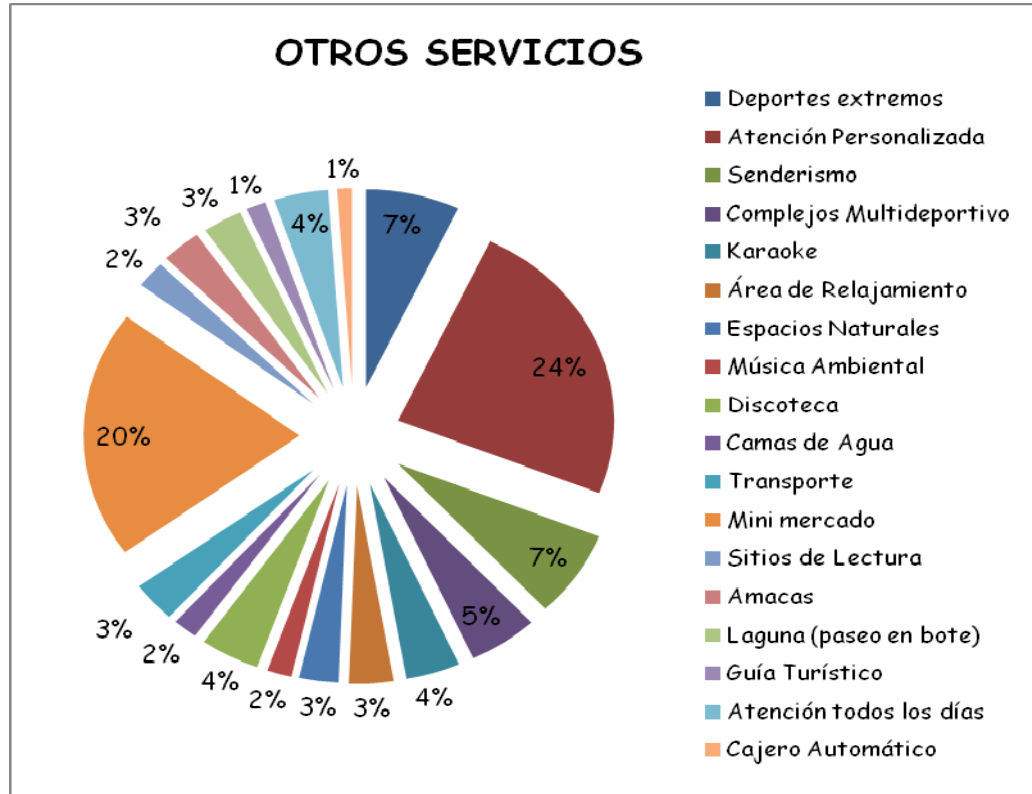
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

12.- Aparte de los servicios mencionados anteriormente. ¿Qué otros servicios considera necesario?

Gráfico 18.



Fuente: Anexo 2 - Cuadro 21.

**Interpretación.**

El gráfico 18, que representa otros servicios que los encuestados consideran necesarios al momento de acudir a un centro de recreación y descanso, indica que un 24% prefiere atención personalizada, un 20% prefiere un mini mercado, un 7% senderismo y deportes extremos respectivamente, un 5% complejos multideportivos, un 4% atención todos los días, discoteca y karaoke respectivamente, un laguna (paseo en bote), hamacas, transporte, espacios naturales y área de relajamiento respectivamente, un 2% sitios de lectura, camas de agua y música ambiental respectivamente, un 1% cajero automático y guía turístico respectivamente, lo cual nos muestra los gustos y necesidades de los consumidores al momento de elegir un lugar.

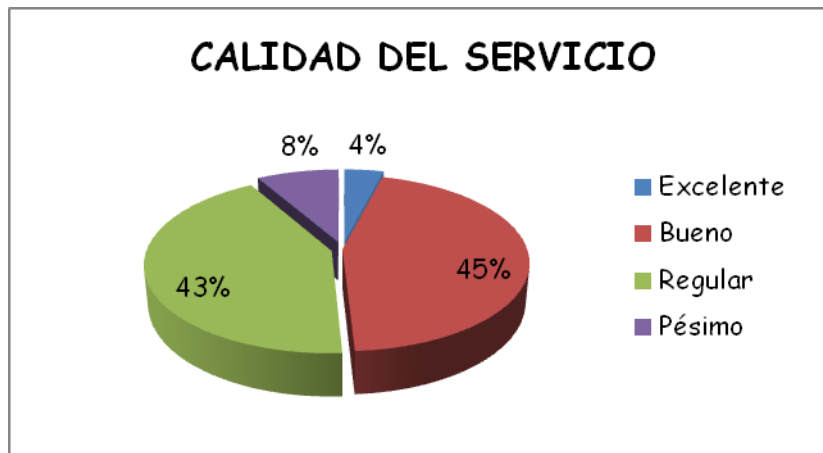
**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



13.- ¿Cómo calificaría usted los servicios prestados en los diferentes centros turísticos que ha visitado?

Gráfico 19.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 22.

#### Interpretación.

El gráfico 19, que representa la calificación que dan los encuestados a los servicios prestados en los diferentes centros turísticos, indica que un 45% de los servicios es bueno, un 43% considera que son regular, un 8% malos y un 4% excelente; estos resultados manifiestan un ineficiente servicio debido a que no existe una adecuada organización al momento de ofrecer los servicios y una insuficiente capacitación en el área de servicio al cliente.

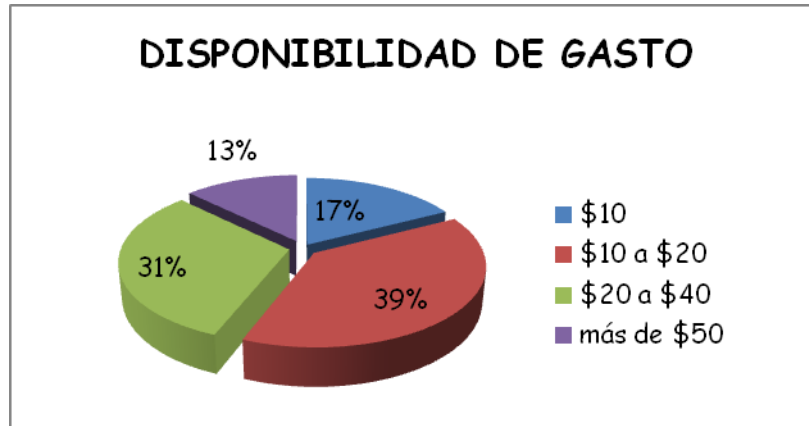




UNIVERSIDAD DE CUENCA

14.- ¿Su promedio de gasto diario por persona, dentro de un centro turístico, es/fue?

Gráfico 20.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 23.

**Interpretación.**

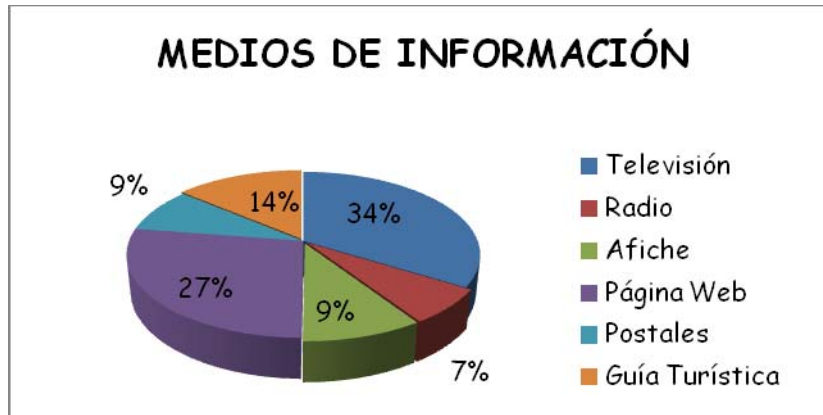
El gráfico 20, que representa la disponibilidad de gasto de los encuestados en los diferentes centros turísticos, indica que un 39% está dispuesto a pagar de \$10 a \$20, un 31% de \$20 a \$40, un 17% de \$10 y un 13% más de \$50.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

15.- ¿Cuál cree que es el principal medio para informarse sobre un centro turístico?

Gráfico 21.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 24.

### Interpretación.

El gráfico 21, que representa los medios de información, indica que las personas encuestadas sugieren informarse sobre un centro turístico a través de los siguientes medios: el 34% propone la Televisión, el 27% una Página Web, el 14% menciona la Guía Turística, el 9% señala los Afiches, el 9% indica los Postales y un 7% el radio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

16.- ¿Le gustaría acudir a un nuevo centro de recreación y descanso, en la vía Macas Puyo, que aparte de brindar los servicios básicos, proporcione los siguientes servicios: micromercado, tarabita, área de deportes extremos, cabalgatas, show (rodeos, artistas), juego mecánico (toro loco)?

Gráfico 22.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 25.

**Interpretación.**

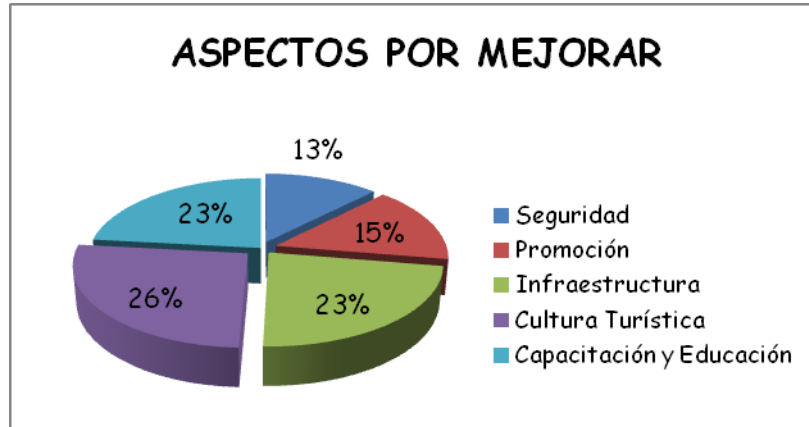
El gráfico 22, que representa la aceptación de un nuevo centro de recreación y descanso, indica que el 97% de las personas acepta el nuevo centro y el 3% no está de acuerdo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

17.- Señale qué es lo que debería mejorar en el cantón Morona:

Gráfico 23.



**Fuente:** Anexo 2 - Cuadro 26.

### Interpretación

El gráfico 23, que representa los aspectos que se deben mejorar en el cantón Morona, indica un 26% la cultura turística, un 23% la infraestructura, capacitación y educación, un 15% la promoción y un 13% la seguridad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.1.7. ELABORACIÓN DEL INFORME DE LA INVESTIGACIÓN

#### PERFIL DE LA DEMANDA POTENCIAL:

- ❖ La mayoría de personas encuestadas pertenecen a un rango de edad que va desde los 21 años hasta los 35 años, lo que demuestra, que son parte de una población económicamente activa que pueden satisfacer sus necesidades.
- ❖ El género que predomina en las encuestas es el femenino, teniendo una diferencia de 22 puntos sobre el sexo masculino que puede explicarse a las diferentes actividades económicas, sociales y políticas en las que ha ido progresando.
- ❖ El estado civil de los encuestados se caracteriza por ser solteros y casados, lo cual muestra que al captar este mercado potencial, seguramente, van a viajar con sus familias y/o grupos de amigos lo que representaría un incremento de la demanda turística.
- ❖ El nivel de educación formal de los encuestados es de 39% secundaria y 44% superior, lo que indica un alto nivel de preparación académica de la demanda potencial; esto hace que la mayoría de personas ya posean trabajos estables y niveles económicos buenos con ingresos superiores a \$264, permitiendo una aceptación relativa de la concepción de los productos y/o servicios que se oferten.
- ❖ La mayor parte de la población encuestada reside en Macas, en base al proyecto que estamos desarrollando, nuestro mercado objetivo será la gente que habita en ese lugar, quienes serán nuestra demanda potencial.

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ La principal motivación de los encuestados para realizar sus viajes son el turismo con un 41% y por negocios con un 23%, lo cual manifiesta que durante los fines de semana, vacaciones y/o feriados, son una oportunidad para ofrecer los servicios que se pretenden crear.
  
- ❖ Las personas encuestadas en su mayoría, acostumbran a viajar por vía terrestre lo cual nos deja claro, que en su totalidad, prefieren viajar de forma independiente, ya sea en vehículos propios o particulares, debido a que la mayoría de ellos van en grupos de familia o de amigos, optando visitar destinos que ofrezcan nuevas experiencias, por ello nos basaremos en brindar servicios de tipo recreacional, satisfaciendo sus necesidades y con el anhelo de un pronto regreso.
  
- ❖ Las personas encuestadas y los visitantes o turistas que llegaron o llegan al cantón Morona, se caracterizan por venir en los feriados y vacaciones escolares, debido a que se promociona los diferentes lugares, sitios, lagunas, bosques, cascadas, ríos, centros turísticos, entre otros, que posee el cantón. Esta información permite conocer que la mayoría de visitantes se da el tiempo necesario para visitar y experimentar en cada uno de los atractivos turísticos que ofrece el cantón, ya que en su generalidad los feriados van de 3 a 4 días.
  
- ❖ De acuerdo a la investigación realizada, se pudo conocer y definir a la posible competencia, ya que son lugares que poseen diferentes atractivos, entre estos están: Centro Turístico Séptimo Cielo, Parador Agroturístico Rancho Alegre, Parador- Restaurant Capitán Vazco, Cabañas Arrayan y Piedra y Balneario Balcón del Río, siendo estos dos últimos nuestra fuerte competencia, debido a que cuentan con la mayor concurrencia de consumidores. Cabe recalcar, que todos los centros de recreación y descanso anteriormente mencionados se encuentran cerca del lugar donde se instalaría el nuevo Centro de Recreación y Descanso. La mayoría de los encuestados han permanecido en estos centros

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

de 1 a 2 días, lo cual revela la oportunidad de ofrecer servicios de tipo familiar o de grupo.

- ❖ Al momento de elegir un sitio de recreación y descanso, los encuestados, valoran los siguientes servicios: Bar – Restaurante, Piscina, Seguridad, Parqueadero y las Áreas Deportivas; además, consideran necesario la existencia de un micromercado y atención personalizada de calidad, debido a que la mayoría de los centros de recreación y descanso del cantón no cuentan con personal lo suficientemente capacitado en el servicio al cliente.
- ❖ Esto muestra la tendencia que sienten las personas por disfrutar de nuevas actividades y experiencias que los aleje de lo cotidiano; igualmente, esta información permite configurar productos que logren una aceptación en el mercado y satisfagan las expectativas de los consumidores.
- ❖ La información lograda acerca del gasto diario por persona en un centro turístico es importante, porque nos permite conocer cuánto están dispuestos a pagar los consumidores por ciertos servicios, el cual va de \$10 a \$40.
- ❖ Las personas encuestadas utilizan el medio televisivo y página web para enterarse de los lugares turísticos a donde visitar, debido a que se puede apreciar la imagen, sonido, creatividad y sobre todo apelar a los sentimientos del consumidor.
- ❖ Las personas encuestadas, turistas o visitantes consideran que al cantón Morona, le falta mejorar infraestructura, capacitación - educación y cultura turística, lo cual nos indica que se necesita incentivar a la inversión pública y privada para la creación y mejora de los aspectos antes mencionados, ya que con esto se lograría una mejor promoción de su gente, naturaleza, gastronomía, cultura y atractivos turísticos que posee el cantón.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ El 97,42% de los encuestados en la ciudad de Macas indican que la apertura de un nuevo centro de recreación y descanso con servicios innovadores, podría tener una excelente demanda por lo que se debe aprovechar esta oportunidad.
- ❖ El estudio de mercado ha permitido obtener una información verídica, que nos da a conocer que el proyecto puede tener éxito a futuro; pero, con la implementación de nuevos servicios que no existe en la zona; es de vital importancia para introducirse al mercado y satisfacer las necesidades de los posibles consumidores potenciales.

### 2.3. PROYECCIÓN DE MERCADO

La Unidad Técnica de Turismo del cantón Morona, dirigida por la Ing. Yadira Delgado, nos dio a conocer que los Centros de Recreación y Descanso, Hosterías, Cabañas y Paradores Turísticos de la ciudad de Macas, en el año 2009, tuvieron una afluencia promedio de 325.897 visitantes locales, nacionales y extranjeros. Es por ello, que para obtener la proyección de mercado, captaremos un 7% del número de visitantes mencionado anteriormente y a partir del siguiente año de su funcionamiento incrementará nuestra demanda en 1%.

VISITANTES 2009= 325.897

DEMANDA POTENCIAL= 7%

TASA DE CRECIMIENTO= 1%.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 27. Proyección de la Demanda**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL
AÑO 1	22813
AÑO 2	23041
AÑO 3	23271
AÑO 4	23504
AÑO 5	23739

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Unidad Técnica de Turismo del cantón Morona.

La demanda potencial se realizó en base a nuestra competencia, tomando un porcentaje promedio de clientes que se puede captar como mercado objetivo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# CAPÍTULO III

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



### 3. ESTUDIO TÉCNICO

Con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables que existen en torno al proyecto se procederá a desarrollar el planteamiento técnico, buscando definir las características del Centro de Recreación y Descanso de los productos y/o servicios que se ofrecerán. Aquí se determinará el nivel máximo de operatividad del centro y la capacidad instalada que se dispondrá para atender la demanda de los posibles consumidores.

Según la proyección de mercado realizada, se llegó a determinar que el mercado turístico está conformado por 325.897 personas. Es por ello, que la investigación ha pronosticado un 7% como la demanda potencial; es decir, de las 325.897 personas captaremos aproximadamente 22813 personas, que es nuestro mercado meta.

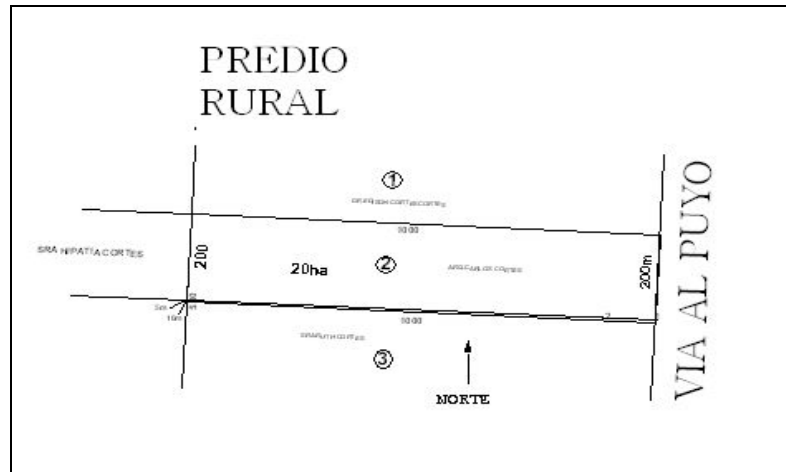
#### 3.1 TERRENO

El terreno se encuentra ubicado en el sector Veracruz perteneciente a la parroquia Sinaí, en las afueras de la ciudad de Macas, en el cantón Morona vía al Puyo a 16km aproximadamente; la localización del terreno favorece al proyecto ya que tiene una vía principal de acceso en perfectas condiciones, rodeada de variada flora y fauna, la misma que será complementada con la comodidad y calidad de los servicios que se ofrecerá al público. El terreno disponible tiene un total de 20 hectáreas (200.000 m<sup>2</sup>), perteneciente al Arq. Carlos Cortés y a la Ing. Sonia Aguirre.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Gráfico 24.**



**Elaborado por:** Arq. Carlos Cortés Madero.

Para poner en marcha el proyecto, se utilizará una extensión de 22203.42 m<sup>2</sup>. El lugar, al ser de cómodo acceso, facilita la contratación de mano de obra y el transporte de materiales e insumos sin causar molestias a la población. El costo aproximado del área destinada para la construcción se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro 28.**

<b>Costo Actual</b>	
Área del Terreno para el proyecto	22203.42m <sup>2</sup>
Precio de Mercado	5\$ c/m <sup>2</sup>
Valor Presente	\$ 111017.1

**Elaborado por:** las autoras.

Para cubrir parte de los costos de inversión en la adquisición de muebles y enseres, equipos de computación, maquinaria y equipos, entre otros, se procederá a vender 5 hectáreas a \$5 c/m<sup>2</sup>, obteniendo el valor de \$250.000, el mismo, que será considerado como capital propio.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Fuente:** Imagen tomada por las autoras.

### 3.2 CAPACIDAD INSTALADA

En el terreno de 2.22 hectáreas (22203.42 m<sup>2</sup>) promedio, se construirán:

- ❖ 10 cabañas para hospedaje de nuestros huéspedes.
- ❖ 3 cabañas abiertas aptas para el desarrollo de diversas actividades.
- ❖ Una sala de uso múltiple que conecta a la cocina y una sala de uso juvenil, lo que facilitará el manejo para los diferentes eventos sociales a realizarse.
- ❖ Una cabaña de administración y recepción que servirá para el control de las actividades a efectuarse en el Centro de Recreación y Descanso.
- ❖ Para el ejercicio y distracción, habrá canchas múltiples, piscina, sauna, turco, gimnasio, un lago para botes, entre otros.
- ❖ Un área social (sala de uso múltiple, restaurante, bar - karaoke), adicionalmente los jardines y áreas verdes.
- ❖ Un micromercado.



### 3.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

#### 3.3.1 DISPOSICIÓN ESPACIAL DEL PROYECTO (LAYOUT)

El Centro de Recreación y Descanso tendrá un área de construcción total de 22203m<sup>2</sup>; a continuación, en la tabla, se detallará los respectivos tamaños de cada área.

#### **Cuadro 29. Distribución y tamaño de cada área del Centro**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>m<sup>2</sup></i>	<i>Total m<sup>2</sup></i>
<b>ÁREA DE DESCANSO</b>			
Cabaña matrimonial tipo 1	2	37,53	75,06
Cabaña doble tipo 2	2	56,37	112,74
Cabaña familiar tipo 3	2	61,14	122,28
Cabaña tipo 4	4	19,31	77,24
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Portón de Ingreso	1	3,6	3,6
Cabaña de Administración y Recepción	1	35,24	35,24
<b>ÁREA SOCIAL</b>			
Sala de uso múltiple	1	121,64	121,64
Choza abierta	3	19,31	251,03
<b>ÁREA DE RECREACIÓN Y JUEGOS</b>			
Gimnasio	1	77,25	77,25
Sauna-Turco y camerinos	1	56,64	56,64
Baños	2	9	18
Juegos para Niños		50	50
Piscina para niños	1	50,27	50,27
Piscina para adultos	1	232,92	232,92
Laguna	1	1625,27	1625,27
Senderos		612,21	612,21
Área Verde		15060,16	15060,16
<b>ÁREA DE DEPORTES</b>			
Canchas múltiples		1475	1475
Cancha voleibol	1	75	75
Zona de Parqueo	80 plazas	23,47	1878,37
<b>ÁREA COMERCIAL</b>			
Mini centro comercial	1	180	180
<b>OTRAS ÁREAS</b>			
Cuarto de Equipos	1	9	9
Guardianía	1	4,5	4,5
<b>ÁREA TOTAL</b>			<b>22203,42</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Arq. Carlos Cortés Madero.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## Plano 1. EMPLAZAMIENTO DEL CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO



*Elaborado por:* Arq. Carlos Cortés Madero.

