



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD A DISTANCIA

Tema de tesis

“VIABILIDAD SOCIOECONOMICO DE LA CREACION DE UN COMPLEJO TURISTICO (BALNEARIO) EN LA PARROQUIA GUAPAN QUE CUBRA LA DEMANDA DE LA POBLACION DE AZOGUES Y SUS PARROQUIAS AÑO 2010”

**Tesis previa la obtención del
título de Ingeniero en
Administración de Empresas**

Autoras:

JANNETH PATRICIA CORONEL MOLINA

MACLOVIA GENOVEVA VAZQUEZ QUEZADA

Director: Econ. GONZALO LEONARDO IZQUIERDO MONTOYA

LOJA – ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.

Econ. Gonzalo Leonardo Izquierdo Montoya

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por las egresadas Janneth Patricia Coronel Molina y Maclovia Genoveva Vázquez Quezada , ha sido cuidadosamente revisado cuidadosamente por quien suscribe el presente, por lo que he tenido que constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Escuela de Administración de Empresas, por lo que autorizo su presentación.

Lo certifico.- Loja, 11 de marzo del 2011

.....
Econ. Gonzalo Leonardo Izquierdo Montoya
DIRECTOR

AUTORÍA

La reproducción total o parcial de este libro en forma idéntica o modificada, escrita a máquina o por el sistema "multigraph", mimeógrafo, impreso, etc., no autorizada por los editores, viola derechos reservados.

Cualquier utilización debe ser previamente solicitada a la: UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA, ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Azogues, marzo del 2011

Derechos Reservados

Autoras: Janneth Patricia Coronel Molina
Maclovia Genoveva Vázquez Quezada

CESIÓN DE DERECHO

Nosotras, Janneth Patricia Coronel Molina y Maclovia Genoveva Vázquez Quezada, declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.

.....

Econ. Gonzalo Leonardo Izquierdo Montoya

DIRECTOR DE TESIS

.....

Janneth Patricia Coronel Molina

.....

Maclovia Genoveva Vázquez Quezada

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo investigativo a la razón de mi existencia: mi esposo y mis hijos: Angie, Rupertito y Sofía, quienes han sabido compartir su tiempo y apoyarme en cada momento para poder con satisfacción culminar mis estudios universitarios y este documento previo la obtención del título profesional.

Patricia

Este trabajo de investigación lo dedico a mi amado esposo y a mis entrañables hijos, quienes con absoluta paciencia aceptaron el tiempo que su esposa y madre utilizó en la elaboración de esta tesis.

Genoveva

AGRADECIMIENTO

Queremos con absoluto respeto y lealtad dejar expresado nuestro reconocimiento de gratitud, y agradecimiento infinito al Economista Gonzalo Leonardo Izquierdo Montoya, distinguido Catedrático de la Universidad Técnica Particular de Loja, quien con su don de gente y capacidad intelectual supo guiarnos y orientarnos para con satisfacción concluir este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Pág.

CERTIFICACION DEL DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORIA	iii
CESION DE DERECHO	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE MAPAS	xviii
RESUMEN	xix
I CONSIDERACIONES GENERALES	1
1.1 INTRODUCCION	1
1.2 ANTECEDENTES.....	2
1.3 DESARROLLO.....	3
1.4 HIPOTESIS	4
1.4.1 HIPOTESIS GENERAL.....	4
1.5 JUSTIFICACION.....	4
1.6 TECNICAS UTILIZADAS	4
1.6.1 INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA.....	4
1.6.2 INVESTIGACION DE CAMPO.....	4
1.7 FUENTES DE INFORMACION.....	4
1.8 DELIMITACION DEL ESTUDIO.....	5
1.8.1 DELIMITACION DEL ASPECTO GEOGRAFICO.....	5

1.8.2 DELIMITACION DEL UNIVERSO ESTADISTICO	7
II ESTUDIO DE MERCADO.....	8
2.1 DEFINICION DEL ESTUDIO	8
2.2 POBLACION	9
2.3 MICROSEGMENTACION.....	9
2.4 DETERMINACION DE LA MUESTRA	9
2.5 ELABORACION Y FORMULACION DE ENCUESTAS	12
2.6 RECOPIACION DE LA INFORMACION	12
2.6.1 TABULACION DE ENCUESTAS	12
2.7 DEMANDA	35
2.7.1 JUSTIFICACION DE LA DEMANDA.....	35
2.7.2 FUENTES PRIMARIAS.....	36
2.7.3 FUENTES SECUNDARIAS	36
2.7.4 CALCULO	36
2.7.5 ANALISIS HISTORICO DE LA DEMANDA.....	36
2.7.6 PROYECCION DE LA DEMANDA.....	37
2.7.6.1 ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA DE LOS SERVICIOS Y ATRATIVOS TURISTICOS DE BALNEARIOS OBSERVADOS.....	44
2.7.7 ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA LA APERTURA DEL BALNEARIO	47
2.7.7.1 ESTRATEGIAS PARA EL PRODUCTO.....	47
2.7.7.2 ESTRATEGIAS PARA EL PRECIO.....	47
2.7.7.3 ESTRATEGIAS PARA LA PLAZA O DISTRIBUCION.....	48
2.7.7.4 ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCION O COMUNICACIÓN.....	48
2.8 OFERTA DEL SERVICIO	49
2.9 ANALISIS DE COMERCIALIZACION.....	49

2.9.1 LA PUBLICIDAD	49
2.10 DETERMINACION DEL PRECIO	50
2.10.1 MECANISMO DE FORMACION DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO	50
2.10.2 PROYECCION DE LOS PRECIOS.....	51
2.10.3 COMERCIALIZACION DEL SERVICIO	51
III ESTUDIO TECNICO	52
3 ANALISIS Y DETERMINACION DE LA LOCALIZACION OPTIMA DE LA PLANTA	52
3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TECNICO.....	52
3.1.1 LOCALIZACION OPTIMA DE LA PLANTA.....	52
3.1.2 LOCALIZACION.....	52
3.1.2.1 METODO DE LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS.....	54
3.1.2.2 DESCRIPCION SIMPLE DE LOS FACTORES RELEVANTES	56
3.2 DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA OPTIMA DE LA PLANTA	57
3.3 OPTIMIZACION DEL PROCESO DEL SERVICIO	59
3.4 MOBILIARIO	60
3.5 MATERIALES Y SUMINISTROS	61
3.6 MANO DE OBRA	62
3.7 DETERMINACION DE LAS AREAS DE TRABAJO	63
3.8 DISEÑOS Y PLANOS ARQUITECTONICOS DE LA PLANTA	66
3.9 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	68
3.9.1 SISTEMA ORGANIZACIONAL	68
3.9.2 FUNCIONES	69
3.10 ASPECTOS LEGALES DEL COMPLEJO TURISTICO	72
3.10.1 CONSTITUCION LEGAL	72
3.10.2 RAZON SOCIAL	73

3.10.3 PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE	73
3.10.4 NUMERO DE ACCIONISTAS.....	75
3.10.5 EL CAPITAL DE LA EMPRESA.....	75
3.10.6 OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS	76
3.10.7 DERECHOS DE LOS SOCIOS.....	77
IV ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	79
4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	79
4.2 COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO.....	79
4.2.1 COSTOS ADMINISTRATIVOS	79
4.2.2 COSTOS POR SERVICIOS.....	81
4.2.3 COSTOS EN ADQUISICION DE EQUIPOS DE OFICINA	82
4.2.4 COSTOS POR ADQUISICION DE MOBILIARIO	83
4.2.5 COSTO MATERIALES Y SUMINISTROS	84
4.2.6 COSTO POR COMBUSTIBLE.....	85
4.2.7 COSTO MANTENIMIENTO Y REPUESTOS.....	85
4.2.8 COSTO VENTAS.....	85
4.2.9 COSTO MAQUINARIA.....	85
4.2.10 RESUMEN GENERAL DE COSTOS.....	85
4.3 COSTO TOTAL DE LA CONSTRUCCION DE LA PLANTA FISICA	87
4.4 COSTO TERRENO Y ACTIVOS DIFERIDOS.....	88
4.5 CARGOS POR DEPRECIACION Y AMORTIZACION	89
4.6 ACTIVOS DIFERIDOS.....	90
4.7 DETALLE DE ACTIVO FIJO Y DIFERIDO	91
4.8 DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	93
4.9 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION	96

4.10 INGRESOS A OBTENER	97
4.11 ESTADO DE SITUACION BALANCE GENERAL.....	98
4.12 ESTADO DE RESULTADOS	100
V EVALUACION FINANCIERA.....	101
5 CONCEPTUALIZACION	101
5.1 CALCULO INDICADORES: VAN, TIR.....	101
5.2 ANALISIS CONSIDERANDO EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO.....	102
5.2.1 COSTOS MUERTOS	104
5.3 ANALISIS SIN CONSIDERAR EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO	105
5.3.1 INDICES FINANCIEROS	105
5.4 ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA	107
5.5 ANALISIS DE SENSIBILIDAD ECONOMICA	109
VI ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL	110
6 GENERALIDADES.....	110
6.1 CARÁCTER DE IMPACTO	112
6.2 MAGNITUD DEL IMPACTO.....	112
6.3 TIPO DE ACCION PARA EL IMPACTO	112
6.4 DURACION DEL IMPACTO.....	113
6.5 REVERSIBILIDAD DEL IMPACTO	113
6.6 EL AREA ESPACIAL DEL IMPACTO	113
6.7 METODOLOGIA PARA LA IDENTIFICACION Y VALORACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	113
6.7.1 SUELO.....	114