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El gráfico anterior representa el plano del proyecto turístico el cual fue elaborado por la Arq. Carlos Cortés Madero.

### Cuadro 30.

#### *Información*

<b>Proyecto:</b>	Centro de Recreación y Descanso
<b>Localización:</b>	Sector Veracruz, Sinaí, vía Macas – Puyo.

**Elaborado por:** las autoras.

El centro de recreación y descanso, contará en su estructura física de las siguientes áreas:

- ❖ Área de descanso.
- ❖ Área social.
- ❖ Área de recreación y juegos.
- ❖ Área de deportes.
- ❖ Área comercial.
- ❖ Otras áreas.

### 3.3.1.1 LAYOUT DEL ÁREA DE DESCANSO

#### **Cabañas**

El Centro de recreación y descanso contará con 10 cabañas para alojamiento, divididas de la siguiente manera.



*Modelo de cabaña.*

#### **AUTORAS:**

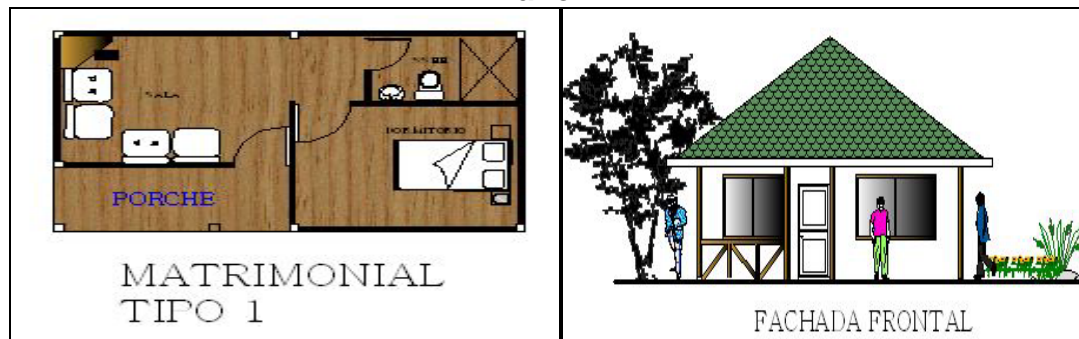
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cabaña tipo 1:** serán habitaciones matrimoniales (capacidad para 2 personas), las cuales tendrán en su interior un dormitorio máster, una sala, un mini bar, un baño completo, como también un porche en la entrada lo que permitirá el contacto con la naturaleza. El área de éstas será de 37.53m<sup>2</sup> (2 cabañas).

**Plano 2.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

**Cabaña Tipo 2:** cuenta con 2 habitaciones que tendrán capacidad para 4 personas ésta incluye un baño, sala de estar y un hall posterior para colocar hamacas y bancos de descanso y un porche en su entrada, tendrán un área de 56,37 m<sup>2</sup> (2 cabañas).

**Plano 3.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

**AUTORAS:**

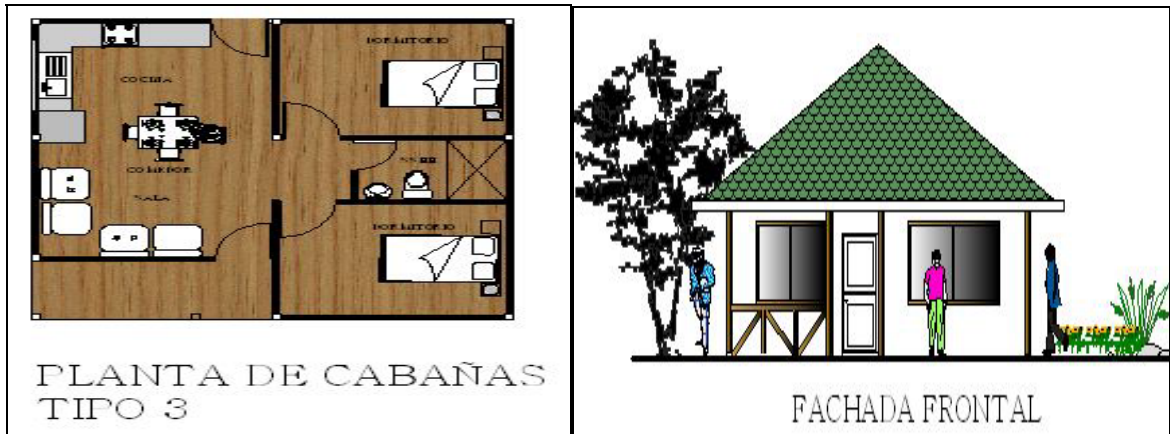
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cabaña Tipo 3:** cuenta con 2 habitaciones con capacidad para 4 personas, ésta incluye un baño, sala, comedor, cocina y un porche en la entrada con un área total de 61,14m<sup>2</sup> (2 cabañas).

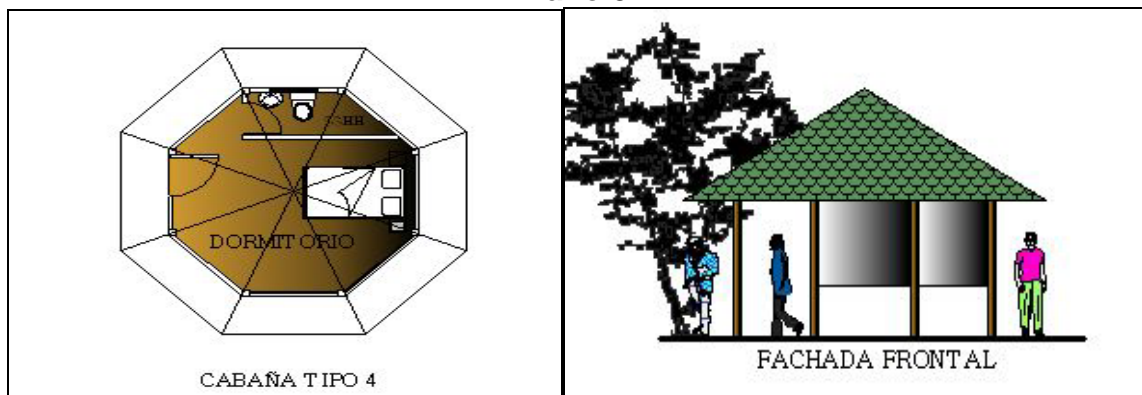
### Plano 4.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

**Cabaña Tipo 4:** cuenta con 1 habitación máster, un baño, tendrá capacidad para 2 personas con un área total de 19.31m<sup>2</sup> (4 cabañas).

### Plano 5.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 31. Capacidad de las cabañas**

<i>Cantidad</i>	<i>Tipo</i>	<i>Plazas (máx.)</i>
2	Cabañas Matrimoniales	4
2	Cabaña tipo 2	8
2	Cabaña familiares	8
4	Cabañas tipo 4	8
<b>TOTAL HUÉSPEDES</b>		<b>28</b>

*Elaborado por:* las autoras.

### 3.3.1.2 LAYOUT DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

El Centro de Recreación y Descanso contará con un portón de ingreso de característica rústica que denota la nueva tendencia en la arquitectura ecológica utilizando los materiales del medio. Esta área tendrá un espacio de 3.6m<sup>2</sup>; desde aquí los clientes se podrán dirigir a las cabañas y a las demás áreas del centro.



*Modelo del portón de ingreso.*

Habrà una cabaña de administración y recepción la cual permitirá el control de las diferentes actividades a realizarse en el centro. Aquí se ubicará la entrada principal y una pequeña sala, la misma que tendrá dos entradas: una para el ingreso al restaurante, otra para el lobby y recepción.

**AUTORAS:**

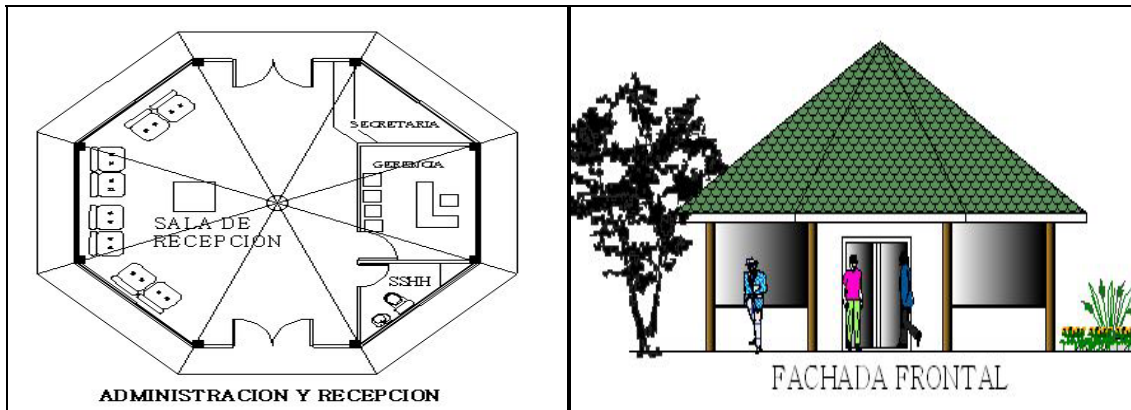
DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Plano 6.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### 3.3.1.3 LAYOUT DEL ÁREA SOCIAL

#### ❖ SALA DE USO MULTIPLE

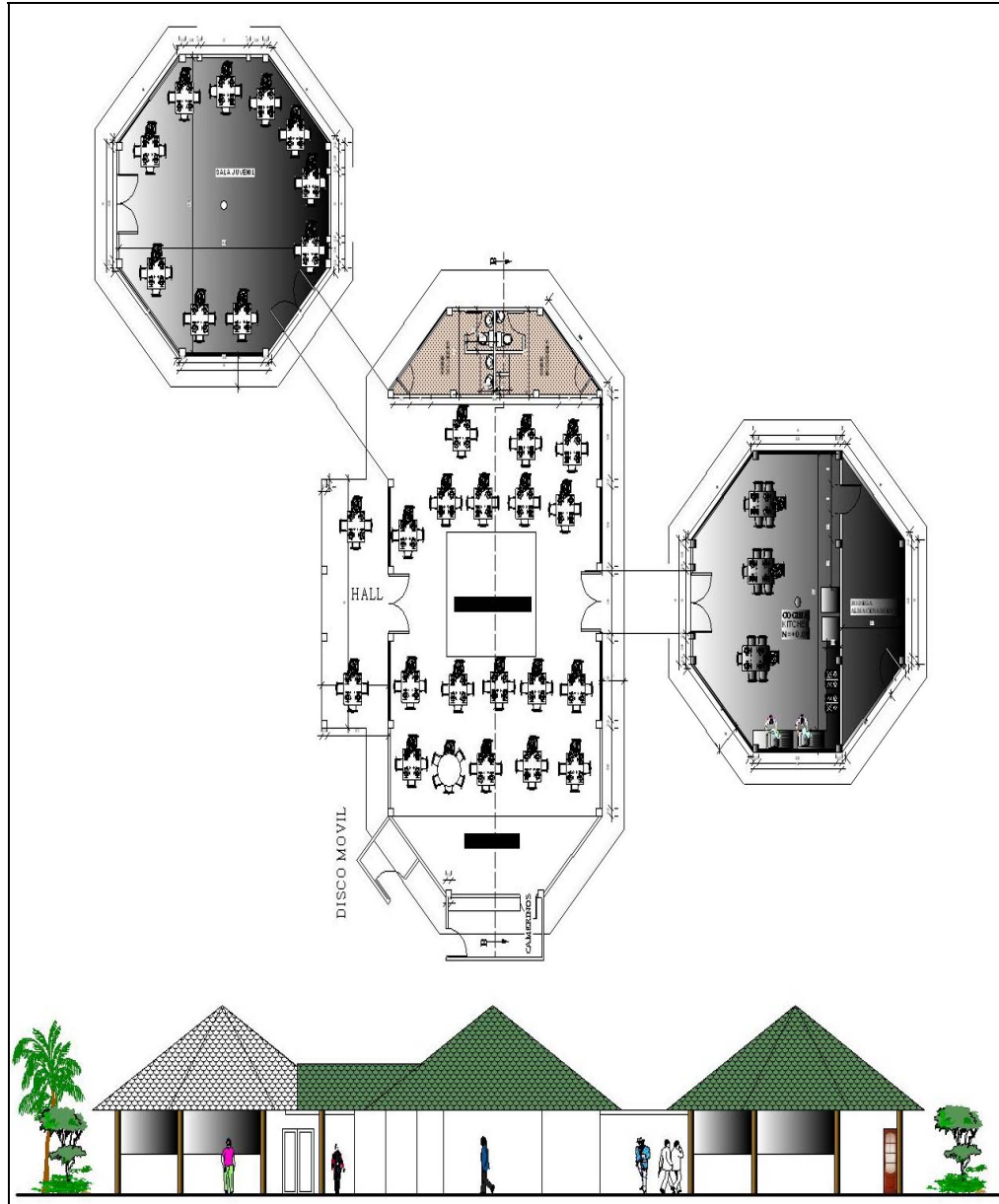
Se utilizará para diferentes actividades como: restaurante, bar - karaoke, actos sociales, esta área será de 121.64 m<sup>2</sup> y consta de: escenario 18.44 m<sup>2</sup>, camerino 8.82 m<sup>2</sup>, área de discomóvil 4.01 m<sup>2</sup>, área de baile, etc.

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Plano 7.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

❖ **CHOZA ABIERTA**

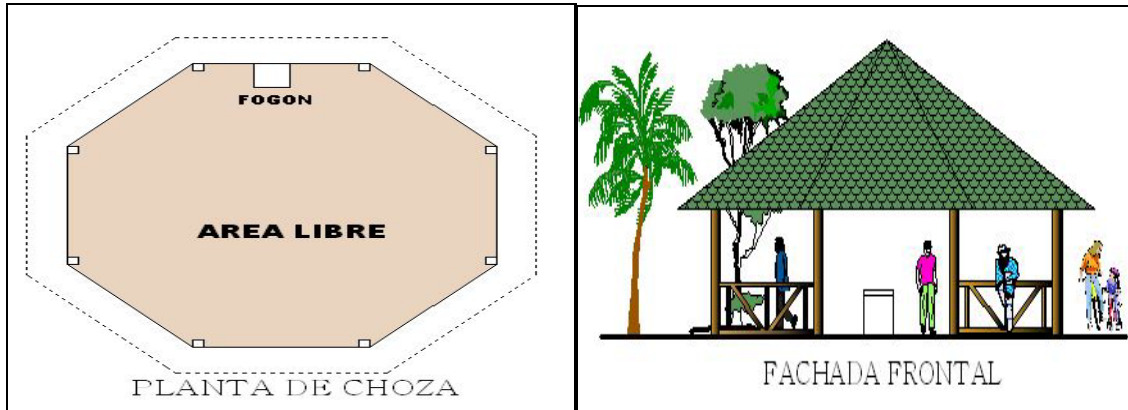
Estas chozas serán utilizadas para realizar los BBQ o parrilladas, tendrán una mesa con sillas, un asadero, donde se podrán reunir las familias para pasar una tarde amena (3 chozas).

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



Plano 8.



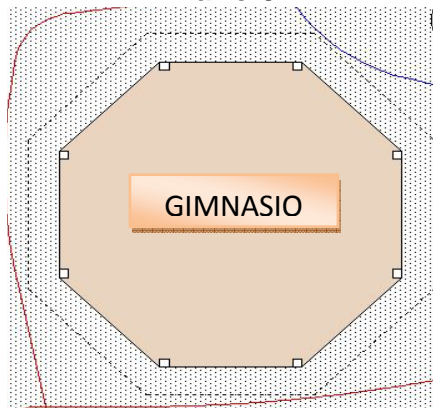
*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### 3.3.1.4 LAYOUT DEL ÁREA DE RECREACIÓN Y JUEGOS

#### ❖ Gimnasio

Con una capacidad para 20 máquinas y un área para aeróbicos.

Plano 9.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

#### ❖ Sauna - Turco y Camerinos

El sauna como el turco tendrán una capacidad de 15 personas cada uno. Los vestidores, con un área de 56.64m<sup>2</sup>, se encontrarán a continuación del sauna-

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

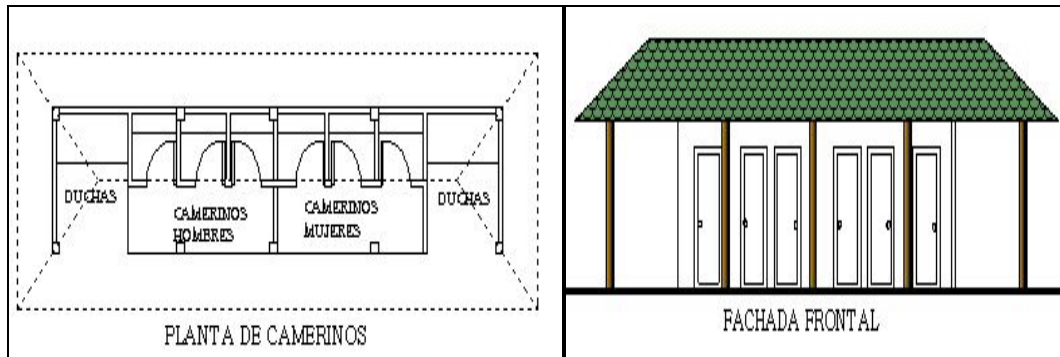
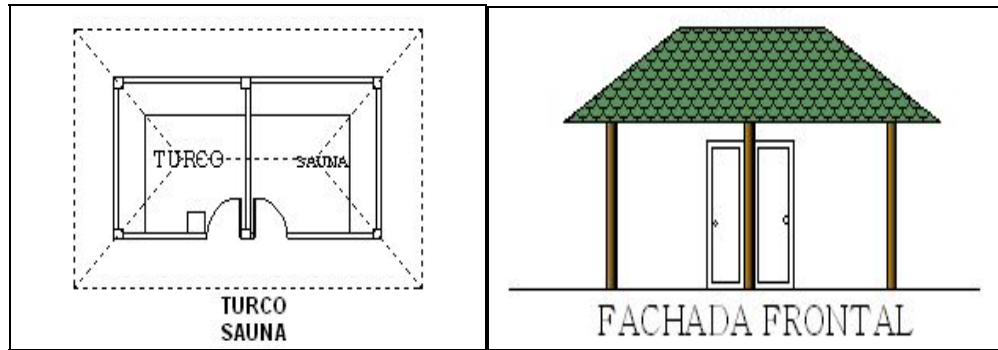
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

turco; estos tendrán camerinos con sus respectivas duchas tanto para mujeres y hombres.

**Plano 10.**

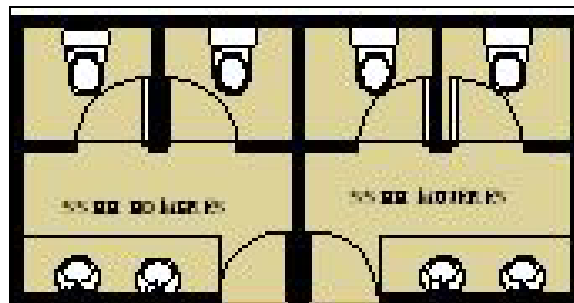


*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### ❖ Baños

Estos baños se encontrarán en la zona de piscinas, cada género tendrá 2 baños disponibles, con sus respectivos lavabos, espejos, secador de manos, papel desechable y accesorios de tocador. Área de 9 m<sup>2</sup> c/u = 18 m<sup>2</sup>.

**Plano 11.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ❖ Juegos para niños

El área de juegos para niños tendrá aproximadamente 50 m<sup>2</sup>.

**Plano 12.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### ❖ Piscina niños

Para distracción de los niños se dispondrá de una piscina con una dimensión de 3m<sup>2</sup> x persona (17 personas) = 50.27 m<sup>2</sup> (profundidad 0.50 cm).

**Plano 13.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### ❖ Piscina adultos

Esta zona será la más asistida, ya que a la mayoría de los usuarios les agrada. Para comodidad de los clientes se dispondrá de una piscina de 3m<sup>2</sup> x persona (90 personas) = 232.92m<sup>2</sup> (profundidad 1.50 a 2 m). Habrá agua entubada que será tratada y un pozo séptico con tratamientos ecológicos.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Plano 14.



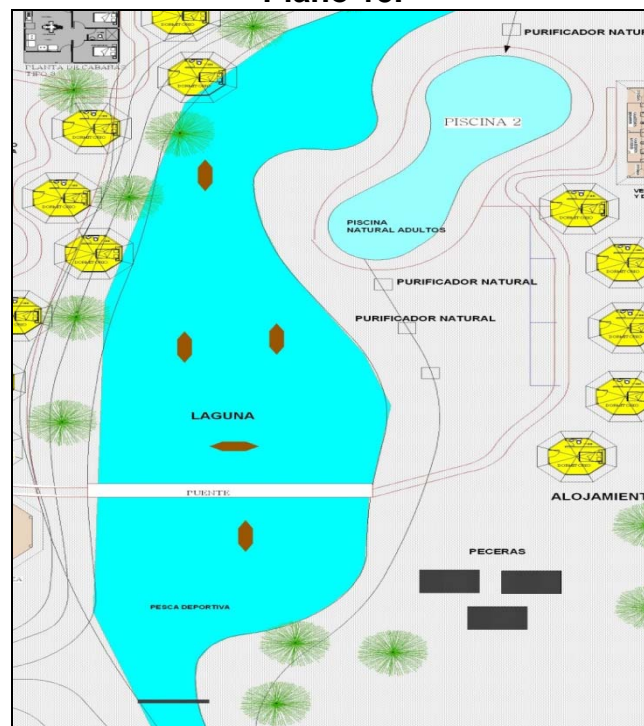
*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

#### ❖ Laguna

La laguna servirá para que los usuarios se relajen usando los botes y remos; tendrá capacidad para 10 a 20 botes y cada bote tendrá una capacidad de 4 personas.

Se podrá disfrutar de fogatas a su orilla.

### Plano 15.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ❖ Senderos

Existirán 2 tipos de senderos, tanto para caminatas al aire libre como ciclismo.

- ◆ Senderos para dirigirse a las instalaciones.
  - Ancho: 1,5m.
  - Material: triturado.
- ◆ Senderos de ciclismo.
  - Ancho: 1.2 m.
  - Material: Terreno compactado.

Todas las vías, servicios públicos, senderos para caminar, montar a caballo y bicicleta, contarán con servicio eléctrico y una planta de emergencia.

### ❖ Área verde

Complementando la naturaleza del sector, el centro contará con jardines y áreas verdes destinados para picnic.

**Plano 16.**



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### 3.3.1.5 LAYOUT DEL ÁREA DE DEPORTES

#### ❖ Cancha Múltiple

La cancha de uso múltiple tendrá un área de 1475 m<sup>2</sup>.

#### AUTORAS:

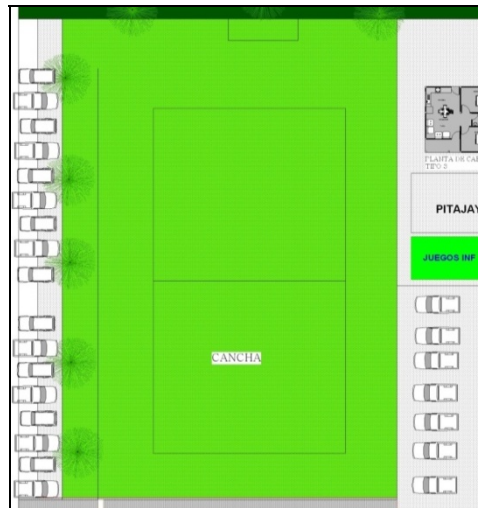
DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Plano 17.

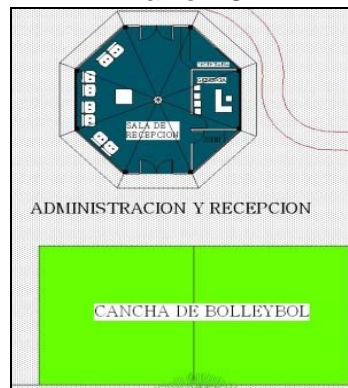


*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

#### ❖ Cancha de Volley

Estará cerca de la zona de administración y recepción; esta cancha servirá para los encuentros deportivos que se realizarán en el centro y para el uso de los clientes.

### Plano 18.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

#### ❖ Zona de parqueo

Esta zona tiene una capacidad para 80 vehículos totalmente seguros.

#### **AUTORAS:**

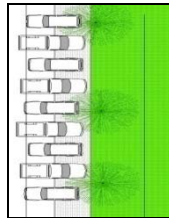
DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Plano 19.

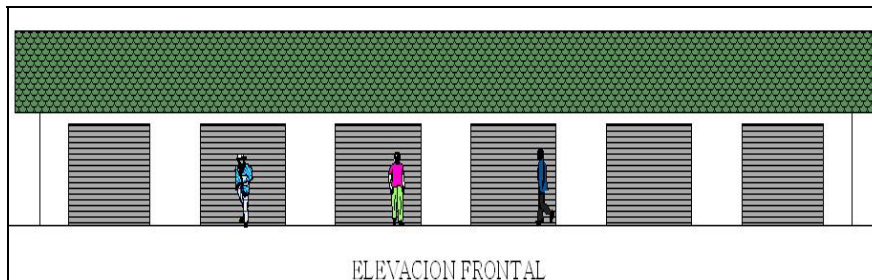


*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### 3.3.1.6 LAYOUT DEL ÁREA COMERCIAL

Este micromercado tendrá un área de 180 m<sup>2</sup>, aquí se pondrá a disposición de los clientes todo lo que se refiere a víveres, golosinas, etc.

Plano 20.



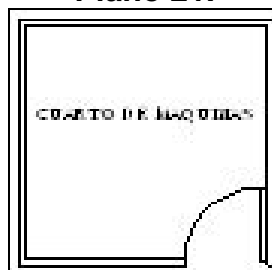
*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

### 3.3.1.7 OTRAS ÁREAS

#### ❖ Cuarto de máquinas

Aquí estarán ubicadas todas las máquinas necesarias para el buen funcionamiento del centro como motor de luz, bombas para la piscina, purificador de agua, etc.

Plano 21.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA

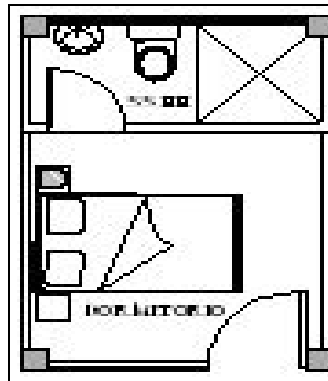


## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ❖ Guardianía

Aquí se ubicará un dormitorio y baño para el guardia de seguridad.

Plano 22.



*Elaborado por: Arq. Carlos Cortés Madero.*

## 3.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

### 3.4.1 NOMBRE

El Centro de Recreación y Descanso se denominará como: “Los Canelos”, debido a que en el terreno donde se pretende implementar dicho centro, predomina la planta de canela; la misma, que es utilizada como esencia para la bebida tradicional del cantón Morona, como es la Guayusa (ingredientes para la preparación de la bebida: hoja de guayusa, canela, naranjilla y azúcar al gusto).

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Elaborado por:** las autoras.

Esta será la imagen con la que el centro se dará a conocer en el mercado, para de esta manera, establecerse en la mente de los consumidores.

### Descripción:

- ❖ El nombre del centro, irá en letra cursiva de color café aparentando el tono de la corteza de canela; además, se encuentra resaltado con la imagen de una canela en forma de “I”.
- ❖ La imagen de una cabaña, representa el modelo de la entrada al centro, la misma, que contará con un estilo rústico rodeada de flores.
- ❖ La imagen del volcán Sangay, representa los exuberantes paisajes que tiene el cantón, siendo esta una ventaja, ya que desde el centro se podrá observar la cima del Sangay.
- ❖ La imagen de una parte del centro histórico de Macas, representa su historia, que la describe como una ciudad simpática en la Amazonía conocida como la “Esmeralda Oriental”.
- ❖ La imagen de las personas representa la cultura shuar con sus costumbres y tradiciones, que se caracterizan por vivir en la selva junto a ríos y lagunas del cantón Morona.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ La imagen del papagayo en la naturaleza, representa la flora y fauna existente en la zona donde se ubicará el centro; de esta manera, las personas podrán alejarse del ruido de la ciudad al encontrarse rodeados de un espléndido ecosistema.

### 3.4.2 LOGO

Este gráfico es un desglose de la imagen anterior; será utilizada para el encabezado de los documentos que haga uso el centro y en ciertas promociones publicitarias.



*Elaborado por:* las autoras.

### 3.4.3 ESLOGAN

***"DONDE LA NATURALEZA Y LA AVENTURA SE JUNTA EN UN SOLO AROMA"***

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.4 SERVICIOS

El Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, será una empresa destinada a brindar los siguientes servicios

#### 3.4.4.1 ÁREA DE DESCANSO

##### ❖ CABAÑAS

*“Un lugar que ofrece paz y tranquilidad”*



*Modelo de habitación.*

Se ofrecerá el servicio de hospedaje, en el que se encontrará rodeado de un ambiente rústicos muy acogedor, lejos del bullicio e inmerso en una naturaleza espectacular.

#### **CABAÑAS TIPO 1**

##### ❖ Habitación Matrimonial

Cómodas y amplias habitaciones equipadas con:



##### **Dormitorio Máster:**

- ◆ Una cama de dos plazas (sábanas y sobrecama).
- ◆ Aire acondicionado.
- ◆ Teléfono.
- ◆ Dos veladores.
- ◆ Dos lámparas.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ Armario con 6 armadores y cajones.
- ◆ TV de 14 pulgadas a color con cable.



### Sala:

- ◆ Juego de 4 sofás.
- ◆ Mesa de centro.



### Mini bar:

- ◆ Mini nevera.
- ◆ Bebidas.



### Baño Completo:

- ◆ Agua caliente.
- ◆ Cuarto de baño.
- ◆ Tina jacuzzi.
- ◆ Ducha.
- ◆ Bidé.
- ◆ 4 toallas.
- ◆ Artículos de tocador (papel higiénico, shampoo, rinse, jabón).



### Wifi (conexión inalámbrica a internet).



### Servicio a la habitación (desayuno).

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## **CABAÑA TIPO 2**

### **❖ Habitación Doble**

Cómodas y amplias habitaciones equipadas con:



#### **Dormitorio:**

- ◆ Una cama de dos plazas (sábanas y sobrecama).
- ◆ Una cama de 1 ½ plaza (sábanas y sobrecama).
- ◆ Aire acondicionado.
- ◆ Teléfono.
- ◆ Dos veladores.
- ◆ Dos lámparas.
- ◆ Armario con 6 armadores y cajones.
- ◆ TV de 14 pulgadas a color con cable.



#### **Sala:**

- ◆ Juego de 4 sofás.
- ◆ Mesa de centro.

#### **☀️ Hall:**

- ◆ Hamacas.
- ◆ Mesa.
- ◆ Bancos de descanso.



#### **Baño Completo:**

- ◆ Cuarto de baño.
- ◆ Tina normal.
- ◆ Ducha.
- ◆ 4 toallas.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ Artículos de tocador (papel higiénico, shampoo, rinse, jabón).



**Wifi (conexión inalámbrica a internet).**



**Servicio a la habitación (desayuno).**

### ***CABAÑA TIPO 3***

#### **❖ Habitación familiar**

Cómodas y amplias habitaciones equipadas con:



#### **Dormitorio:**

- ◆ Una cama de dos plazas (sábanas y sobrecama).
- ◆ Una cama de 1 ½ plaza (sábanas y sobrecama).
- ◆ Aire acondicionado.
- ◆ Teléfono.
- ◆ Dos lámparas.
- ◆ Armario con 6 armadores y cajones.
- ◆ TV de 14 pulgadas a color con cable.



#### **Sala:**

- ◆ Sofás.
- ◆ Mesa de centro.



#### **Comedor:**

- ◆ Juego de mesa comedor (4 sillas).

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Cocina:**

- ◆ Cocina.
- ◆ Refrigerador o Mini nevera.
- ◆ Mesón.
- ◆ Lavaplatos.
- ◆ Utensilios varios.

### **Baño Completo:**

- ◆ Cuarto de baño.
- ◆ Tina grande tipo hidromasaje.
- ◆ Ducha.
- ◆ 4 toallas.
- ◆ Artículos de tocador (papel higiénico, shampoo, rinse, jabón).



### **Wifi (conexión inalámbrica a internet).**

## **CABAÑA TIPO 4**

### **❖ Habitación simple**



### **Dormitorio:**

- ◆ Una cama de dos plazas (sábanas y sobrecama).
- ◆ Aire acondicionado.
- ◆ Teléfono.
- ◆ Un velador.
- ◆ Una lámpara.
- ◆ Armario con 6 armadores y cajones.
- ◆ TV de 14 pulgadas a color con cable.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Baño Completo:

- ◆ Cuarto de baño.
- ◆ Ducha.
- ◆ 4 toallas.
- ◆ Artículos de tocador (papel higiénico, shampoo, rinse, jabón).



### Wifi (conexión inalámbrica a internet).

El Centro de Recreación y Descanso “*Los Canelos*”, pondrá a disposición de sus huéspedes, los siguientes derechos: gimnasio, sauna – turco, juegos para niños, piscina, laguna, senderos – áreas verdes y áreas de deportes.

### 3.4.4.2 ÁREA ADMINISTRATIVA

#### ❖ RECEPCIÓN



Modelo de entrada a la recepción.

La recepción será la tarjeta de presentación del Centro de Recreación y Descanso “*Los Canelos*”, ya que es el primer departamento con el que el cliente tendrá relación, bien sea de una forma personal a su llegada, o a través de cualquier

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

medio de comunicación, teléfono, telefax, carta, etc., si hace una reservación antes de su llegada.

El recepcionista de este departamento, para causar una buena impresión, debe estar uniformado y aseado, guardar una compostura correcta que no resulte desagradable, atendiendo con rapidez y seguridad a cada una de las personas que se acerquen al mostrador y siendo servicial. Es por ello, que la primera y última impresión son las que mayor importancia tienen para la mayoría de los clientes.

En el caso de que el recepcionista no pueda resolver algún problema, acudirá al gerente, quien es el encargado de tomar las decisiones en el centro y además se encontrará a disposición de los clientes; este contará con la ayuda de una secretaria quién será la persona de confianza, ya que le mantendrá al tanto del proceso de algunos documentos, de eventos que se vayan a realizar en el centro, entre otras actividades.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.4.3 ÁREA SOCIAL

#### ❖ SALA DE USO MÚLTIPLE

##### Restaurante

*“Una sabrosa y nutritiva alimentación,  
es el complemento perfecto para una estadía inolvidable”*



*Modelo del restaurante.*

El restaurante contará con un ambiente rústico y natural, en donde podrán disfrutar de una deliciosa comida elaborada con productos orgánicos de la zona, creando una fusión tropical, exótica y única en la región con un servicio de calidad y precios accesibles.

El comedor tendrá una capacidad para atender a 150 comensales.

##### **Horario:**

- ◆ **Desayuno:** 7:00 - 9:30 a.m.
- ◆ **Almuerzo:** 12:30-2:30 p.m.
- ◆ **Cena:** 7:00 - 9:30 p.m.

##### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## Menú

### ❖ **Desayuno**

- ◆ Tradicional.
- ◆ Americano.
- ◆ Continental.
- ◆ Light.

### ❖ **Almuerzo**

- ◆ Platos típicos.
- ◆ Platos a la carta.
- ◆ Platos vegetarianos.
- ◆ Light.

### ❖ **Cena**

- ◆ Platos típicos.
- ◆ Ensaladas.
- ◆ Light.

El desayuno, incluirá jugos de frutas frescas, panes, mermeladas, lácteos, aguas aromáticas y postres. Para el almuerzo y la cena, se ofrecerán menús de tres platos con una gama de elecciones de gastronomía ecuatoriana e internacional, que incluirán una selección de ensaladas, sopas, carnes, pescado y platos vegetarianos que variarán diariamente; además, se dispondrá de snacks tales

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

como: hot-dog, pizza, hamburguesa, papas fritas, sánduches, entre otros. Los comensales podrán solicitar dietas especiales y otras comidas.

Algo que nos distinguirá de la competencia será brindar un almuerzo buffet los días sábados y domingos. Todas estas delicias, servidas a la mesa, serán una magnífica oferta. Los asistentes recibirán la atención de expertos meseros, quienes les guiarán a la mesa y tomarán el pedido. Frecuentemente se deleitará a nuestros clientes con bailes y canciones tradicionales de la región durante el almuerzo y cena.

El Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, dispondrá de una cocina bien equipada a cargo de un Chef especializado en la preparación de platos típicos de la zona, platos nacionales e internacionales, quien dirigirá y controlará al personal de cocineros, incluyendo a los meseros.

### **Bar – Karaoke**

## *“La Hueca”*



*Modelo del bar.*

Junto al comedor principal, tendremos un bar bien abastecido en el que se podrá degustar de una variedad de cocteles, licores, bebidas no alcohólicas y tradicionales de la zona, acompañados de una acogedora chimenea y atendido por un personal calificado, todo esto con precios realmente económicos.

### **Actos sociales**

### *“La Orquídea”*

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



*“Experimente el encanto de una recepción, rodeado de naturaleza, que hará de su evento, un momento memorable para toda su vida.”*

*Modelo del salón de eventos.*

Además de los servicios mencionados, la sala de uso múltiple, se especializará en la organización de eventos sociales y empresariales, con una capacidad para 300 personas.

Las instalaciones de tipo rustico y natural, se decorarán de acuerdo al evento a realizarse, entre otros servicios estarán:

- ◆ Servicios gastronómicos (buffet).
- ◆ Meseros.
- ◆ Animación.
- ◆ Equipo de sonido.
- ◆ Amplio estacionamiento dentro del centro.
- ◆ Piscina.
- ◆ Descuento especial en alojamiento para invitados de otras localidades.
- ◆ Seguridad privada.

### ❖ CHOZA ABIERTA



*Modelo de la choza.*

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En medio de un ecosistema mega diverso, el Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”, creará 3 chozas para que los visitantes puedan disfrutar de la naturaleza. Este lugar tendrá capacidad para acoger a familias y grupos de amigos numerosos, quienes podrán realizar parrilladas y bailes con el acompañamiento de música folklórica yailable. Sillas, mesas y un cálido fogón, armonizarán en un ambiente rústico y tranquilo.

### 3.4.4.4 ÁREA DE RECREACIÓN Y JUEGOS

#### ❖ GIMNASIO



*Modelo del gimnasio.*

El gimnasio se caracterizará por brindar un servicio personalizado que podrá ser comprobado desde el primer día, el cual se iniciará con una evaluación física para determinar un programa de ejercicios, una asesoría nutricional que ayudará a mantener una dieta adecuada y finalmente el diseño de una rutina de entrenamiento que será explicada por un entrenador. Entre otros servicios están: aeróbicos, asesoría en nutrición y clases de baile.

#### ❖ SAUNA - TURCO



*Modelo del cuarto del sauna.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El Centro de Recreación y Descanso **“Los Canelos”**, ofrecerá el servicio de sauna-turco el mismo que brinda indiscutibles beneficios sobre la salud.

### ❖ JUEGOS PARA NIÑOS



*Modelo de los juegos para niños.*

**“Los Canelos”**, ofrecerá a los niños un área de juegos, los que serán seguros y resistentes, con sujeciones firmes y estables, así como visualmente atractivos, de forma que resulten estimulantes para los niños. Columpios, balancines, toboganes y otras estructuras serán fabricadas con materiales no tóxicos y libres de conductores de electricidad.

### ❖ PISCINAS



*Modelo de la piscina.*

El Centro de Recreación y Descanso **“Los Canelos”**, pondrá a disposición de su distinguida clientela 2 piscinas, una para adultos y otra para niños. Una de ellas contará con un bar, el mismo, que ofrecerá bebidas y snacks.

### ❖ LAGUNA

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



*Imagen tomada en el terreno.*

“**Los Canelos**”, ofrecerá un servicio de paseos por la laguna en botes.

### ❖ SENDEROS – ÁREA VERDE



*Modelo del sendero.*

La belleza de sus paisajes han hecho que este sitio pueda ser turísticamente aprovechado, es por ello, que se adecuará senderos para que nuestros clientes puedan conocer la flora y fauna de la zona.

### 3.4.4.5 ÁREA DE DEPORTES

#### ❖ CANCHA MÚLTIPLE



*Modelo de la cancha.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

A diferencia de los otros centros de recreación existentes en la zona, la cancha multiusos será sintética y estará rodeada de malla. En esta cancha se podrá desarrollar partidos de fútbol, básquet, tenis, entre otros.

### ❖ CANCHA VOLLEY



*Modelo de la cancha.*

El centro dispondrá de una cancha de volley, la que servirá para los encuentros deportivos de los clientes.

### ❖ ZONA DE PARQUEO



*Modelo del parqueadero.*

El área de parqueadero tendrá una capacidad para 80 vehículos, los cuales se encontrarán bajo la vigilancia del guardia de seguridad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.4.6 ÁREA COMERCIAL



*Modelo del micromercado.*

Para comodidad de los clientes, **“Los Canelos”**, tendrá un micromercado muy bien surtido de golosinas, bebidas, accesorios de piscina, entre otros.

## 3.5 EQUIPAMIENTO DEL CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO

### 3.5.1 MUEBLES Y ENSERES

A continuación se detalla todos los muebles y enseres necesarios para equipar el Centro de Recreación y Descanso **“Los Canelos”**, de manera, que posea todas las comodidades posibles para nuestros clientes.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 32.**

<i>Muebles y Enseres</i>	<i>Cantidad</i>
Camas de 2 plazas	10
Camas de 1 <sup>1/2</sup> plaza	4
Colchones de 2 plazas	10
Colchones de 1 1/2 plaza	4
Sábanas	14
Cubrecamas	14
Lámparas	16
Armarios	10
Veladores	10
Juego de sofás (4)	7
Juego de mesa comedor (4 sillas- cabaña)	2
Juego de mesa comedor (6 sillas - salón)	20
Mantelería	24
Charoles	24
Vajillas y cubiertos	1
Utensilios de Cocina	1
Escritorio (área administrativa)	3
Archivador	3
Estantes (micromercado)	5
Mesa de plástico (4 sillas - piscina)	5
Sillas para tomar el sol	4
Baños	17
Tachos de basura	30
Secador de manos	15
Implementos de limpieza	1

**Elaborado por:** las autoras.

### 3.5.2 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

En la siguiente tabla se muestra el valor de los equipos de computación:

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 33.**

<i>Equipos de Computación</i>	<i>Cantidad</i>
Computadoras completas de escritorio	3

*Elaborado por: las autoras.*

**3.5.3 MAQUINARIAS Y EQUIPOS**

En el cuadro 34, se detalla las maquinarias y equipos necesarios para la puesta en marcha del centro:

**Cuadro 34.**

<i>Maquinarias y Equipos</i>	<i>Cantidad</i>
Televisores	10
Aire acondicionado	10
Teléfonos	10
Mini bar (refrigeradoras pequeñas)	4
Frigoríficos (micromercado)	3
Vitrina frigorífica	1
Bicicleta estática	2
Trotadora	2
Banco de ejercicios	2
Pesas	4
Recostador de pesas	2
Recostador para abdominales	2
Pesas sencillas	3
Pesas de mancuernas	3
Lavadoras	2
Cocinas Industriales	2
Equipo de Sonido y karaoke	1

*Elaborado por: las autoras.*



### 3.6 OBRAS CIVILES

Los trabajos a efectuarse para la construcción del Centro de Recreación y Descanso "**Los Canelos**" son:

1. **Costo del Solar:** 22203.42 mts<sup>2</sup> a US \$ 5.00 c/m<sup>2</sup> = US \$ 111.017.
2. **Delimitación del terreno y ubicación del lote:** Para trazar los linderos del lote utilizaremos estación total y GPS.
3. **Preparación del terreno:** Luego de haber delimitado el terreno, limpio de basuras y maleza, se procederá a su nivelación quitando la capa de tierra vegetal y eliminando lomas y obstáculos que dificulten el trazado del Centro de Recreación y Descanso.
4. **Topografía y tipo de terreno:** Existe una topografía regular en la gran mayoría del terreno lo cual facilita la ubicación de las diferentes construcciones del Centro de Recreación y Descanso.
5. **Construcción de cabañas e instalaciones del Centro de Recreación y Descanso "Los Canelos":** iniciar la construcción de las 10 cabañas y demás instalaciones como la sala de uso múltiple, piscinas, vestíbulos, baños, etc. con dos contratistas, además se aprovechará los materiales del medio sin perjudicar a la naturaleza
6. **Dotación de Jardinería:** Construcción de los jardines y la finca orgánica.
7. **Permisos:** Tramitar todos los permisos e impuestos necesarios para poder ejecutar la obra, pero cabe destacar que en la zona no se necesita aprobación municipal por ser rural.
8. **Ingreso/Portón:** Construir el portón de ingreso al Centro de Recreación y Descanso "**Los Canelos**".
9. **Senderos, Instalaciones Eléctricas y Sanitarias:** a cargo del Arq. Carlos Cortés.
10. **Lotización:** Desbroce y limpieza, trazado y replanteo, lastrado, instalación eléctrica, sanitaria y sistema de bombeo.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.6.1 CRONOGRAMA DE LAS OBRAS A REALIZARSE

Para la construcción de las respectivas obras se requerirá el periodo de 1 año; lo que se muestran en la siguiente tabla:

**Cuadro 35. Cronograma de las obras a realizarse**

ACTIVIDAD	MESES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Elaboración del estudio	■												
Constitución de la empresa	■												
Tramite de financiamiento		■											
Construcción del Centro			■	■	■	■	■	■	■				
Acondicionamiento del Centro									■				
Adquisición e instalación de maquinaria									■	■			
Diseño de la estrategia de marketing										■			
Adquisición e instalación de mobiliario										■	■		
Adquisición y capacitación de personal											■	■	
Inicio del proceso de servicio												■	

**Elaborado por:** las autoras.

### 3.7 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, estará localizado en:

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Morona Santiago.

**Cantón:** Morona.

**Parroquia:** Sinaí.

**Sector:** Veracruz.

**Distancia:** a 16 km. de la ciudad de Macas, vía al Puyo.

**Tiempo:** a 15 minutos de la ciudad de Macas.

Con la instalación del centro, se buscará satisfacer la demanda de nuestros clientes meta, quienes son habitantes de la ciudad de Macas. La zona, en donde se encontrará el Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, es un área turística y de gran movimiento, debido a que se encuentran: centros de recreación familiar, paradores turísticos, restaurantes, balnearios y fincas. Existe una gran

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

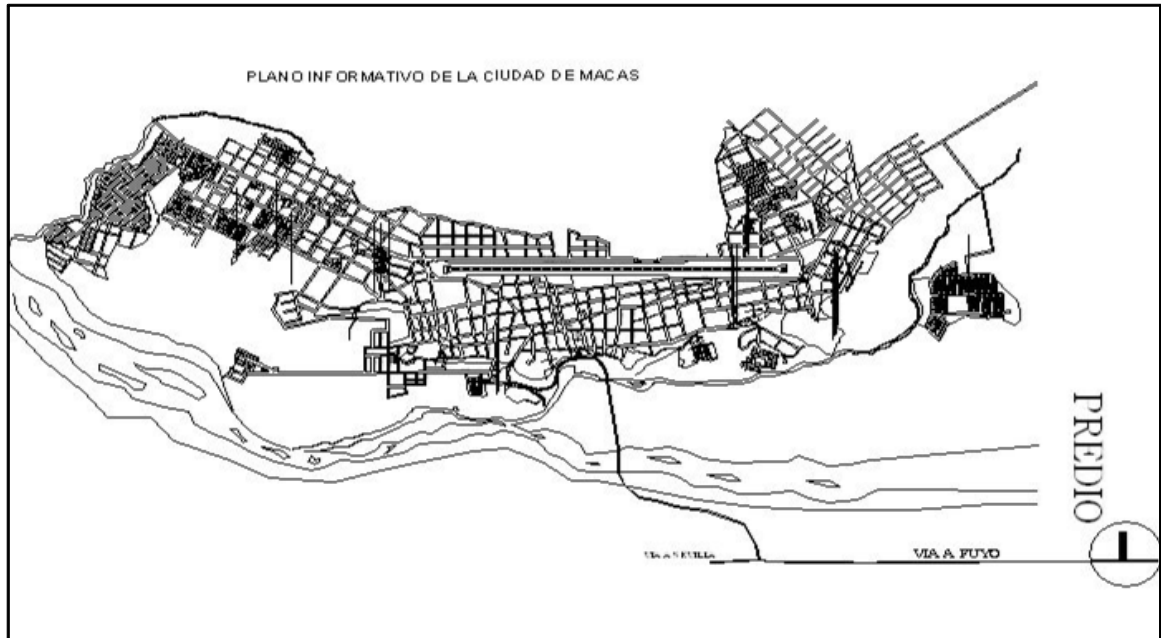
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

extensión de bosque primario, el cual es rico en fauna y flora, se pueden observar varias aves y una infinita cantidad de mariposas e insectos.

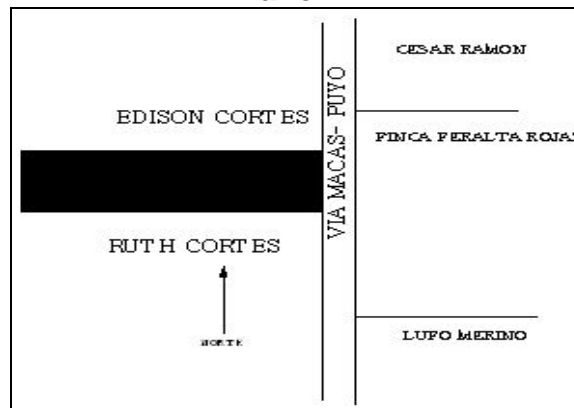
### Plano 23.



*Elaborado por:* Arq. Carlos Cortés Madero.

## MICROLOCALIZACION

### Plano 24.



*Elaborado por:* Arq. Carlos Cortés Madero.

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

De acuerdo al plano 24, el Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se encontrará ubicado entre la finca del Señor Edison Cortés y la Señora Ruth Cortés, en plena vía asfaltada al Puyo, frente a la finca Peralta Rojas.

### 3.7.1 VÍAS DE ACCESO

Para llegar al Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se debe tomar la vía Macas – Puyo, es una ruta de acceso de primer orden, ya que en su mayoría está construida de asfalto.



**Foto:** Tomada por las autoras.

### 3.7.2 TRANSPORTE

Bus y Automóvil. – este servicio siempre está disponible a diferentes horarios para trasladar a los pasajeros.



**Foto:** Tomada por las autoras.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# CAPÍTULO IV

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, JURÍDICO Y LEGAL

#### 4.1. MODELO ADMINISTRATIVO

##### 4.1.1. CULTURA ORGANIZACIONAL

###### 4.1.1.1. MISIÓN

Ofrecer un servicio integral y personalizado de alta calidad a nuestros clientes, a través de productos innovadores en el área social, recreativa, deportiva y comercial en un ambiente natural, cómodo y placentero; trabajando con un personal capacitado que esté dispuesto a brindar sus conocimientos y su calidez para satisfacer necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

###### 4.1.1.2. VISIÓN

Posicionarnos y ser reconocidos en el mercado turístico como el mejor establecimiento en el cantón Morona, siendo lo suficientemente atractivo y competitivo para atraer a los turistas locales y nacionales; y que a partir de los 5 años se pueda formar alianzas con agencias de viajes para cautivar a los turistas extranjeros; abarcando así, otra zona del mercado turístico y lograr mantenernos en una posición de liderazgo, prestigio y reconocimiento.

###### 4.1.1.3. OBJETIVOS

###### ❖ **OBJETIVO GENERAL**

Obtener el liderazgo en la calidad de los servicios y/o productos que ofrecerá el Centro de Recreación y Descanso **“Los Canelos”**, para así poder elevar nuestro margen de ganancias y alcanzar las expectativas de nuestra clientela.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





❖ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ **Económico.-** Elevar nuestro margen de ganancias en base al buen manejo de los recursos de la empresa y sus respectivos planes de presupuesto.
- ◆ **Administrativo.-** Ampliar las aptitudes y actitudes de nuestro personal para que se vean reflejadas en el servicio, y con ello incluir nuestra cultura organizacional del empowerment (forma de capacitar o proporcionar a una persona los elementos necesarios para atender y resolver las situaciones de negocio que se planteen).
- ◆ **Técnico.-** Desarrollar estándares y políticas, creando una mayor capacidad de servicio y distinción para competir nacionalmente.
- ◆ **Marketing.-** Relacionar y concretar convenios del Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, con agencias de viaje y operadoras tanto nacionales como internacionales para conquistar un nuevo segmento de mercado y así lograr un mayor reconocimiento.
- ◆ **Ambiental.-** Crear políticas ambientales (ejemplo: usar implementos de limpieza de menor grado de contaminación) para aportar de manera elemental a la conservación de este paraíso y por ende el medio en general. Incluso el ingreso a corporaciones en las que nos acredite como una empresa que aporta con el cuidado y conservación del medio.



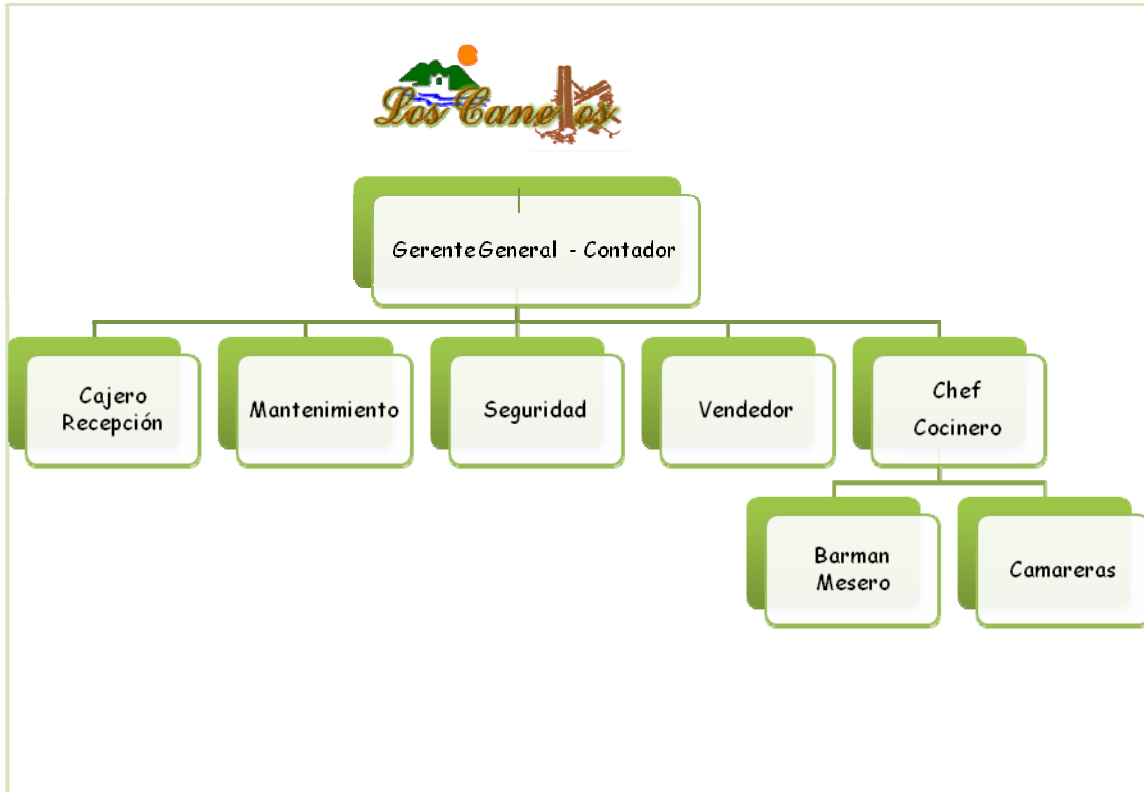
#### 4.1.1.4. VALORES INSTITUCIONALES

- ❖ **Buen servicio.-** Adoptar una actitud permanente de colaboración hacia los demás. Las personas que son serviciales están continuamente atentas, observando y buscando la oportunidad para ayudar a alguien.
- ❖ **Respeto.-** Forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás.
- ❖ **Honestidad.-** Actuar siempre en base a la verdad y en la auténtica justicia (dando a cada quien lo que le corresponde, incluida la empresa).
- ❖ **Puntualidad.-** Necesaria para dotar a nuestro personal de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.
- ❖ **Responsabilidad.-** De ella depende la estabilidad de nuestras relaciones. Es el cumplimiento del deber con justicia.
- ❖ **Comunicación.-** Entender y hacerse comprender, porque facilita la convivencia y la armonía en todo lugar, ayuda a que haya un ambiente de cordialidad, buscando el enriquecimiento personal y de ambas partes
- ❖ **Lealtad.-** Una obligación que se tiene al haber obtenido algo provechoso, compromiso a defender lo que creemos y en quien creemos. Cuando la empresa nos ha dado algo bueno, le debemos mucho más que agradecimiento.



## 4.1.2. RECURSOS HUMANOS

### 4.1.2.1. ORGANIGRAMA GENERAL



**Elaborado por:** las autoras



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 4.1.2.1.1. NÓMINA DE PERSONAL

Tomando en cuenta la capacidad que tendrá el Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se llegó a determinar que se necesitará la contratación del siguiente personal:

**Cuadro 36.**

<b>PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente General-Contador (Propietario)	1
Cajero – Recepción	1
Mantenimiento	2
Seguridad	2
Chef- Cocinero	2
Barman – Mesero	2
Camareras	1
Vendedor	1
<b>Total Personal</b>	<b>12</b>

*Elaborado por:* las autoras.

### 4.1.2.1.2. FUNCIONES DE PERSONAL

#### **Gerente General– Contador**

- ❖ Se encargará de planificar, organizar, dirigir y controlar correctamente todo el centro de recreación y descanso.
- ❖ Será el representante legal de la empresa en los diferentes actos o invitaciones que realicen las instituciones del cantón Morona.
- ❖ Recibirá de sus colaboradores departamentales, en una reunión mensual, los informes de cada área, los mismos que serán analizados y evaluados, conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas, de los que el sacará lo más relevante y se lo entregará a los propietarios.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ En caso de que se presente algún problema grave, en el que los coordinadores y supervisores departamentales no han podido resolver, él es el encargado de resolverlo, también de hacer cumplir las políticas y estándares de la empresa.
- ❖ El gerente general será el único autorizado para emitir documentos financieros, revisados previamente por el departamento contable del centro.
- ❖ Utilizará el consenso para llegar a acuerdos con sus colaboradores, estimulando la participación de sus colaboradores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- ❖ Se preocupará por mejorar continuamente la comunicación, facilitando el trabajo de sus colaboradores y, más que ejercer control, les prestará el apoyo necesario para que puedan realizar eficientemente sus tareas.
- ❖ Enlazará logros con recompensas de una manera justa y objetiva.
- ❖ Será el encargado del departamento financiero y el responsable de los asuntos económicos del centro.
- ❖ Clasificará, registrará, analizará e interpretará la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido, preparará y presentará informes mensuales sobre la situación financiera a los propietarios.
- ❖ Llevará el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- ❖ Sugerirá inversiones adecuadas y sobre todo alertará acerca de gastos excesivos.
- ❖ Controlará los roles de pago, entre otros estados financieros.
- ❖ Se responsabilizará por su firma ante las autoridades en diferentes documentos contables de la empresa.
- ❖ Supervisará directamente el trabajo realizado por la recepción-caja y recibirá informes diarios del área social y del área comercial.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Cajero – Recepción**

- ❖ Es el encargado de la facturación y cobro de todas las áreas del centro de recreación y descanso.
- ❖ Enviará los vales de consumo al gerente general - contador para el ingreso en el sistema del mismo.
- ❖ Es quien dará la bienvenida, atenderá, registrará al cliente de acuerdo al área que desee ingresar.
- ❖ Es una de las personas más importantes del centro, ya que es la que tiene contacto directo con el cliente.
- ❖ Dará información turística del centro y de los diferentes lugares del cantón.
- ❖ Es el encargado de dar información de los servicios del centro a quienes se comunican vía teléfono o web, realiza reservas e ingresa al sistema los datos, y se asegura que todas las solicitudes de reserva sean contestadas ese mismo día.
- ❖ De acuerdo al área que el cliente ha escogido, ingresará los datos al sistema y realizará un reporte diario de su área para enviarlo al gerente general - contador.
- ❖ En el área de descanso:
  - ◆ Registrará el ingreso y salida del cliente.
  - ◆ Se encargará del control de las llaves de habitaciones.
  - ◆ Realizará el check in - check out.
  - ◆ Reportará a las camareras para la verificación de la habitación, entre otras tareas.
  - ◆ Realiza el cuadro de turnos de las camareras y guardias.

### **Mantenimiento**

- ❖ Será el apoyo importante con respecto al aseo de las áreas como habitaciones, bar – restaurant y exteriores del mismo como ventanales, piscina, patios, pasillos, oficinas, etc.
- ❖ Se encargará de abastecer de materiales y útiles de oficina.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ Es la persona encargada de controlar al personal de seguridad y mantenimiento, realizará sus horarios y recibirá informes diarios de las novedades del centro.

### **Guardia de seguridad**

- ❖ Se encargará de salvaguardar la seguridad del centro y de los que ingresan al mismo; cumplirá un papel muy importante al ser el que controla el ingreso y salida del personal, ya que deben guardar fidelidad para con la empresa.
- ❖ Prestará auxilio en casos de grave riesgo, catástrofe o calamidad.
- ❖ Auxiliará y protegerá a las personas, asegurará la conservación y custodia de los bienes.
- ❖ Velará por la conservación de la naturaleza y el medio ambiente.

### **Chef - Cocinero**

- ❖ Elaborará las recetas estándar y establecerá precios junto con el gerente general.
- ❖ Elaborará y preparará los platos del menú, es el responsable del sabor de los platos que se preparan en la cocina.
- ❖ Supervisará el correcto uso de los artefactos y utensilios de la cocina.
- ❖ Realizará la lista de compras.
- ❖ Organizará al personal a su cargo para los diferentes banquetes.
- ❖ Dirigirá y controlará a los cocineros del área fría, caliente, repostería y meseros.
- ❖ Tendrá a su cargo la despensa diaria, cuidando de los artículos suministrados, que irán extrayendo a medida que los necesiten para la confección del menú.
- ❖ Estará atento al número de raciones ordinarias, especiales y extraordinarias que diariamente comunicará al gerente, así como el horario en que se ha de servir el desayuno, almuerzo, merienda y cena.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Barman - Mesero**

- ❖ Es la persona encargada de la atención de los clientes en la barra, servirá bebidas; debe conocer las diferentes combinaciones y el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- ❖ Levantará inventarios para solicitar lo faltante al gerente general -contador.
- ❖ Realizará una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer nuevos clientes.
- ❖ Cerrará el bar y protegerá todos los artículos.
- ❖ Es la persona encargada de la atención de los clientes del bar - restaurante y de ayudarlos en todo lo posible.
- ❖ Dar a conocer platos a la carta y bebidas, tomar el pedido al cliente, realizar comandas, servir en la mesa el pedido del cliente, y despedir al cliente con amabilidad y cortesía.
- ❖ Se encargará del aseo, limpieza del salón y montaje de mesas.

### **Camarera**

- ❖ Será la encargada de la limpieza de las habitaciones y baños.
- ❖ Realizará la cobertura de las habitaciones.
- ❖ Emitirá reportes que le permita a la recepcionista ingresar al sistema y conocer el estado de las habitaciones, discrepancias, mantenimiento, entre otros.
- ❖ Verificará la habitación en el momento del check out.
- ❖ Realizará servicio de compra y mensajería si el huésped lo requiere.

### **Vendedor**

- ❖ Realizará la venta de los productos que se dispondrán en el micromercado.
- ❖ Debe conocer y recopilar toda la información que pueda sobre productos, necesidades del cliente, nuevos usos de los productos, entre otros.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 4.1.2.1.3. CAPACITACIÓN

El Centro de Recreación y Descanso llevará a cabo talleres o seminarios con el objetivo de capacitar al personal de las diferentes áreas, buscando mejorar la calidad del servicio, esto se realizará por lo menos una vez al año.



4.1.2.1.4. JORNADA LABORAL

Cuadro 37.

CARGOS	HORARIO																		
	8am	9am	10am	11am	12am	13pm	14pm	15pm	16pm	17pm	18pm	19pm	20pm	21pm	22pm	23pm	24pm	1am	2am
Gerente General - Contador																			
Cajero - Reepción																			
Mantenimiento																			
Seguridad																			
Chef- Cocinero																			
Barman - Mesero																			
Camareras																			
Vendedor																			

Elaborado por: las autoras.



### 4.1.3. ASPECTOS INSTITUCIONALES Y LEGALES

#### *Requisitos legales para el funcionamiento*

- Permiso de Salud.
- Patente Municipal.
- Permiso de Higiene.
- Certificado de Votación.
- Permiso de Bomberos.
- Copia de Escritura.
- Lista de Precios de Alojamiento y Alimentación.
- Copia de la Cédula.
- R.U.C

El centro de recreación y descanso será una empresa unipersonal, debido a que tendrá un único dueño, el Arq. Carlos Cortés Madero.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# CAPÍTULO V

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

#### 5.1. SUPUESTOS FINANCIEROS

##### 5.1.1. INVERSIONES

Para la puesta en marcha del Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se estima una inversión de \$ 550.000; a continuación, se presenta el cuadro de inversión.

**Cuadro 38.**

Concepto	Valor Total
EDIFICACIONES	290.955
MUEBLES Y ENSERES	19.694
TERRENO	111.017
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.250
MAQUINARIA Y EQUIPOS	17.034
CONSTITUCIÓN E INSTALACIÓN	37.650
INSTALACIONES	8.300
CAPITAL DE TRABAJO	63.100
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 550.000</b>

*Elaborado por:* las autoras.

*Fuente:* Dirección arquitectónica del Arq. Carlos Cortez Madero y proformas.

Los cuadros que se presentan a continuación, muestran el detalle de cada uno de los rubros de la inversión.

##### 5.1.1.1. EDIFICACIONES.

Las edificaciones se refieren a todos los costos de construcción del centro. Este valor asciende a \$ **290. 955**.

Es necesario señalar que tanto la laguna, senderos y áreas verdes, no serán modificadas en su totalidad, ya que se buscará preservar la naturaleza sin causar mayor molestia en el ambiente.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 39.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>EDIFICACIONES</b>				
Cabaña matrimonial tipo 1	75.06	m <sup>2</sup>	170	12.760
Cabaña doble tipo 2	112.74	m <sup>2</sup>	170	19.166
Cabaña familiar tipo 3	122.28	m <sup>2</sup>	170	20.788
Cabaña tipo 4	77.24	m <sup>2</sup>	160	12.358
Portón de Ingreso	3.6	m <sup>2</sup>	80	288
Cabaña de Administración y Recepción	35.24	m <sup>2</sup>	140	4.934
Sala de uso múltiple	121.64	m <sup>2</sup>	140	17.030
Choza abierta	251.03	m <sup>2</sup>	40	10.041
Gimnasio	77.25	m <sup>2</sup>	70	5.408
Sauna-Turco y camerinos	56.64	m <sup>2</sup>	130	7.363
Baños	18	m <sup>2</sup>	50	900
Juegos para Niños	50	m <sup>2</sup>	30	1.500
Piscina para niños	50.27	m <sup>2</sup>	60	3.016
Piscina para adultos	232.92	m <sup>2</sup>	60	13.975
Laguna	1625.27	m <sup>2</sup>	15	24.379
Senderos	612.21	m <sup>2</sup>	10	6.122
Área Verde	15060.2	m <sup>2</sup>	2	30.120
Canchas múltiples	1475	m <sup>2</sup>	30	44.250
Cancha vóleibol	75	m <sup>2</sup>	30	2.250
Zona de Parqueo	1878.37	m <sup>2</sup>	20	37.567
Mini centro comercial	180	m <sup>2</sup>	90	16.200
Cuarto de Equipos	9	m <sup>2</sup>	40	360
Guardianía	4.5	m <sup>2</sup>	40	180
<b>Total</b>				<b>\$ 290.955</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Dirección arquitectónica del Arq. Carlos Cortez Madero y proformas.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

5.1.1.2. MUEBLES Y ENSERES

En el cuadro se detalla todos los muebles y enseres necesarios para equipar el centro, de manera que posea todas las comodidades posibles para los clientes.

**Cuadro 40.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Camas de 2 plazas	10	u	130	1.300
Camas de 1 <sup>1/2</sup> plaza	4	u	110	440
Colchones de 2 plazas	10	u	115	1.150
Colchones de 1 1/2 plaza	4	u	80	320
Sábanas	14	u	14	196
Cubre camas	14	u	22	308
Lámparas	16	u	7	112
Armarios	10	u	90	900
Veladores	10	u	30	300
Juego de sofás (4)	7	u	280	1.960
Juego de mesa comedor (4 sillas)	2	u	120	240
Juego de mesa (6 sillas - salón)	20	u	150	3.000
Mantelería	24	u	5	120
Charoles	24	u	2	48
Juego de vajillas y cubiertos	1	u	600	600
Juego de utensilios de Cocina	1	u	700	700
Escritorio y silla (área administrativa)	3	u	160	480
Archivador	3	u	60	180
Estantes (micromercado)	5	u	80	400
Mesa de plástico (4 sillas - piscina)	5	u	45	225
Sillas para tomar el sol	4	u	50	200
Baños	17	u	350	5.950
Tachos de basura	30	u	2	60
Secador de manos	15	u	25	375
Juego de implementos de limpieza	1	u	130	130
<b>Total</b>				<b>\$ 19.694</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Proformas.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.1.1.3. TERRENO

El terreno se encuentra ubicado en la zona de Veracruz en la vía principal Macas-Puyo. Para poner en marcha el proyecto, se utilizará una extensión de 22203.42m<sup>2</sup>, que tiene un avalúo de \$5,00 por m<sup>2</sup>, obteniendo un valor total de \$111.017,10 por el terreno.

**Cuadro 41.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>TERRENO</b>	22203.42	m <sup>2</sup>	5	111.017
<b>Total</b>				<b>\$ 111.017</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Dirección arquitectónica del Arq. Carlos Cortez Madero – Ilustre Municipalidad del cantón Morona.

### 5.1.1.4. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

En el siguiente cuadro se muestra los valores de los equipos de computación.

**Cuadro 42.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				
Computadoras completas de escritorio	3	u	750	2.250
<b>Total</b>				<b>\$ 2.250</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Proformas.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

**5.1.1.5. MAQUINARIA Y EQUIPOS**

En el cuadro, se detalla la maquinaria y equipos para la puesta en marcha del centro.

**Cuadro 43.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
Televisores	10	u	200	2.000
Aire acondicionado	10	u	45	450
Teléfonos	10	u	5	50
Minibar (refrigeradoras pequeñas)	4	u	115	460
Frigoríficos (micro mercado)	3	u	1200	3.600
Vitrina frigorífica	1	u	670	670
Bicicleta estática	2	u	300	600
Trotadora	2	u	750	1.500
Banco de ejercicios	2	u	40	80
Pesas	4	u	150	600
Recostador de pesas	2	u	120	240
Recostador para abdominales	2	u	135	270
Pesas sencillas	3	u	6	18
Pesas de mancuernas	3	u	12	36
Lavadoras	2	u	750	1.500
Cocinas Industriales	2	u	230	460
Electrodomésticos– varios			3500	3.500
Equipo de Sonido y karaoke	1	u	1000	1.000
<b>Total</b>				<b>\$ 17.034</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Proformas.

**5.1.1.6. CONSTITUCIÓN E INSTALACIÓN**

En el siguiente cuadro, se detalla el valor de los gastos de constitución e instalación, los mismos que están conformados por: la Dirección Técnica que es el asesoramiento arquitectónico que se necesita para la construcción de la infraestructura del Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, los mismos que cobran alrededor del 5% del valor total de las edificaciones por sus servicios que es de \$290.955,00, dando un valor total de \$14.547. Así mismo, por los

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

planos se cobrará un dólar por m<sup>2</sup> de las edificaciones, obteniendo un total de \$22.203 y adicionalmente para la constitución es necesario pagar algunos impuestos, tasas y permisos para poder proceder con el avance de la obra, por el valor de \$900.

**Cuadro 44.**

<i>Concepto</i>	<i>Valor Total</i>
<b>CONSTITUCION E INSTALACION</b>	
Dirección Técnica	14.547
Planos	22.203
Impuestos y permiso	900
<b>Total</b>	<b>\$ 37.650</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Dirección arquitectónica del Arq. Carlos Cortez Madero.

### 5.1.1.7. INSTALACIONES

Para un correcto funcionamiento del centro, se procederá a realizar las siguientes instalaciones:

**Cuadro 45.**

<i>Concepto</i>	<i>Valor Total</i>
<b>INSTALACIONES</b>	
Instalaciones del sistema eléctrico	2.000
Instalaciones de red de Internet	1.300
Instalaciones de agua potable	3.000
Instalaciones telefónicas	1.000
Instalaciones de Cable	1.000
<b>Total</b>	<b>\$ 8.300</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Dirección arquitectónica del Arq. Carlos Cortez Madero.

### 5.1.1.8. CAPITAL DE TRABAJO

“Constituye el conjunto de recursos necesarios en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo, capacidad y tamaño

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

determinado. Es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto, financiar la producción antes de percibir ingresos.”<sup>21</sup>

Para la apertura del Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se dispondrá de un capital de trabajo que financiará aquellos rendimientos que tendrá el centro para generar un bien o servicio; es un activo de corto plazo.

**Cuadro 46.**

<i>Concepto</i>	<i>Valor Total</i>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>Efectivo</b>	<b>\$ 63.100</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Cuadro de Inversión.

### 5.2. BALANCE GENERAL

Para la puesta en marcha del Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**”, se estima una inversión de \$ 550.000;

---

<sup>21</sup>MARTINEZ, Byron, ORELLANA, Carlos y TAPIA, Jaime, 2005, “Propuesta para la creación de una hostería en el corredor turístico Yanuncay”, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 47.

Centro de Recreación y Descanso “LOS CANELOS”

Estado de Situación Inicial, en dólares.

Período Pre-Operativo

<i>ACTIVOS</i>	<i>PERIODO PRE-OPERATIVO</i>
<b>Activo Corriente</b>	
Caja	63.100
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>63.100</b>
<b>Activo Fijo</b>	
Terreno	111.017
Infraestructura	290.955
Muebles y Enseres	19.694
Equipos de Computación	2.250
Maquinarias y Equipos	17.034
Instalaciones	8.300
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	<b>449.250</b>
<b>Activo Diferido</b>	
Constitución e Instalación	37.650
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>37.650</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 550.000</b>

<i>PASIVOS</i>	
Documentos por Pagar	300.000
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>300.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Propio	250.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>250.000</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 550.000</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Cuadro de Inversión.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.3. FINANCIAMIENTO

Como se presenta en la inversión inicial, el monto requerido para la puesta en marcha del proyecto es de \$550000, el mismo que será financiado con un 46% capital propio aportado por el dueño del centro y el 54% de la inversión será financiada vía préstamo bancario.

“El Banco Nacional del Fomento, en cuanto a proyectos nuevos, financia hasta el 85% del total de la inversión, dependiendo de la capacidad de pago y que cumpla con la relación garantía-préstamo, considerando que el aporte del prestatario sea mínimo del 15%.”<sup>22</sup>

**Cuadro 48.**

<i>Inversión</i>	<i>Porcentaje (%)</i>	<i>Valor</i>
Capital Propio	46%	250.000
Préstamo (Banco del Fomento)	54%	300.000
<b>TOTAL</b>	100%	\$ 550.000

*Elaborado por: las autoras.*

### 5.4. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

#### 5.4.1. COSTOS

##### 5.4.1.1. COSTOS DIRECTOS

Estos costos corresponden a los gastos que son principales durante la operación del centro y que dependen de la demanda de nuestros clientes; es decir, este es un costo que tiene relación positiva con la demanda, ya que si existen más clientes en el centro, el consumo de alimentos - bebidas y servicios básicos es mayor. A continuación, se describe los costos directos necesarios en los que se deberá de incurrir proyectados a cinco años.

<sup>22</sup>Banco del Fomento.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 49.**

Crecimiento	3%
Tasa de Inflación (enero – agosto)	2%
<b>Tasa de Crecimiento</b>	<b>5%</b>

*Elaborado por: las autoras.*

**Fuente:**

La tasa de crecimiento del 5% se aplicará a partir del segundo año hasta el quinto como una proyección.

**Cuadro 50.**

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Alimentos y Bebidas	380.000	399.000	418.950	439.898	461.892
Servicios Básicos	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 401.600</b>	<b>\$ 421.680</b>	<b>\$ 442.764</b>	<b>\$ 464.902</b>	<b>\$ 488.147</b>

*Elaborado por: las autoras.*

El cuadro **Anexo 51**, nos presenta el detalle de los costos de alimentos y bebidas del área social (restaurante, bar-karaoke, salón de eventos), los mismos, que fueron calculado de la siguiente manera: se tomó en cuenta los diferentes tipos de clientes que existen en la temporada baja y alta, de acuerdo al porcentaje de concurrencia que tendrán las cabañas y a otros personas, quienes únicamente acudirán al área social.

Después se dio un costo promedio para cada tipo de cliente y se procedió a realizar los respectivos cálculos, por ejemplo:

**Cuadro 52**

TEMPORADA / BAJA	Ocupación	Consumo promedio mínimo en el Restaurante		Consumo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	31%				
Familia de 4 miembros	686	30	20580	18	12.348

*Elaborado por: las autoras.*

**Fuente:** Entrevista.

**Cuadro 53**

TEMPORADA / BAJA	Ocupación	Costo promedio mínimo en el Restaurante		Costo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	31%				
Familia de 4 miembros	686	20	13720	12	8.232

*Elaborado por: las autoras.*

**Fuente:** Entrevista.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Según el cuadro 52, para la temporada baja se tendría una concurrencia de 686 familias conformadas de 4 miembros, con un consumo promedio mínimo de \$30 en el restaurante y \$18 en el bar-karaoke, cuyo costo promedio será de \$20 para el restaurante (\$5 por persona) y \$12 para el bar-karaoke (\$3 por persona). Cabe mencionar, que de cada costo se incrementara un 50% para el precio de venta. Para la temporada alta se hicieron los mismos cálculos, existiendo una variación del número de clientes. (**VER ANEXO 3 - CUADRO 51**).

Para obtener los costos promedios del restaurante, bar-karaoke y salón de eventos, se realizó una entrevista al Lcdo. Gustavo Mosquera, quien laboró en el área social de la “Hostería Durán” (Dirección: Av. Ricardo Durán s/n, parroquia Baños – Cuenca).

### 5.4.1.2. **COSTOS INDIRECTOS**

Los costos indirectos son los costos que se ven afectados también por la demanda, entre estos podemos mencionar el mantenimiento de la infraestructura, ya que cuando existe más demanda de turistas algunas instalaciones o equipos se desgastan. A continuación, se detalla estos costos con sus respectivos valores, que fueron determinados por entrevistas con arquitectos.

**Cuadro 54.**

<i>Detalle</i>	<i>AÑOS</i>				
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Materiales Indirectos (limpieza)	2.300	2.415	2.536	2.663	2.796
Mantenimiento de Instalaciones	4.500	4.725	4.961	5.209	5.470
Mantenimiento de Equipos	5.900	6.195	6.505	6.830	7.171
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 12.700</b>	<b>\$ 13.335</b>	<b>\$ 14.002</b>	<b>\$ 14.702</b>	<b>\$ 15.437</b>

**Elaborado por:** las autoras.

### 5.4.2. **GASTOS**

#### 5.4.2.1. **SUMINISTROS DE OFICINA**

En el cuadro se detalla los costos de los suministros de oficina requeridos inicialmente para el área administrativa del centro.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 55.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total mensual</i>
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
Resmas de papel A4	3	u	2	72
Resmas de papel oficio	3	u	3	108
Caja de esféros (negro)	1	u	5	60
Caja de esféros (azul)	1	u	5	60
Caja de lápices	1	u	3	36
Caja de borradores	1	u	3	36
Caja de clips	3	u	2	72
Archivadores	5	u	3	180
Teléfonos	4	u	130	520
Sellos	2	u	2	48
Total				<b>\$ 1.192</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Proformas.

### 5.4.2.2. MANO DE OBRA

El cálculo para el pago de las remuneraciones se basa en lo establecido, indica que los sueldos y salarios se estipularán libremente y en ningún concepto serán inferiores a los mínimos legales. La mano de obra que se va a disponer para el funcionamiento del centro, se detalla en el siguiente cuadro:

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Cuadro 56.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Sueldo/Salario mensual</i>	<i>Sueldo/Salario anual</i>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>				
<b>MANO DE OBRA</b>				
Gerente General-Contador (propietario)	1	persona	800	10.264
Cajero – Recepción	1	persona	300	4.014
Mantenimiento	2	persona	270	4.173
Seguridad	2	persona	270	4.308
Chef- Cocinero	2	persona	300	4.578
Barman – Mesero	2	persona	270	4.308
Camareras	1	persona	270	3.639
Vendedor	1	persona	270	3.639
<b>Total</b>				<b>\$ 38.922,00</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Ministerio de Trabajo.

Los derechos de los trabajadores a la Seguridad Social son irrenunciables (*Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y Art. 4 del Código del trabajo*); es por ello, que se han calculado los beneficios sociales correspondientes para el personal (**VER ANEXO 4 - CUADRO 57**).

### 5.4.2.3. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas, es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer al Centro de Recreación y Descanso “**Los Canelos**” a sus clientes potenciales. Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de eco-turismo, contacto con la naturaleza que caracteriza al cantón Morona y el enfoque familiar.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la tabla, a continuación, se muestran los costos de publicidad a efectuarse para el centro, los mismos que fueron consultados a personas especializadas en el tema:

**Cuadro 58.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>PUBLICIDAD Y PROMOCION</b>				
Revistas y periódicos	2	meses	250	500
Agencias de Viaje	6	meses	300	1800
Internet	3	meses	200	600
Publicidad No Pagada	6	meses	200	1200
Relaciones Públicas	3	meses	150	450
Comercialización (Merchandising)	3	meses	130	390
<b>Total</b>				<b>\$ 4.940</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Investigación Directa.

- ❖ **Periódicos nacionales:** Se harán publicaciones en la prensa a nivel nacional. Se promocionará al centro una vez al año, publicando imágenes y detallando los servicios que se ofrecen, presentando así al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza.
- ❖ **Agencias de Viajes:** Se entregarán catálogos en agencias de las ciudades que se consideran objetivos de mercado como: Quito, Cuenca y Guayaquil. También se les entregará material de video.
- ❖ **Internet:** El centro utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y al que se tiene mayor acceso. Para ello, se creará una página web con la dirección electrónica [http://www.los\\_canelos.com](http://www.los_canelos.com), en la que se podrá conocer las instalaciones, servicios, promociones, entre otros. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, hacer reservaciones y descuentos.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ **Publicidad No pagada:** En este enfoque publicitario, no se tendrá que invertir dinero, debido a que los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes de los diversos Centro de Recreación y Descanso existentes en el país. Se tratará de captar medios de comunicación nacionales e internacionales como el programa de “La Televisión” de Ecuavisa, “Día a Día” de Teleamazonas y “El Viajero” de Unsión, ya que estos programas se dedican a reportajes de turismo de zonas del Ecuador que no son muy visitadas por la población, debido a su falta de promoción; se les invitará a pasar una estadía de una noche y 2 días en el centro, mientras realizan el reportaje. Este tipo de publicidad, ayudará a conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los consumidores. Además de mantener y mejorar la imagen del proyecto.
  
- ❖ **Relaciones Públicas:** El crear una aceptación por parte de la comunidad, es primordial. Objetivo que se buscará conseguir con el uso de las Relaciones Públicas. Es importante contar con un departamento encargado de establecer vínculos no sólo con los clientes, sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener una calidad sólida. Por esto la administración del centro debe trabajar y ser solidaria en obras comunitarias como siembra de árboles o cualquier actividad relacionada con el medio ambiente y su preservación.
  
- ❖ **Comercialización (Merchandising):** Esta herramienta promocional, se encargará de todo el material útil y necesario para la venta de nuestros servicios en los puntos de venta, este incluirá: folletos, videos ilustrativos, fotografías del proyecto, afiches y adhesivos. Todo este material será desarrollado como apoyo de venta. Serán ubicados en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y recepción del centro.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.4.2.4. Servicios Básicos

El Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”, contará con los siguientes servicios básicos:

**Cuadro 59.**

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<b>SERVICIOS BASICOS</b>				
Energía Eléctrica	1	planilla/mes	400	400
Agua potable	1	planilla/mes	500	500
Servicio Telefónico	1	planilla/mes	200	200
Servicio de Internet	1	planilla/mes	300	300
Consumo de gas	5	cilindros/indus.	300	300
Servicio de Cable	1	planilla/mes	100	100
<b>Total</b>				<b>\$ 1.800</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Investigación Directa.

### 5.4.2.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se refieren a los gastos que se incurren con la implementación del proyecto como son: sueldos del personal, publicidad y promoción del centro para atraer más clientes, y los suministros de oficina.

**Cuadro 60.**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<i>Concepto</i>	<i>Valor Total</i>
Sueldos de Personal	38.922
Suministros de Oficina	1.192
Publicidad y Promoción	4.940
<b>Total</b>	<b>\$ 45.054</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Cuadro de Inversión.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.4.2.6. GASTOS FINANCIEROS

El financiamiento será del 54% de la inversión, a través del Banco del Fomento por el monto de \$300.000, lo que servirá para cubrir los costos de las edificaciones a 10 años plazo y a una tasa de interés anual del 10%, los periodos de pago serán anuales, según políticas del banco. En la tabla mostrada a continuación se detalla los dividendos e intereses que le corresponden por año:

**Cuadro 61.**

#### Cálculo del Costo Financiero

Préstamo (54% inversión)	300000
Tasa	10%

**Cuadro 62.**

AMORTIZACION O PAGO PERIODICO				
Periodo	Saldo	Capital	Interes	Pagos Anuales
0	300.000,00			
1	250.860,76	49.139,24	30.000,00	79.139,24
2	196.807,59	54.053,17	25.086,08	79.139,24
3	137.349,10	59.458,49	19.680,76	79.139,24
4	71.944,77	65.404,33	13.734,91	79.139,24
5	0,00	71.944,77	7.194,48	79.139,24
<b>TOTAL</b>		<b>300.000,00</b>	<b>95.696,22</b>	<b>395.696,22</b>

*Elaborado por: las autoras.*

*Fuente: Banco del Fomento.*

### 5.4.2.7. GASTOS DE DEPRECIACIÓN

La siguiente tabla muestra la respectiva depreciación de los activos del centro, para lo cual se utilizó el método de la línea recta, con el porcentaje (%) y años correspondientes para cada uno de los activos.

**Cuadro 63.**

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	%	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Enseres	19694	10	10%	1.969	1.773
Equipos de Computación	2250	3	33%	743	503
Infraestructura	290955	20	5%	14.548	13.820
Maquinaria y Equipos	17034	10	10%	1.704	1.533
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 18.964</b>	<b>\$ 17.629</b>

*Elaborado por: las autoras.*

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.4.2.8. VALOR RESIDUAL

“Es el valor final de un activo, una vez que haya perdido su valor, tras haber sido utilizado durante unos años de vida determinados. Los activos tienen valores constantes, y pierden valor con el tiempo debido a la obsolescencia y el uso. El valor residual de un activo fijo consiste en un cálculo de estimación de cuál será su valor en el momento en que ya no se utilice. En la contabilidad, el valor residual de un activo será deducido de la depreciación del mismo.”<sup>23</sup>

**Cuadro 64.**

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>VALOR RESIDUAL</i>
Muebles y Enseres	1.969
Equipos de Computación	743
Infraestructura	14.548
Maquinaria y Equipos	1.704
Terreno	111.017
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 129.981</b>

*Elaborado por: las autoras.*

## 5.5. RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA

### 5.5.1. DEMANDA POTENCIAL

Se estimó la demanda potencial en base a la información que nos proporciona la proyección de mercado, por lo que se consideró una demanda de 22813 visitantes locales, nacionales y extranjeros, del cual, un 97,42% le gustaría acudir a un nuevo centro de recreación y descanso, en la vía Macas-Puyo.

**Cuadro 65. DEMANDA POTENCIAL.**

<i>CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO</i>	
Demanda anual	22813
Porcentaje de personas que les gustaría visitar un nuevo centro de recreación y descanso	97%
<b>Clientes potenciales del centro</b>	<b>22129</b>

*Elaborado por: las autoras.*

*Fuente: Estudio de Mercado.*

<sup>23</sup> <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-valor-residual>

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Después de haber determinado los clientes potenciales del centro, se procedió a establecer el porcentaje de cuantos pertenecían a familias de 4 miembros, cuántos eran parejas, cuántos pertenecían a grupos de amigos de 4 miembros y cuántos acuden solos.

El cuadro 66, de acuerdo al estudio de mercado, el porcentaje promedio de visitantes que acudirán al Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos” anualmente será: 2213 familias conformadas por cuatro miembros, 1328 grupos de amigos formados de 4 miembros, 2212 parejas y 3543 que acudirán solos al centro.

**Cuadro 66.**

Tipo de Cliente	% Visitantes	Total clientes	Operación
Familia de 4 miembros	40%	2213	$(22129 * 40\%) = 8852 / 4 = 2213$
Grupo de amigos 4 miembros	24%	1328	$(22129 * 24\%) = 5310 / 4 = 1328$
Pareja	20%	2212	$(22129 * 20\%) = 4424 / 2 = 2212$
Solo	16%	3543	$(22129 * 16\%) = 3543 / 1 = 3543$
<b>Total</b>	100%		

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Estudio de Mercado.

Adicionalmente, en el cuadro 67 y 68, se procedió a dividir el año en dos temporadas con respecto a la proyección de la demanda que son 22129 clientes anuales. La demanda potencial de diciembre, enero, febrero, junio, julio y agosto se la denominó temporada alta, ya que a más de la afluencia de personas de la localidad a centros de recreación y descanso, existe la concurrencia de turistas del resto del país; marzo, abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre como temporada baja, ya que se reduce notablemente el porcentaje de ocupación de los centros de Recreación y Descanso.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El porcentaje de ocupación se lo determinó de acuerdo a la temporada y a la capacidad instalada que tendrá el centro; para establecer los porcentajes de ocupación del centro, se realizó entrevistas a gerentes de los centros de recreación y descanso ubicados en la vía Macas-Puyo, quienes contaban con el número de visitantes locales, nacionales y extranjeros en cada mes o de acuerdo a la temporada.

Los clientes potenciales se dividen en cuatro grupos: familia de cuatro miembros, pareja, grupo de amigos de 4 miembros y solo; los posibles clientes de Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos” serán de la ciudad de Macas y del resto del país.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 67

TEMPORADA	Baja						Ocupación
	Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	5%	7%	5%	5%	4%	5%	<b>31%</b>
Familia de 4 miembros	111	154	111	111	88	111	686
Pareja	111	153	111	111	88	111	685
Grupo de amigos de 4 miembros	66	93	66	66	53	66	410
Solo	177	248	177	177	142	177	1098

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Estudio de Mercado-Entrevistas.

Cuadro 68.

TEMPORADA	Alta						Ocupación
	Enero	Febrero	Junio	Julio	Agosto	Diciembre	
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	12%	10%	11%	13%	11%	12%	<b>69%</b>
Familia de 4 miembros	266	221	243	288	243	266	1527
Pareja	266	221	243	288	243	266	1527
Grupo de amigos de 4 miembros	159	133	147	173	147	159	918
Solo	425	354	390	461	390	425	2445

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Estudio de Mercado-Entrevistas.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el cuadro 69, se puede observar el número de visitantes anuales de acuerdo a cada tipo de clientes, obteniendo como un resultado que en la temporada alta existirá una ocupación del 69% dividido en: 1527 familias conformadas por cuatro miembros, 1527 parejas, 918 grupos de amigos formados por cuatro miembros y 2445 personas que acudirán solas. En la temporada baja existirá una ocupación del 31% dividido en: 686 familias conformadas por cuatro miembros, 685 parejas, 410 grupos de amigos formados por cuatro miembros y 410 personas que acudirán solas al centro.

**Cuadro 69.**

Tipo de Cliente	Temporadas		Total Anual
	Alta	Baja	
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>100%</b>
Familia de 4 miembros	1527	686	2213
Parejas	1527	685	2212
Grupo de amigos de 4 miembros	918	410	1328
Solo	2445	1098	3543

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Cuadros 67 y 68.

Después de haber obtenido la ocupación anual por tipo de cliente y por temporada, se establecerán los precios de los paquetes y su respectiva demanda tanto en temporada baja como en temporada alta.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 70.

TIPOS DE PAQUETES TURÍSTICOS	Precio					
	Cabaña 1 Matrimonio I	Cabaña 2 Doble	Cabaña 3 Familiar	Cabaña 4 Simple	% Demanda en Temporada Baja	% Demanda en Temporada Alta
Paquete "Canela" (1 día)	\$ 20	\$ 30	\$ 40	\$ 10	60%	5%
Paquete "Canela" (2 días -1 noche)	\$ 30	\$ 40	\$ 60	\$ 15	40%	70%
Paquete "Canela" (3 días - 2 noches)	\$ 40	\$ 50	\$ 80	\$ 20	0%	25%

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Estudio de Mercado-Investigación Directa-Entrevista.

El cuadro 70, nos indica los precios de cada paquete que ofrecerá el Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”; Además, se establece el porcentaje de ocupación de las cabañas en cada temporada, lo que nos muestra que los cuatro tipos de cabañas en la temporada baja, de acuerdo al paquete “Canela 1” tendrá una demanda del 60%, el paquete “Canela 2” con un 40% y el paquete “Canela 3” un 0%.

En la temporada alta, el paquete “Canela 1” tendrá una demanda del 5%, el paquete “Canela 2” con un 70% y el paquete “Canela 3” un 25%, llegando a la conclusión que en la temporada baja, el paquete que mayor demanda tendrá es el “Canela 1, mientras que en la temporada alta, tendrá mayor demanda el paquete “Canela 2”.

Para establecer los precios y porcentajes de demanda de las cabañas en cada temporada, se realizó una entrevista e investigación directa a centros de recreación, hosterías, paradores turísticos y cabañas ubicadas en la vía Macas-Puyo, ya que son nuestra competencia directa.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 71.

Tipo de Clientes	Temporada Baja			Temporada Alta			Ingresos anuales por Hospedaje
	Canela 1	Canela 2	Canela 3	Canela 1	Canela 2	Canela 3	
Familia de 4 miembros	\$ 16,480	\$ 16,440	-	\$ 3,040	\$ 64,140	\$ 30,560	\$ 130,660
Parejas	\$ 8,220	\$ 8,220	-	\$ 1,520	\$ 32,070	\$ 15,280	\$ 65,310
Grupo de amigos de 4 miembros	\$ 7,380	\$ 6,560	-	\$ 1,380	\$ 25,720	\$ 11,500	\$ 52,540
Solo	\$ 6,590	\$ 6,585	-	\$ 1,220	\$ 25,680	\$ 12,220	\$ 52,295
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38,670</b>	<b>\$ 37,805</b>	<b>-</b>	<b>\$ 7,160</b>	<b>\$ 147,610</b>	<b>\$ 69,560</b>	<b>\$ 300,805</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Cuadros 72, 73, 74, 75 y 76.

El cuadro 71, nos muestra un ingreso anual de \$300.805 por hospedaje de acuerdo al tipo de cliente, temporada y paquete del Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”. En los cuadros 72, 73, 74, 75 y 76 (VER ANEXO 5), se encuentran detallados cada uno de los precios de las cabañas con su respectivo tipo de cliente, temporada y paquete.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Ingresos por otros servicios

El Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”, tendrá otros ingresos por los servicios que ofrecerán las diferentes áreas. En el cuadro 77, se detalla los valores correspondientes a la temporada alta y baja con sus respectivos servicios; los mismos, que se investigaron en relación a la demanda potencial que tendrá el centro y los clientes que posee la competencia.

**Cuadro 77.**

<b>TEMPORADAS</b>	<b>Baja</b>	<b>Alta</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ÁREA SOCIAL</b>			
Restaurante	\$ 59.625	\$ 127.118	\$ 186.743
Bar-Karaoke	\$ 35.775	\$ 76.271	\$ 112.046
Salón de eventos	\$ 68.266	\$ 151.948	\$ 220.214
<b>ÁREA DE RECREACIÓN Y JUEGOS</b>			
Gimnasio	\$ 1.300	\$ 1.670	\$ 2.970
Sauna – turco	\$ 2.080	\$ 2.683	\$ 4.763
Piscinas	\$ 2.850	\$ 3.161	\$ 6.011
Paseo en botes	\$ 1.200	\$ 1.900	\$ 3.100
<b>ÁREA DE DEPORTES</b>			
Canchas múltiples	\$ 1.104	\$ 2.300	\$ 3.404
<b>ÁREA COMERCIAL</b>			
	\$ 6.500	\$ 9.600	\$ 16.100
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 555.351</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** Investigación directa.

### 5.5.2. PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procedió a pronosticar el estado de resultados, el mismo que refleja los ingresos y egresos en que se incurrirá durante el periodo de 5 años.

**Cuadro 78.**

Crecimiento	3%
Inflación Acumulada (enero – agosto)	2%
<b>Tasa de crecimiento</b>	<b>5%</b>

**Elaborado por:** las autoras.

**Fuente:** [www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec)

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 79.

Centro de Recreación y Descanso “LOS CANELOS”

Estado de Resultado en dólares.

Proyección de los 5 años

<i>INGRESOS</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Ingresos por hospedaje	300805	315845	331638	348219	365630
Ingresos por otros servicios	555351	583119	612274	642888	675033
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>856156</b>	<b>898964</b>	<b>943912</b>	<b>991108</b>	<b>1040663</b>
<i>EGRESOS</i>					
<b>Costos Directos</b>					
Alimentos y Bebidas	380000	399000	418950	439898	461892
Servicios Básicos	21600	22680	23814	25005	26255
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>401600</b>	<b>421680</b>	<b>442764</b>	<b>464902</b>	<b>488147</b>
<b>Costos Indirectos</b>					
Materiales Indirectos (limpieza, etc)	2300	2415	2536	2663	2796
Mantenimiento de Instalaciones	4500	4725	4961	5209	5470
Mantenimiento de Equipos	5900	6195	6505	6830	7171
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>12700</b>	<b>13335</b>	<b>14002</b>	<b>14702</b>	<b>15437</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>	<b>414300</b>	<b>435015</b>	<b>456766</b>	<b>479604</b>	<b>503584</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>441856</b>	<b>463949</b>	<b>487146</b>	<b>511504</b>	<b>537079</b>
<i>GASTOS OPERACIONALES</i>					
Gastos Administrativos	45054	47307	49672	52156	54764
Gastos Financieros y Capital Anual	79139	79139	79139	79139	79139
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>124193</b>	<b>126446</b>	<b>128811</b>	<b>131295</b>	<b>133903</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>317663</b>	<b>337503</b>	<b>358335</b>	<b>380209</b>	<b>403176</b>
Participación Trabajadores 15%	47649	50625	53750	57031	60476
25% Impuesto a la Renta	79416	84376	89584	95052	100794
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 190.598</b>	<b>\$ 202.502</b>	<b>\$ 215.001</b>	<b>\$ 228.125</b>	<b>\$ 241.905</b>

*Elaborado por: las autoras.*

*Fuente: Cuadro de Inversión.*

### 5.5.3. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja con sus respectivos valores, se muestran en el cuadro 80, el mismo, que ha sido proyectado para 5 años.

El Flujo de Caja refleja los ingresos y egresos que tendrá cada año el Centro de Recreación y Descanso “Los Canelos”; la proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo, se efectuará sobre los resultados que se determinen.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 80.

Centro de Recreación y Descanso Los Canelos

Flujo de Caja en dólares.

Proyección de los 5 años

<i>INGRESOS</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Ingresos por hospedaje		300805	315845	331638	348219	365630
Ingresos por servicios varios		555351	583119	612274	642888	675033
Prestamo Recibido	300000					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>300000</b>	<b>856156</b>	<b>898964</b>	<b>943912</b>	<b>991108</b>	<b>1040663</b>
<b>INVERSION</b>						
Edificaciones	-290955					14548
Muebles y Enseres	-19694					1969
Terreno	-111017					111017
Equipos de Computacion	-2250					743
Maquinaria y Equipos	-17034					1704
Constitución e Instalación	-37650					
Instalaciones	-8300					
Capital de Trabajo	-63100					
Valor Residual						<b>129981</b>
<b>TOTAL</b>	<b>-550000</b>					
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>856156</b>	<b>898964</b>	<b>943912</b>	<b>991108</b>	<b>1170644</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
Costos Directos de Operación		401600	421680	442764	464902	488147
Costos Indirectos de Operación		12700	13335	14002	14702	15437
Gastos Administrativos		45054	47307	49672	52156	54764
Gastos Financieros y Capital Anual		79139	79139	79139	79139	79139
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>538493</b>	<b>561461</b>	<b>585577</b>	<b>610899</b>	<b>637487</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>317663</b>	<b>337503</b>	<b>358335</b>	<b>380209</b>	<b>533157</b>
Participación empleados 15%		47649	50625	53750	57031	79974
25% Impuesto a la Renta		79416	84376	89584	95052	133289
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>190598</b>	<b>202502</b>	<b>215001</b>	<b>228125</b>	<b>319894</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>-250000</b>	<b>\$ 190.598</b>	<b>\$ 202.502</b>	<b>\$ 215.001</b>	<b>\$ 228.125</b>	<b>\$ 319.894</b>

*Elaborado por: las autoras.*

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

#### 5.6.1. CÁLCULO DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

##### 5.6.1.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se realizará el cociente entre los Costos Fijos y el Margen de Contribución. Se entiende por costos fijos aquellos que se generan indiferentemente de que haya o no la prestación del servicio, mientras que el margen de contribución establece como la utilidad directa o variable, sobre cada unidad de ventas contribuye al pago de gastos fijos.

La Fórmula del Punto de Equilibrio es la siguiente:

$$\text{VENTAS P.E.} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{TOTAL DE COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

Para calcular el punto de Equilibrio del proyecto identificaremos los rubros que han sido considerados como Costos Fijos y Costos variables.

**Cuadro 81.**

<i>CONCEPTO</i>	<i>COSTO FIJO</i>	<i>COSTO VARIABLE</i>
Costos Directos		401.600
Mano de Obra Directa		19.907
Costos Indirectos	12.700	
Gastos Administrativos	25.146	
Pago de Intereses	30.000	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.846</b>	<b>\$ 421.507</b>

*Elaborado por: las autoras.*

Una vez que se han detallado los componentes de los Costos Fijos y los Costos Variables procedemos a calcular el Punto de Equilibrio en dólares.

**Costo Fijo: \$67846**

**Costo Variable: \$421507**

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Ventas Totales: \$ 856156**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN} = 1 - \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{67846}{1 - \frac{121507}{856156}}$$

$$PE = 133641$$

Los resultados se los puede observar en la siguiente tabla:

**Cuadro 82.**

Años	Ingresos (P.E)	% P.E / Ingresos
1	133641	16%

*Elaborado por: las autoras.*

Con los resultados obtenidos podemos encontrar un porcentaje de participación del Punto de Equilibrio sobre los Ingresos. Para el año 1, se obtuvo un porcentaje del 16%.

**5.6.1.2. COSTO DE CAPITAL O TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO DE CAPITAL (TMARC)**

Una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación de un proyecto es la tasa de descuento empleada en la actualización de los flujos de caja. Aun cuando todas las restantes variables se hayan proyectado en forma adecuada, la utilización de una tasa de descuento inapropiada puede inducir a un resultado errado en la evaluación.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La Tasa Mínima aceptable de rendimiento del capital –TMARC- en el presente trabajo se le ha calculado bajo el siguiente concepto:

- ◆ Prima al riesgo del 3%
- ◆ Tasa activa de interés del banco es del 8,94%

Con lo cual tenemos como TMARC el 12% para la evaluación del proyecto.

### **5.6.1.3. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN) indica que es conveniente la realización de un proyecto siempre y cuando el VAN sea superior o igual a cero. En los cálculos realizados mediante el Flujo de Caja, se obtuvo un Valor Actual Neto de \$ 561.137,39.

### **5.6.1.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) que es de 78% que supera a la TMARC que es 12% lo que significa que el proyecto es rentable y atractivo para realizar la inversión.

### **5.6.1.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

El período de Recuperación del Capital también es un buen indicador de rentabilidad de una inversión o de un proyecto. Indica en qué período de tiempo recupera el empresario el capital invertido. En el presente caso se ha calculado de la forma siguiente:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 83.

<b>Años</b>	<b>Flujos de Caja</b>	<b>Flujo de Caja Acumulado</b>	<b>Inversión</b>
1	190.598	190.598	
2	202.502	393.100	
<b>3</b>	<b>215.001</b>	<b>608.101</b>	<b>500.000</b>
4	228.125	836.226	
5	319.894	1.156.120	

*Elaborado por: las autoras.*

Dando como resultado que la inversión será recuperada en el tercer año de funcionamiento.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Conclusiones y Recomendaciones**

#### **6.1 Conclusiones**

- ❖ El presente estudio de factibilidad proporcionó información importante para la toma de una decisión sobre si llevar o no a cabo el proyecto de la creación de un Centro de Recreación y Descanso en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago.
  
- ❖ Según el estudio de mercado, se proyecta un futuro exitoso para el Centro de Recreación y Descanso “LOS CANELOS”, puesto que los resultados, que proporcionaron las encuestas realizadas, demuestran que los habitantes de la ciudad de Macas y del resto del país, sí están dispuestos a acudir al centro, e incluso reemplazar el servicio que otros centros de recreación y descanso les proporcionan por el nuestro; ya que en la actualidad, los centros de recreación y descanso, hosterías, paradores turísticos y cabañas, no cuentan con algunos de los servicios que proponemos; siendo esto nuestro valor agregado; y lo más importante, que el personal con el que cuentan no tienen la suficiente capacitación para atender a los clientes de forma servicial y amable.
  
- ❖ En el estudio técnico se especificó la ubicación y las condiciones necesarias para la instalación y el funcionamiento del Centro de Recreación y Descanso “LOS CANELOS”, así como también los equipos, insumos y muebles que son herramientas fundamentales para el desarrollo de las actividades dentro del mismo. Además, se detalló cada uno de las áreas con sus respectivos servicios, ya que el lugar en el que se encontrará el centro, cuenta con todos los servicios básicos para comodidad de los futuros clientes.
  
- ❖ Desde el punto de vista administrativo, jurídico y legal no se encuentra límites para la puesta en marcha del proyecto, ya que se contará con un personal

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

capacitado, con reglas, políticas y valores institucionales que encaminarán al centro.

- ❖ Desde el punto de vista financiero, con el análisis de los estados financieros y los indicadores económicos, se puede verificar la viabilidad del proyecto, el cual se atribuye a la proyección a cinco años lo que permite conocer la dimensión de la rentabilidad y la capacidad para cubrir los costos y gastos a mediano plazo.

### **6.2 Recomendaciones**

- ❖ Luego de haber realizado el estudio y haber determinado la factibilidad para la creación del Centro de Recreación y Descanso “LOS CANELOS”; se recomienda ejecutar el proyecto debido a que este tiene una excelente viabilidad económica y financiera.
- ❖ En el caso de poner en marcha el centro, se sugiere promocionarlo como un lugar donde se puede realizar actividades de esparcimiento relacionados con la naturaleza, con servicios que brindan relax y comodidad.
- ❖ El centro, deberá adaptarse constantemente a los cambios y requerimientos del mercado, lo que le permitirá desarrollarse en el ámbito turístico y llegar a ser el líder en el cantón Morona.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### BIBLIOGRAFÍA

#### **LIBROS:**

- ❖ AGUIRRE, Ormaechea D. Juan, 1997, Contabilidad General Tomo I, Cultura de Ediciones S.A., Madrid.
- ❖ CALL, William, 1993<sup>2</sup>, Microeconomía, Editorial Iberoamérica S.A, México.
- ❖ CÓDIGO DE TRABAJO, Ecuador.
- ❖ MALHOTRA, Naresh, 1997<sup>2</sup>, Investigación de Mercados: Un Enfoque Práctico, Editorial Prentice Hall.
- ❖ Microsoft Encarta y Student Program Manager, 2008, Diccionario DRAE, Redmond, WA 98052-6399, EE.UU.
- ❖ MOLINA, Antonio, 1998, Contabilidad de Costos, Editorial Impretec.
- ❖ SANDHUSEN, Richard, 2002<sup>1</sup>, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, Pág. 385.
- ❖ STATON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce, MC GRAW, Hill 2004<sup>13</sup>, Fundamentos de Marketing, Págs. 333 y 334.
- ❖ URIBE, Montoya Augusto, 1994<sup>2</sup>, Producción, Edit. Norma, Colombia.

#### **DOCUMENTOS:**

- ❖ ERAZO, José, Apuntes de la Cátedra de Marketing, 2008-2009.
- ❖ PAREDES, Enrique, Apuntes de la Cátedra de Proyectos de Inversión, 2008-2009.
- ❖ Anotaciones de Clase durante la formación universitaria.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **PÁGINAS WEB:**

- ❖ <http://andes.info.ec/actualidad/crece-ingreso-de-turistas-en-938-en-el-primer-semester-de-2010-21752>. Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. Publicación: “Ingreso de turistas a Ecuador crece en 9,38% en el primer semestre de 2010”.
- ❖ [http://www.inec.gob.ec/preliminares/base\\_presentacion.html](http://www.inec.gob.ec/preliminares/base_presentacion.html).
  
- ❖ <http://www.inec.gov.ec> – Proyección Cantonal 2001 – 2010.
- ❖ <http://www.municipalidadmorona.gov.ec> Ilustre Municipalidad del cantón Morona – Unidad Técnica de Turismo.
- ❖ <http://www.macas.gov.ec/> [ydelgado@mmorona.gov.ec](mailto:ydelgado@mmorona.gov.ec) Municipalidad Morona.
- ❖ <http://www.turismorona.com>
- ❖ <http://www.sise.com>
- ❖ <http://www.turismo.gov.ec>
- ❖ <http://www.bce.fin.ec>
- ❖ <http://www.inec.gov.ec>
- ❖ <http://www.promonegocios.net/> Servicios
- ❖ <http://www.wikipedia.com/> enciclopedia libre/Turismo
- ❖ <http://www.monografias.com/> CONTRERAS, Serón Cintia, 2009,
- ❖ <http://www.wikipedia.com/>
- ❖ <http://www.monografias.com/> CONTRERAS, Serón Cintia.
- ❖ <http://definicion.de/turismo/>
- ❖ <http://definicion.de/ecoturismo/>
- ❖ <http://definicion.de/turismorural/>
- ❖ <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-valor-residual>

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# DISEÑO DE TESIS

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1. IMPORTANCIA Y MOTIVACIÓN DEL TEMA

#### 1.1 Importancia

- ✓ Una de las razones por la que decidimos crear una empresa de servicios es la de ofrecer un servicio de recreación a través de la implantación de una imagen cultural, dirigida a personas que les gusta experimentar un ambiente de riesgo y adrenalina.
- ✓ Otra razón es, que en este sector, no existe un Centro de Recreación y Descanso que ofrezca un servicio óptimo, de calidad y económico hacia consumidores de distintos lugares del país y del mundo.

#### 1.2 Motivos Personales

- ✓ Escogimos este tema, debido a que se presenta la posibilidad de llevarlo a la realidad, ya que se cuenta con algunos recursos; siendo esta una oportunidad para experimentar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera administrativa.
- ✓ Proponer nuevos servicios de recreación, aprovechando de los paisajes y recursos naturales que posee el cantón Morona, permitiéndonos de esa manera, diferenciarnos de la competencia y satisfacer al máximo las exigencias de los consumidores.

#### 1.3 Contactos Previos

Para la elaboración del tema, hemos tenido contacto con las personas interesadas en la creación del Centro de Recreación y Descanso, quienes son el Arq. Carlos Luis Cortez y la Ing. Sonia Aguirre, siendo ellos los dueños del terreno en la parroquia de Sinaí, sector Veracruz en la vía Macas – Puyo.

### 2. DELIMITACIÓN

**2.1 Contenido:** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**2.2 Campo de Aplicación:** Centro de Recreación y Descanso.

**2.3 Espacio:** Provincia de Morona Santiago, cantón Morona.

**2.4 Periodo:** 2010 – 2015.

### **2.5 Título de la Tesis**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO EN CANTÓN MORONA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERÍODO 2010 – 2015.”

## **3. JUSTIFICACIÓN**

Hemos seleccionado el presente tema, puesto que se tiene proyectado la creación del Centro de Recreación y Descanso en la región; además, su investigación será de gran importancia, ya que existen establecimientos de esta índole, que no son del todo accesibles debido a los elevados costos de los servicios que poseen.

Justificamos nuestro tema de acuerdo a los siguientes criterios:

### **3.1 Criterio Académico.**

Nuestra propuesta de emprendimiento, servirá como fuente de consulta e información para quienes deseen incursionar en el campo empresarial o para quienes consideren importante la administración de una empresa de servicios.

### **3.2 Criterio Institucional.**

La creación del Centro de Recreación y Descanso al estilo tejano, es un tema que llamara la atención en el sector y cantones aledaños, razón por la cual pretendemos contribuir al desarrollo general, debido a que en este cantón no existe este tipo de centro.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.3 Impacto Social

Todo el proceso de creación, implementación y funcionamiento necesitará de un medio sumamente importante que es el recurso humano, de tal forma, que se ofrecerá fuentes de trabajo lo que beneficiará a la población de Macas.

### 3.4 Criterio Personal

Por el tema que hemos propuesto, nos encontramos motivadas y comprometidas a participar de este emprendimiento, ya que tenemos el interés de invertir en la creación de este centro y poner a disposición todos los conocimientos que hemos adquirido durante nuestra carrera universitaria.

### 3.5 Factibilidad de la Viabilidad

Nuestro tema requiere de una investigación bibliográfica y estadística, la misma que la encontraremos de forma directa y sin mayor dificultad; tales son las empresas relacionadas con los servicios de cabañas, hosterías, paradores turísticos y centros de recreación y descanso. En lo que se refiere a los datos estadísticos los encontraremos en: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y en la Ilustre Municipalidad del cantón Morona.

## 4. LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO



El Centro de Recreación y Descanso, se encontrará ubicada en la Provincia Morona Santiago, específicamente, en el cantón Morona; será una empresa destinada a brindar servicios de hospedaje y recreación, con servicios adicionales de comida buffet, bar-karaoke, sala de juegos y show en vivo; será el sitio ideal

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

para relajarse, disfrutar de la naturaleza y deleitarse de actividades que conllevan riesgo y aventura.

Se construirá 10 cabañas, al estilo ranchero; en breves rasgos se detallara la actividad a la que estará destinada cada cabaña:

- **Cabaña:** se encontrara la Recepción y Gerencia.



- **Cabaña:** servirán para el hospedaje de familias u hospedaje en general; cada cabaña constará de 8 habitaciones en las siguientes modalidades: sencilla, doble; 4 triple y mini suite; cada habitación tendrá un baño completo, agua fría-caliente, servicio telefónico, TV, y otros servicios adicionales para un descanso confortable.



- **Cabaña:** se encontrara el restaurante buffet, con un acogedor comedor que reunirá a todos nuestros huéspedes, en el que podrán disfrutar de las delicias preparadas por manos hábiles y experimentadas. Los menús son de primera clase, con recetas de familia y platos de identidad nacional e internacional. Menús sanos y saludables con los mejores productos orgánicos del mercado.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ **Desayuno:** el pan se preparará en el tradicional horno de leña; además se ofrecerá un desayuno ranchero.
- ◆ **Almuerzo:** se ofrecerá una variedad de platos, con su especialidad de Carnes, Costillas BBQ al carbón y platos tradicionales de Macas.
- ◆ **Merienda:** se ofrecerá platos tradicionales de la zona o comidas ligeras de acuerdo al gusto del cliente.



- **Cabaña:** También se encontrará el Bar-Karaoke. El servicio será de bar abierto, con variados y muy buenos licores, bebidas exóticas y tradicionales de Morona; además una amplia diversidad de bebidas no alcohólicas. También, se tendrá un lugar reservado para jugadores de cartas y juegos de villar. Para amenizar el ambiente, se colocará música de acuerdo a las preferencias de los clientes o se tendrá la intervención musical de algunos aficionados a través del Karaoke.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Cabaña:** También se encontrará el Bar-Karaoke. El servicio será de bar abierto, con variados y muy buenos licores, bebidas exóticas y tradicionales de Morona; además una amplia diversidad de bebidas no alcohólicas

En el Centro de Recreación y Descanso se podrá disfrutar de jardines, amplios espacios verdes, variedad de pájaros y aire libre.



## Otros Servicios

En adición a todos los servicios mencionados anteriormente, se tendrá a disposición de nuestros huéspedes:

- Piscina.
- Parqueadero.
- Conexión a Internet.
- Entre otros.

Estos servicios permitirán dar un realce a nuestro centro ante la competencia.

## Actividades

Dentro del Centro de Recreación y Descanso, se podrá llevar a cabo algunas actividades, y estas, serán clasificadas de la siguiente manera:

**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Actividades Diurnas
- Actividades Nocturnas.

### Actividades Diurnas

#### ◆ **Cabalgatas.**

Se organizará cabalgatas por verdes montañas, orillas de Ríos y ciertos sectores del cantón Morona, lo que provocará en nuestros clientes una sensación de aventura al trote del caballo, logrando así enriquecer el espíritu y olvidarse del estresante mundo cotidiano.

Entre los lugares turísticos están: **CASCADA DE ALTO MACUMACA, MIRADOR EL TIGRILLO, BOSQUE DE ARRA, RÍO UPANO, entre otros.**



#### ◆ **4 x 4**

Para llamar la atención de ciertos clientes que les gusta el deporte sobre ruedas se desarrollará campeonatos de 4x4 , para lo cual se adecuará una pequeña extensión de terreno con montículos y otro tipo de obstáculos que pongan a prueba sus vehículos de doble suspensión o denominados “todo terreno”.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## Actividades Nocturnas

**Camping:** actividad recreativa muy popular que consiste en vivir temporalmente al aire libre, por lo general en una tienda de campaña. El camping se practica principalmente en bosques, playas, lagos o ríos.



El Centro de Recreación y Descanso, preparará, para los amantes del camping, un lugar especial para disfrutar del campo de esa tranquilidad nocturna que brinda el cantón de Morona, lo que hará que su estadía sea placentera, tranquila, confortable y realmente inolvidable.

### ◆ **Rodeo**

El Centro de Recreación y Descanso, construirá una pequeña plaza en la que se desarrollará rodeos al estilo americano, acompañados por un excelente ambiente y clima; éste gran esfuerzo y trabajo se lo realizará con la contratación y ayuda de vaqueros quienes darán espectáculos únicos de adrenalina y algarabía con la monta de toros y de broncos (caballos salvajes); para esta festividad se contratará a grupos de mariachis, quienes amenizarán el momento con su música.

Será un espectáculo único en el cual pueden participar activamente los huéspedes, visitantes y turistas, acompañando a los vaqueros en sus largos recorridos diarios (cabalgatas antes del rodeo), o simplemente disfrutar mirando la habilidad y destreza con que los vaqueros, con sus trajes típicos montan sus caballos y manejan la beta o lazo.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Los niños también podrán disfrutar de estos espectáculos y se verán motivados a participar de estos a través de:

- ◆ Escaramuza con caballos.
- ◆ Carrera de Barriles en el que se dará excelentes premios al ganador.
- ◆ Y otras actividades.

Una de las atracciones de este tipo de eventos va a ser la monta de un toro mecánico denominado el “Toro Loco”, que promoverá una participación dinámica de nuestros clientes o visitante que gusten de este deporte extremo y no tengan experiencia alguna en la monta de toros o broncos , además se preservara su integridad física.

### 5. MARCO CONCEPTUAL

#### 5.1. Exponer los estudios o publicaciones referidos al tema de Tesis.

Para el tratamiento de nuestra tesis tomaremos en cuenta las siguientes publicaciones:

- GUANUCHE, Gabriela y JIMENEZ, Cecilia, 2001, “Creación de una Microempresa para la Producción y Comercialización de Pantalones”,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.

Temas a utilizarse para la tesis:

- Guía para la Estructura del Diseño de Tesis.
  - Marco Conceptual de tema.
  - Problematización.
  - Definición del Procedimiento Metodológico.
- 
- ARENAS, Juan, 2004, "Proyecto de factibilidad financiera para la creación de un hotel campestre y fincas recreativas en Bucay", Facultad de Ciencias Económicas y Humanísticas, Guayaquil – Ecuador.
    - Guía para la Estructura del Diseño de Tesis.

### **5.2. Selección de los conceptos claves, con los cuales se estructura el Marco Conceptual.**

- Empresa.
- Mercado.
- Competencia.
- Factibilidad.

### **5.3. Definición amplia y profunda de cada uno de los conceptos. Tres procedimientos:**

#### **❖ Empresa**

“La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.”<sup>24</sup>

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

### Clasificación de las empresas

Existen numerosas diferencias entre una empresa y otra. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles, a continuación se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos.

✓ Según la actividad

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:<sup>25</sup>

- ◆ **Industriales.** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.
- ◆ **Comerciales.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse:
  - Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.

---

<sup>24</sup>CALL, William, 1993<sup>2</sup>, Microeconomía, Editorial Iberoamérica S.A, México.

<sup>25</sup>AGUIRRE, Ormaechea D. Juan, 1997, Contabilidad General Tomo I, Cultura de Ediciones S.A., Madrid.

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
  - Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
- ♦ **Servicio.** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:
- Transporte.
  - Turismo.
  - Instituciones financieras.
  - Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones).
  - Servicios privados (ventas, publicidad, contable, administrativo).
  - Educación.
  - Finanzas.
  - Salubridad.

Para ampliar el análisis de nuestra tesis, se conceptualizará lo que es una Empresa de Servicios, por ello, a continuación se presentan las definiciones que proponen reconocidos expertos en temas de mercadotecnia con la finalidad de brindar una descripción más completa.

- ♦ Stanton, Etzel y Walker, definen los **servicios** "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> STATON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce, MC GRAW, Hill 2004<sup>13</sup>, Fundamentos de Marketing, Págs. 333 y 334.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ♦ Para Richard L. Sandhusen, "los **servicios** son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".<sup>27</sup>

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores propuestas, planteamos (a modo de resumen) la siguiente **definición de servicio**:

Los servicios son actividades identificables e intangibles, que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes. Los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión, cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado.

Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas.

### ❖ **Mercado**

“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto.”<sup>28</sup>

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

---

<sup>27</sup> SANDHUSEN, Richard, 2002<sup>1</sup>, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, Pág. 385

<sup>28</sup><http://www.monografias.com/CONTRERAS,SerónCintia,2000>,

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



#### ❖ Estudio de Mercado

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.”<sup>29</sup>

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados, que de una u otra forma, serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no aceptación y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

#### ❖ Factibilidad

“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.”<sup>30</sup>

#### Tipos de Factibilidad:

- ◆ **FACTIBILIDAD ECONÓMICA:** Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD COMERCIAL:** Indica un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto

---

<sup>29</sup>[http; www.wikipedia.com/Estudio de Mercado](http://www.wikipedia.com/Estudio de Mercado); SÁNCHEZ, Yábar Guido, El Marketing en las Pequeñas Empresas.

<sup>30</sup>[http; www.wikipedia.com/Estudio de Mercado](http://www.wikipedia.com/Estudio de Mercado); SÁNCHEZ, Yábar Guido, El Marketing en las Pequeñas Empresas.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

desarrollado. Así mismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean.

- ◆ **FACTIBILIDAD HUMANA U OPERATIVA:** Se refiere a que debe existir el personal capacitado y requerido para llevar a cabo el proyecto y así mismo, deben existir usuarios finales dispuestos a emplear los productos o servicios generados por el proyecto o sistema desarrollado.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD TÉCNICA O TECNOLÓGICA:** Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además muestra si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD BIOLÓGICA O ECOLÓGICA:** En ella se pide se respete la vida de los seres vivos, evitando sobreexplotación o mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre los ecosistemas y su medio ambiente. Esta factibilidad ha sido la más ignorada por los seres humanos desde la antigüedad.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD OPERACIONAL U ORGANIZACIONAL:** Se basa en conocer si el diseño del sistema organizacional, los procedimientos y el personal planteado puede funcionar en la organización.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD LEGAL:** Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal o estatal.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ◆ **FACTIBILIDAD POLÍTICA:** Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.
  
- ◆ **FACTIBILIDAD DE TIEMPO:** Se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

### ❖ **Turismo**

“Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.”<sup>31</sup>

### ❖ **Ecoturismo**

“El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.”<sup>32</sup> El ecoturismo está vinculado a un sentido de ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales y la preservación del medio natural.

---

<sup>31</sup><http://definicion.de/turismo/>

<sup>32</sup><http://definicion.de/ecoturismo/>

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ❖ **Turismo Rural**

“Se conoce como turismo rural a la actividad turística que tiene lugar en un espacio rural, ya sea en localidades pequeñas (con menos de 2.000 habitantes) o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su casco urbano.”<sup>33</sup> El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

Es habitual que el turismo rural propicie un acercamiento entre los habitantes de las ciudades y las comunidades campesinas. Mientras los turistas disfrutan del ambiente natural y aprenden sobre las labores del campo, las comunidades se benefician al recibir los ingresos generados por la actividad turística.

## **6. METODOLOGÍA PARA LA PROBLEMATIZACIÓN**

Constituye la descripción de nuestro objeto de estudio, en donde tendremos una percepción de la realidad interna y externa, en los aspectos estructurales y funcionales de nuestro tema de Tesis.

### **6.1 Ubicación del Problema Central y los Problemas Complementarios**

✓ **Problema Central.**

Establecer la muestra para realizar el estudio de mercado.

✓ **Problema Complementario 1.**

Definir el universo.

✓ **Problema Complementario 2.**

Obtener información confiable de los posibles consumidores.

---

<sup>33</sup><http://definicion.de/turismorural/>

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## 6.2 Redacción de los Problemas

### Problema Central

- ✓ **Descripción:** El Centro de Recreación y Descanso, debería tener un amplio estudio de mercado, a través de una correcta definición de la muestra que nos permita obtener información acerca de las necesidades y exigencias de los posibles consumidores y llevar un proceso de diseño de servicios.
  
- ✓ **Características:**
  - Realizar un estudio amplio de mercado.
  - Definir los sectores a encuestarse.
  - Plantear alternativas de nuevos servicios.

### Problema Complementario 1

- ✓ **Descripción:** El Centro de Recreación y Descanso, para fundamentar su estudio realizara un análisis amplio del universo que permitirá definir la muestra ya que es indispensable conocer a que tipo de segmento irá dirigido los servicios.
  
- ✓ **Características:**
  - Identificar lugares.
  - Determinar la población económicamente activa de los lugares de acuerdo a ciertos factores demográficos.
  - Definir un número total de los posibles consumidores.

### Problema Complementario 2



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ✓ **Descripción:** para obtener la información confiable de los futuros consumidores es necesario definir que fuente de información es la más ventajosa ya que los resultados que se obtengan serán la base para tomar decisiones adecuadas para el funcionamiento del centro.
  
- ✓ **Características:**
  - Realizar el diseño de la encuesta.
  - Aplicar la encuesta a los posibles consumidores.
  - Realizar el proceso de recolección, selección, tabulación e interpretación de los resultados.

## 7. OBJETIVOS

### 7.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de un Centro de Recreación y Descanso en el cantón Morona, para ofrecer un servicio diferente de la competencia, para satisfacer en mayor parte las necesidades de los consumidores, para ser reconocidos en el mercado como una empresa que brinda servicios de calidad, para obtener beneficios durante el funcionamiento del centro.

### 7.2. Objetivos Específicos

- Identificar mercados potenciales en el sector turístico para definir las estrategias que regularan el desarrollo de la metodología (plan de negocios)
- Investigar las necesidades de los clientes potenciales, con el fin de definir las estrategias que enmarcas la filosofía y políticas de servicio de la empresa.
- Determinar las características y políticas que tendrá el servicio a ofrecerse.
- Investigar los requerimientos técnicos y legales de los procedimientos para la correcta ejecución del centro.
- Atraer la oferta con servicios atractivos.

### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar las características a ofrecer del servicio.
- Proyectar estados financieros y calcular la mínima rentabilidad del proyecto en base a su nivel de riesgo.

### 8. ESQUEMA TENTATIVO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDO CAPÍTULOS
	<b>CAPÍTULO I: Antecedentes y Componentes</b> 1.1 Antecedentes 1.2 Componentes Teóricos
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 1</b> Elaborar un Estudio de Mercado	<b>CAPÍTULO II: Estudio de Mercado</b> 2.1 Análisis Situacional de Mercado. 2.2 Segmentación del Mercado. 2.3 Proyección del Mercado.
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 2</b> Realizar un Estudio Técnico	<b>CAPÍTULO III: Estudio Técnico</b> 3.1 Terreno 3.2 Capacidad Instalada 3.3 Distribución de Planta 3.4 Descripción del Servicio 3.5 Equipamiento del Centro de Recreación y Descanso 3.6 Obras Civiles. 3.7 Localización.
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 3</b> Realizar un estudio Administrativo, Jurídico y Legal	<b>CAPÍTULO IV: Estudio Administrativo, Jurídico y Legal</b> 4.1 Modelo Administrativo. 4.1.1 Cultura Organizacional. 4.1.2 Recursos Humanos. 4.1.3 Aspectos Institucionales y Legales.
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 4</b> Elaborar un Estudio Financiero	<b>CAPÍTULO V: Estudio Financiero y Económico.</b> 5.1 Supuestos Financieros

#### AUTORAS:

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

	5.2 Balance General 5.3 Financiamiento 5.4 Presupuesto de Costos y Gastos 5.5 Resultados y Situación Financiera 5.6 Evaluación Financiera y Económica
	<b>Conclusiones y Recomendaciones</b> 6.1 Conclusiones. 6.2 Recomendaciones.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9. VARIABLES – INDICADORES - CATEGORÍAS

ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORÍAS
<b>CAPÍTULO III</b> <b>Estudio de Mercado</b> <b>2.1 Análisis Situacional de Mercado</b>	Servicios	Excelente Buena Mala	Calidad
	Precios	Altos Medios Bajos	Accesible Competitivo
	Insumos	Excelente Buena Mala	Calidad Accesibilidad Crédito
<b>2.2 Segmentación de Mercado</b>	Universo  Muestra	Ingresos Edad Género Religión Ciudad	Veracidad
<b>2.3 Proyección de Mercado</b>	Proceso de Investigación	Ingresos Sexo Edad Lugar	Veracidad Agilidad Seguridad
<b>CAPITULO IV</b> <b>Estudio Técnico</b> <b>3.1 Terreno</b>	Capacidad Administrativa	Personal Funciones	Estabilidad Capacitación
	Problemas de Orden Institucional	Políticas Reglas Obligaciones Manuales	Responsabilidad Remuneración
<b>3.2 Capacidad Instalada</b>	Cálculos	Personal Servicio	Veracidad Responsabilidad

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORÍAS
3.3 Distribución de Planta	Layout	Departamentos Procesos Áreas	Amplia Seguridad Accesible Económico Calidad
3.4 Descripción del Servicio	Descripción del Servicio	Literaria Científico	Eficiencia Responsabilidad
	Diagrama de Flujo del Servicio	Operaciones Funciones Personal	
3.5 Equipamiento del Centro del Centro de Recreación y Descanso.	Tipos	Equipos de Oficina Comunicación Industrial	Calidad Capacidad
3.6 Obras Civiles	Infraestructura	Construcción Decoración Parqueadero Áreas de Recreación	Amplia Innovación Segura
3.7 Localización	Alternativas de Localización	Evaluación Cuantitativa Evaluación Cualitativa Análisis de Variables	Verídica Segura
<b>CAPÍTULO V: Estudio Administrativo Jurídico-Legal. 4.1 Modelo Administrativo 4.1.1 Cultura Organizacional</b>	Misión Visión Objetivos	Servicio Innovación	Responsabilidad Cumplimiento

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORÍAS
4.1.2 Recursos Humanos	Personal	Organigrama Número Manual de Funciones Requerimientos Descripción de Departamento	Experiencia Capacitación Responsabilidad
4.1.3 Aspectos Institucionales y Legales	Constitución y Formalización	Gestiones Comerciales y Tributarias Gestiones de Funcionamiento Gestiones de Seguridad Laboral	Ética
CAPÍTULO VI: Estudio Financiero 5.1 Supuestos Financieros	Inversión Inicial y Proyectada	Activos Fijos Gastos de Instalación Capital de Trabajo	Veracidad Eficiencia Seguridad
	Proyecto de Ventas	Oferta Demanda Capacidad Instalada	
5.2 Balance General	Situación Inicial	Activos, Pasivos Patrimonio	Credibilidad Eficiencia Veracidad
5.3 Financiamiento	Análisis de Financiamiento	Tasa de Interés	
5.4 Presupuesto de Costos y Gastos	Análisis de Costos	Costos Fijos	
		Costos Variables	
5.5 Resultados y Situación Financiera	Utilidades Promedio	Ingresos Gastos	Responsabilidad Cumplimiento
5.6 Evaluación Financiera y Económica	Indicadores de Rentabilidad	Valor Actual Neto Tasa Interna de Retorno	

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 10. DISEÑO METODOLOGICO

Para tener una percepción del procedimiento metodológico aplicado a nuestro tema de tesis, es necesario organizar las actividades en 3 etapas:

#### **I ETAPA**

Recolección y procesamiento de la información:

- Elaboración de instrumentos de recolección de información, utilizando técnicas de investigación como son:
  - Encuestas y entrevistas.
  - Observación directa.
- Validación de instrumentos, utilizando técnicas estadísticas-matemáticas para construir indicadores.
- Trabajo de campo.- En donde se llevará a cabo la aplicación de las técnicas diseñadas en el paso uno, de las encuestas y entrevistas realizadas a la población del cantón Morona y de los lugares aledaños a él.
- Ordenación de la información.- en donde procederemos a sistematizar la información y datos obtenidos mediante la aplicación de la Estadística.
- Procesar la información.- que lo realizaremos de una manera computarizada, elaborando un Plan de Tabulación de Datos.
- Elaboración de gráficos.- con la información que nos proporcionará la tabulación de datos, procederemos a graficarla.
- Almacenar la información en el computador.
- Revisar la información obtenida en los pasos anteriores.

#### **II ETAPA**

Análisis de la información:

- Recuperación de la información.- revisar la información que disponga en el computador.
- Describir la información.- de acuerdo a los datos obtenidos y a la observación directa.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Análisis y revisión cuantitativa.- procesar la información utilizando la estadística y realizar los ajustes convenientes.
- Análisis y revisión cualitativa.- contrastes la información cualitativa y cuantitativa y realizar los ajustes requeridos.
- Elaboración de la propuesta.- integración de la información que fue previamente analizada.
- Discutir la propuesta.

### **III ETAPA**

Redacción de la Información:

- Revisión del esquema tentativo.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo I.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo II.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo III.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo IV.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo V.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo VI.
- Redacción, revisión y reajuste del Capítulo VII.
- Revisión final.
- Últimos reajustes.
- Redacción definitiva.
- Impresión.
- Presentación.

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

11. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	DIAS																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
<b>Recolección y procesamiento de la Inf.</b>																																	
Elaboración de Instrumentos de recolección				■	■		■	■																									
Validación de Instrumentos											■	■	■	■	■																		
Trabajo de Campo																		■	■	■	■	■											
Ordenación de la Información																										■	■	■	■	■			
Procesar Información	■	■	■	■	■																												
Elaboración de Gráficos								■	■	■	■	■	■																				
Almacenar la Información																		■	■				■	■	■	■	■						
<b>Análisis de la Información</b>																																	
Recuperación de la Información	■	■	■	■																													
Describir la Información								■	■	■	■	■	■	■	■																		
Análisis y Revisión Cuantitativa															■	■	■	■	■	■	■												
Análisis y Revisión Cualitativa																							■	■	■	■	■						
Elaboración de la Propuesta																														■	■	■	
<b>Redacción de la Información</b>																																	
Redacción del Esquema Tentativo	■	■																															
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. I				■	■	■	■	■	■																								
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. II											■	■	■	■	■	■																	
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. III																						■	■	■	■	■							
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. IV																										■	■	■	■	■			
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. V			■	■	■	■	■																										
Redacción, Revisión y Reajuste del Cap. VI										■	■	■	■	■																			
Revisión Final																		■	■	■	■	■											
Últimos Reajustes																									■	■							
Redacción Definitiva																										■	■						
Impresión																														■			
Presentación																																	■

Enero ■ Febrero ■ Marzo ■ Abril ■ Mayo ■



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 12. BIBLIOGRAFÍA

#### LIBROS:

- ❖ AGUIRRE, Ormaechea D. Juan, 1997, Contabilidad General Tomo I, Cultura de Ediciones S.A., Madrid.
- ❖ CALL, William, 1993<sup>2</sup>, Microeconomía, Editorial Iberoamérica S.A, México.
- ❖ Microsoft Encarta y Student Program Manager, 2008, Diccionario DRAE, Redmond, WA 98052-6399, EE.UU.
- ❖ SANDHUSEN, Richard, 2002<sup>1</sup>, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, Pág. 385.
- ❖ STATON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce, MC GRAW, Hill 2004<sup>13</sup>, Fundamentos de Marketing, Págs. 333 y 334.
- ❖ URIBE, Montoya Augusto, 1994<sup>2</sup>, Producción, Edit. Norma, Colombia.

#### TESIS:

- ❖ GUANUCHE, Gabriela y JIMENEZ, Cecilia, 2004, "Creación de una Microempresa para la Producción y Comercialización de Pantalones", Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.
  - Guía para la Estructura del Diseño de Tesis.
- ❖ ARENAS, Juan, 2004, "Proyecto de factibilidad financiera para la creación de un hotel campestre y fincas recreativas en Bucay", Facultad de Ciencias Económicas y Humanísticas, Guayaquil – Ecuador.
  - Guía para la Estructura del Diseño de Tesis.

#### MANUALES Y DOCUMENTOS:

#### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ ACHIG, Lucas, 2006, Guía para la elaboración del Diseño de Tesis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.
- ❖ Anotaciones de Clase durante la formación universitaria.

### **PÁGINAS WEB:**

- ❖ [http: www.macas.gov.ec/](http://www.macas.gov.ec/) [ydelgado@mmorona.gov.ec/](mailto:ydelgado@mmorona.gov.ec) Municipalidad Morona.
- ❖ [http: www.turismorona.com](http://www.turismorona.com)
- ❖ [http: www.sise.com](http://www.sise.com)
- ❖ [http: www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)
- ❖ [http: www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- ❖ [http: www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- ❖ [http: www.promonegocios.net/](http://www.promonegocios.net/) Servicios
- ❖ [http: www.wikipeda.com/](http://www.wikipeda.com/) enciclopedia libre/Turismo
- ❖ [http; www.monografías.com/](http://www.monografías.com/) CONTRERAS, Serón Cintia,2009,
- ❖ [http; www.wikipeda.com/](http://www.wikipeda.com/)
- ❖ [http; www.monografías.com/](http://www.monografías.com/) CONTRERAS, Serón Cintia.

### **AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



# ANEXOS



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO II
ANEXO 1

ENCUESTA
Somos estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, en el contexto y contenido de la investigación de TESIS, estamos realizando un Estudio de Mercado, solicitamos de la mejor manera se sirva contestar a las siguientes preguntas.
Edad: Género F M
Estado Civil: Instrucción:
Instrucciones: \* Señale con una X la respuesta que usted considere apropiada.
\* Si tiene alguna duda, preguntar.
1. - Lugar de Procedencia:
NOTA: En caso de pertenecer al cantón Morona, responder desde la pregunta 9.
En caso de no pertenecer al cantón Morona, responder todas las preguntas.
2. - ¿Cuál es el motivo de su visita al cantón Morona?
Turismo Estudio
Negocio Trabajo
Otros
3. - ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Morona?
Aéreo Terrestre
4. - ¿Con quién viaja?
Familia Pareja
Amigos Solo
5. - ¿Con cuántas personas nos visita?
1 a 2 personas 2 a 3 personas 4 en adelante
6. - ¿Qué fecha prefiere para visitar Morona?
Fiestas de Macas Fines de Semana
Feriados Otros
Vacaciones Escolares
7. - ¿Cuántos días permanecerá en el cantón Morona?
1-2 días 3-4 días 5-6 días más de 6 días
8. - Señale que centros turísticos ha visitado en el cantón Morona:
Vieja Molienda Complejo Turístico San Andrés
Las Tolitas
Parador Agroturístico Rancho Alegre
Refugio de Paus
Complejo Rubio
Cabañas Ecológicas ETSA
Cabañas Nantar
Complejo Municipal Las Piscinas
Cabañas Rancho Grande
Centro Turístico Séptimo Cielo
Complejo Turístico las Cascadas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9.- ¿Cuántos días ha permanecido en los centros turísticos que ha señalado anteriormente?  
 1-2 días \_\_\_\_\_ 3-4 días \_\_\_\_\_ 5-6 días \_\_\_\_\_ más de 6 días \_\_\_\_\_

10.- Usted acude a los lugares turísticos con:  
 Familia \_\_\_\_\_ Pareja \_\_\_\_\_  
 Amigos \_\_\_\_\_ Solo \_\_\_\_\_

11.- ¿Qué servicios valora o busca al momento de elegir un centro turístico?  
 Todos los servicios \_\_\_\_\_ Masajes \_\_\_\_\_  
 Bar - Restaurant \_\_\_\_\_ Servicio telefónico \_\_\_\_\_  
 Entretenimiento \_\_\_\_\_ Áreas deportivas \_\_\_\_\_  
 Lavandería \_\_\_\_\_ Camping \_\_\_\_\_  
 Televisión por cable \_\_\_\_\_ Sauna - Turco \_\_\_\_\_  
 Piscina \_\_\_\_\_ Seguridad \_\_\_\_\_  
 Salón de eventos \_\_\_\_\_ Sala de internet \_\_\_\_\_  
 Desayuno incluido \_\_\_\_\_ Aeromodelismo \_\_\_\_\_  
 Parqueadero \_\_\_\_\_

12.- Aparte de los servicios mencionados anteriormente. ¿Qué otros servicios considera necesario?

---

13.- ¿Cómo calificaría usted los servicios prestados en los diferentes centros turísticos que ha visitado?  
 Excelente \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_  
 Bueno \_\_\_\_\_ Pésimo \_\_\_\_\_

14.- ¿Su promedio de gasto diario dentro de un centro turístico es/fue?  
 < \$10 \_\_\_\_\_ \$10 a 20 \_\_\_\_\_ \$20 a 40 \_\_\_\_\_ mas de \$50 \_\_\_\_\_

15.- ¿Cuál cree que es el principal medio para informarse sobre un centro turístico?  
 Televisión \_\_\_\_\_ Página Web \_\_\_\_\_  
 Radio \_\_\_\_\_ Postales \_\_\_\_\_  
 Afiche \_\_\_\_\_ Guía Turística \_\_\_\_\_

16.- ¿Le gustaría acudir a un nuevo centro de recreación y descanso, en la vía Macas - Puyo, que aparte de brindar los servicios básicos, proporciones los siguientes servicios: micromercado, tarabita, laguna, área de deportes extremos, cabalgatas, show,?  
 Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

15.- Señale qué es lo que debería mejorar en el cantón Morona:  
 Seguridad \_\_\_\_\_ Infraestructura \_\_\_\_\_  
 Promoción \_\_\_\_\_ Cultura Turística \_\_\_\_\_  
 Capacitación y Educación \_\_\_\_\_

**GRACIAS**





CAPITULO II  
ANEXO 2  
CUADROS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro 6. Edad

<i>EDADES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
15 – 20	34	12,55
21 – 25	63	23,25
26 – 30	84	31
31 – 35	52	19,19
36 – 40	15	5,54
41 – 45	8	2,95
46 – 50	10	3,69
+ de 50	9	2,85
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 7. Género

<i>GÉNERO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Femenino	168	60,52
Masculino	107	39,48
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 8. Estado Civil

<i>ESTADO CIVIL</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Soltero (a)	91	33,58
Casado (a)	126	46,49
Divorciado (a)	42	15,4
Viudo (a)	16	4,53
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 9. Instrucción

<i>INSTRUCCIÓN</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Primaria	33	12,18
Secundaria	107	39,48
Superior	120	43,8
Postgrado	15	5,44
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 10. Lugar de Procedencia

<i>LUGAR</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Macas	214	77,59
Sevilla - Don Bosco	3	1,11
Cuchaentza	2	0,74
Sinaí	4	1,48
Zuñá	3	1,11
9 de Octubre	2	0,74
General Proaño	1	0,37
Río Blanco	3	1,11
San Isidro	3	1,11
Quito	10	3,69
Guayaquil	4	1,48
Cuenca	6	2,21
Ambato	3	1,11
Méndez	1	0,37
Gualaquiza	3	1,11
Sucúa	8	2,95
Logroño	5	1,85
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 11. Motivo de Visita

<i>MOTIVO DE VISITA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Turismo	19	47,5
Negocio	12	30
Estudio	4	10
Trabajo	3	7,5
Otros	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 12. Medio de Transporte

<i>MEDIO DE TRANSPORTE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Aéreo	0	0
Terrestre	40	100
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 13. Personas con las que viaja

<i>PERSONAS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Familia	11	27,5
Amigos	15	37,5
Pareja	6	15
Solo	8	20
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo

Cuadro 14. Número de Personas con las que viaja

<i>PERSONAS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
1 a 2 personas	11	27,5
2 a 3 personas	16	40
4 en adelante	13	32,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 15. Festividades

<i>FESTIVIDADES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Fiestas de Macas	7	17,5
Feridos	9	22,5
Fines de Semana	6	15
Vacaciones Escolares	15	37,5
Otros	3	7,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 16. Días de Permanencia en el cantón Morona

<i>DÍAS DE PERMANENCIA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
1-2 días	13	32,5
3-4 días	18	45
5-6 días	5	12,5
más de 6 días	4	10
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 17. Centros de Recreación que ha visitado en Morona

<i>CENTROS DE RECREACIÓN</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Vieja Molienda	95	35,05
Las Tolitas	236	87,08
Parador Agroturístico Rancho Alegre	82	30,25
Refugio de Paus	65	23,99
Complejo Rubio	43	15,87
Cabañas Ecológicas ETSA	22	8,12
Cabañas Nantar	19	7,01
Complejo Municipal Las Piscinas	198	73,06
Cabañas Rancho Grande	29	10,7
Centro Turístico Séptimo Cielo	17	6,27
Complejo Turístico las Cascadas	177	65,31
Complejo Turístico San Andrés	208	76,75
Hostería Manzana Real	226	83,39
Hostería Cabañas del Valle	178	65,68
Centro Turístico Huerto del Edén	210	77,49
Cabañas Arrayan y Piedra	214	78,97
Balneario Balcón del Río	218	80,44
Parador-Restauran Capitán Vazco	154	56,83
Hostería Fátima	95	35,06
Unchipal	65	23,99
Centro Turístico Huachito	212	78,23
Otros	31	11,44

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 18. Días de permanencia en un Centro Turístico

<i>DÍAS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
1-2 días	162	59,3
3-4 días	54	19,43
5-6 días	38	14,02
más de 6 días	21	7,75
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 19. Personas con las que acude a un Centro Turístico

<i>PERSONAS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Familia	234	86
Amigos	137	51
Pareja	116	43
Solo	85	31

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 20. Servicios que valora en un Centro Turístico

<i>SERVICIOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Todos los servicios	87	32,1
Bar – Restaurant	219	80,81
Entretenimiento	77	28,41
Lavandería	21	7,75
Televisión por cable	41	15
Piscina	218	80,44
Salón de eventos	38	14,02
Desayuno incluido	41	15
Parqueadero	183	67,5
Masajes	33	12,17
Servicio telefónico	63	23,24
Áreas Deportivas	178	65,68
Camping	45	16,61
Sauna - Turco	85	31,36
Seguridad	197	72,69
Sala de Internet	56	20,66
Aeromodelismo	48	17,71

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 21. Otros servicios que considere necesarios en un Centro Turístico

<i>SERVICIOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Deportes extremos	19	7,01
Atención Personalizada	65	23,99
Senderismo	19	7,1
Complejos Multideportivo	14	5,17
Karaoke	11	4,06
Área de Relajamiento	9	3,32
Espacios Naturales	8	2,95
Música Ambiental	5	1,84
Discoteca	12	4,43
Camas de Agua	5	1,84
Transporte	9	3,32
Mini mercado	55	20,29
Sitios de Lectura	6	2,21
Amacas	8	2,95
Laguna (paseo en bote)	8	2,95
Guía Turístico	4	1,48
Atención todos los días	11	4,06
Cajero Automático	3	1,11
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 22. Calidad del Servicio

<i>SERVICIOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Excelente	11	4,06
Bueno	124	44,58
Regular	117	43,17
Pésimo	23	8,1
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

Cuadro 23. Disponibilidad de Gasto

<i>DISPONIBILIDAD DE GASTO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
\$ 10	48	17,71
\$10 a \$20	106	38,64
\$20 a \$40	86	31,43
más de \$50	35	12,91
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fue*

*n*te: Trabajo de Campo.



**Cuadro 24. Medios de Información**

<i>MEDIOS DE INFORMACIÓN</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Televisión	93	33,84
Radio	19	7,01
Afiche	26	9,59
Página Web	75	27,47
Postales	24	8,85
Guía Turística	38	14,02
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fue*

*n*te: Trabajo de Campo.

**Cuadro 25. Aceptación de un nuevo Centro Turístico**

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Sí	268	97,42
No	7	2,58
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.

**Cuadro 26. Aspectos por Mejorar**

<i>ASPECTOS POR MEJORAR</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>%</i>
Seguridad	34	13
Promoción	42	15
Infraestructura	63	23
Cultura Turística	69	26
Capacitación y Educación	67	23
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Trabajo de Campo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO V  
ANEXO 3

CUADRO 51. COSTOS E INGRESOS

TEMPORADA / BAJA	Ocupación	Consumo promedio mínimo en el Restaurante		Consumo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	31%				
Familia de 4 miembros	686	30	20580	18	12.348
Grupo de Amigos de 4 miembros	685	15	10275	9	6165
Pareja	410	30	12300	18	7380
Solo	1098	7,5	8235	4,5	4941
Otras personas	1098	7,5	8235	4,5	4941
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 59.625,00</b>		<b>\$ 35.775,00</b>

TEMPORADA / ALTA	Ocupación	Consumo promedio mínimo en el Restaurante		Consumo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	69%				
Familia de 4 miembros	1527	30	45810	18	27.486
Grupo de Amigos de 4 miembros	1527	15	22905	9	13743
Pareja	918	30	27540	18	16524
Solo	2445	7,5	18337,5	4,5	11002,5
Otras personas	1670	7,5	12525	4,5	7515
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 127.117,50</b>		<b>\$ 76.270,50</b>

INGRESOS RESTAURANTE	\$ 186.742,50
INGRESOS BAR - KARAOKE	\$ 112.045,50
INGRESOS SALÓN DE EVENTOS	\$ 220.214,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 519.002,00</b>

TEMPORADA / BAJA	Ocupación	Costo promedio mínimo en el Restaurante		Costo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	31%				
Familia de 4 miembros	686	20	13720	12	8.232
Grupo de Amigos de 4 miembros	685	10	6850	6	4110
Pareja	410	20	8200	12	4920
Solo	1098	5	5490	3	3294
Otras personas	760	5	3800	3	2280
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 38.060,00</b>		<b>\$ 22.836,00</b>

TEMPORADA / ALTA	Ocupación	Costo promedio mínimo en el Restaurante		Costo promedio mínimo en el Bar - Karaoke	
		Valor	Total	Valor	Total
<b>Porcentaje de Ocupación</b>	69%				
Familia de 4 miembros	1527	20	30540	12	18.324
Grupo de Amigos de 4 miembros	1527	10	15270	6	9162
Pareja	918	20	18360	12	11016
Solo	2445	5	12225	3	7335
Otras personas	1670	5	8350	3	5010
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 84.745,00</b>		<b>\$ 50.847,00</b>

COSTOS DEL RESTAURANTE	\$ 122.805,00
COSTOS DEL BAR - KARAOKE	\$ 73.683,00
COSTOS DEL SALÓN DE EVENTOS	\$ 183.512,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 380.000,00</b>

*Elaborado por:* las autoras.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 4

CUADRO 57. SUELDO / SALARIO DEL PERSONAL

	Cargo	Número de empleados	Sueldo/ Salario	Sueldo/Salario anual	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Aporte Patronal	Vacaciones	Aporte personal	Total Anual
Mano de obra Indirecta	Gerente General-Contador	1	800	9600	800	264	97,20	400	897,60	10264
	Mantenimiento	2	270	3240	540	528	32,81	135	302,94	4173
	Chef-Cocinero	2	300	3600	600	528	36,45	150	336,60	4578
	<b>Total</b>									<b>\$ 19.014</b>
Mano de obra Directa	Cajero/recepcionista	1	300	3600	300	264	36,45	150	336,60	4014
	seguridad	2	270	3240	540	528	32,81	270	302,94	4308
	Barman-mesero	2	270	3240	540	528	32,81	270	302,94	4308
	Camera	1	270	3240	270	264	32,81	135	302,94	3639
	Vendedor	1	270	3240	270	264	32,81	135	302,94	3639
	<b>Total</b>									<b>\$ 19.907</b>

MANO DE OBRA INDIRECTA	19014
MANOS DE OBRA DIRECTA	19907
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 38.922</b>

*Elaborado por:* las autoras.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 5

Cuadro 72. DEMANDA POTENCIAL

<i>Demanda / Temporada Baja</i>	<i>Nro. Clientes</i>	<i>Paquete Canela 1 Porcentaje Demanda</i>	<i>Nro. Clientes de</i>	<i>Precio</i>	<i>Demanda Total</i>
Familia de 4 miembros	686	60%	412	\$ 40	\$ 16.480
Parejas	685	60%	411	\$ 20	\$ 8.220
Grupo de amigos de 4 miembros	410	60%	246	\$ 30	\$ 7.380
Solo	1098	60%	659	\$ 10	\$ 6.590
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 38.670</b>

**Elab**

*orado por.* las autoras.

Cuadro 73.

<i>Demanda / Temporada Baja</i>	<i>Nro. Clientes</i>	<i>Paquete Canela 2 Porcentaje Demanda</i>	<i>Nro. Clientes de</i>	<i>Precio</i>	<i>Demanda Total</i>
Familia de 4 miembros	686	40%	274	\$ 60	\$ 16.440
Parejas	685	40%	274	\$ 30	\$ 8.220
Grupo de amigos de 4 miembros	410	40%	164	\$ 40	\$ 6.560
Solo	1098	40%	439	\$ 15	\$ 6.585
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 37.805</b>

**Elab**

*orado por.* las autoras.

Cuadro 74.

<i>Demanda / Temporada Alta</i>	<i>Nro. Clientes</i>	<i>Paquete Canela 1 Porcentaje Demanda</i>	<i>Nro. Clientes de</i>	<i>Precio</i>	<i>Demanda Total</i>
Familia de 4 miembros	1527	5%	76	\$ 40	\$ 3.040
Parejas	1527	5%	76	\$ 20	\$ 1.520
Grupo de amigos de 4 miembros	918	5%	46	\$ 30	\$ 1.380
Solo	2445	5%	122	\$ 10	\$ 1.220
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 7.160</b>

**Elab**

*orado por.* las autoras.

Cuadro 75.

<i>Demanda / Temporada Alta</i>	<i>Nro. Clientes</i>	<i>Paquete Canela 2 Porcentaje Demanda</i>	<i>Nro. Clientes de</i>	<i>Precio</i>	<i>Demanda Total</i>
Familia de 4 miembros	1527	70%	1069	\$ 60	\$ 64.140
Parejas	1527	70%	1069	\$ 30	\$ 32.070
Grupo de amigos de 4 miembros	918	70%	643	\$ 40	\$ 25.720
Solo	2445	70%	1712	\$ 15	\$ 25.680
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 147.610</b>

**Elab**

*orado por.* las autoras.

**AUTORAS:**

DIANA ASMAL MATUTE

GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 76.

<b>Demanda / Temporada Alta</b>	<b>Nro. Clientes</b>	<b>Paquete Canela 3 Porcentaje Demanda</b>	<b>Nro. Clientes de</b>	<b>Precio</b>	<b>Demanda Total</b>
Familia de 4 miembros	1527	25%	382	\$ 80	\$ 30.560
Parejas	1527	25%	382	\$ 40	\$ 15.280
Grupo de amigos de 4 miembros	918	25%	230	\$ 50	\$ 11.500
Solo	2445	25%	611	\$ 20	\$ 12.220
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 69.560</b>

Elab

orado por. las autoras.

FOTOS VARIAS  
COMPETENCIA

Balneario “Balcón del Río”



Hostería “Arrayan y Piedra”



AUTORAS:  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Parador – Restaurant “Capitán Vazco”



### Parador Agroturístico “Rancho Alegre”



**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

TERRENO DEL CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO “LOS CANELOS”



**AUTORAS:**  
DIANA ASMAL MATUTE  
GABRIELA PLASENCIA CABRERA