6.7.1 AGUA.....	114
6.7.1 ATMOSFERA.....	114
6.7.1 FLORA.....	114
6.7.1 FAUNA.....	115
6.8 IDENTIFICACION, VALORACION Y EVALUACION DE IMPACTOS	115
6.9 VALORACION ECOLOGICA	121
6.9.1 SUELO	122
6.9.2 BIODIVERSIDAD	122
6.9.3 ESTRUCTURA ARBOREA	122
6.9.4 PRODUCTIVIDAD	123
VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
VIII BIBLIOGRAFIA.....	127
IX ANEXOS	129

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

CUADRO 1 POBLACION AZOGUES Y SUS PARROQUIAS	10
CUADRO 2 MUESTRA ESTADISTICA	11
CUADRO 3 LUGARES EN LOS QUE SE REALIZO LA ENCUESTA	13
CUADRO 4 ENCUESTADOS POR SEXO	14
CUADRO 5 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE ENCUESTADOS.....	15
CUADRO 6 EXISTE BALNEARIOS CERCANOS	16
CUADRO 7 ACUDEN ALGUN BALNEARIO	17
CUADRO 8 FRECUENCIA QUE ACUDEN A BALNEARIOS.....	18
CUADRO 9 BALNEARIOS QUE VISITAN.....	20
CUADRO 10 SERVICIO PREFERIDO EN BALNEARIO.....	21
CUADRO 11 CUANTO GASTA AL IR AL BALNEARIO	22
CUADRO 12 PREDISPOSICION A UTILIZAR EL BALNEARIO	24
CUADRO 13 SERVICIOS QUE LE GUSTARIA QUE OFERTE	25
CUADRO 14 DISPOSICION AL PAGO POR LOS SERVICIOS DEL BALNEARIO	26
CUADRO 15 MEJORARA LOS INGRESOS	28
CUADRO 16 DISMINUIRA EL DESEMPLEO.....	29
CUADRO 17 LA POBLACION SERA BENEFICIARIA DEL TRABAJO.....	30
CUADRO 18 SE ABRIRAN NUEVOS NEGOCIOS	31
CUADRO 19 MEJORARA LAS CONDICIONES DE VIDA	32
CUADRO 20 SE REACTIVARA EL COMERCIO DE LA ZONA	33
CUADRO 21 INCREMENTARA EL TURISMO.....	35
CUADRO 22 TENDENCIA HISTORICA DE LA DEMANDA.....	37
CUADRO 23 PROYECCION DE LA DEMANDA.....	38
CUADRO 24 DEMANDA PROYECTADA.....	40
CUADRO 25 DEMANDA FUTURA PROYECTADA	40

CUADRO 25.1 DEMANDA FUTURA PROYECTADA METODO CRECIMIENTOS COMPUESTO	42
CUADRO 25.2 DEMANDA FUTURA PROYECTADA METODO MEDIA GEOMETRICA	43
CUADRO 25.3 DEMANDA FUTURA PROYECTADA METODOS APLICADOS	44
CUADRO 25.4 DEMANDA BALNEARIO DURAN	45
CUADRO 25.5 DEMANDA DE EXTRANJEROS Y NACIONALES	46
CUADRO 26 OFERTA ACTUAL DE BALNEARIOS.....	49
CUADRO 27 PRECIO DE LA COMPETENCIA Y PROMEDIO A COBRAR	50
CUADRO 28 PRECIOS PROYECTADOS	51
CUADRO 29 LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS: TERRENO 1	55
CUADRO 29.1 LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS: TERRENO 2	55
CUADRO 30 MOBILIARIO A ADQUIRIR.....	60
CUADRO 31 MATERIALES Y SUMINISTROS	61
CUADRO 32 MANO DE OBRA.....	62
CUADRO 33 AREAS DEL COMPLEJO TURISTICO	63
CUADRO 34 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	80
CUADRO 35 COSTO GASTOS GENERALES SERVICIOS BASICOS	81
CUADRO 36 COSTO DE EQUIPOS PARA OFICINA.....	82
CUADRO 37 COSTO DE MOBILIARIO Y ENSERES	83
CUADRO 38 MATERIALES Y SUMINISTROS	84
CUADRO 39 RESUMEN DE COSTOS	86
CUADRO 40 COSTO TOTAL CONSTRUCCION PLANTA FISICA	87
CUADRO 41 COSTO TOTAL TERRENO.....	88
CUADRO 42 COSTO CONSTRUCCION TERRENO OTROS	88
CUADRO 43 ACTIVOS A SER DEPRECIADOS Y AMORTIZADOS	89
CUADRO 44 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	90

CUADRO 45 GASTOS DIFERIDOS	90
CUADRO 46 INVERSION ACTIVO FIJO Y DIFERIDO	92
CUADRO 47 CLASIFICACION COSTOS FIJOS Y VARIABLES	93
CUADRO 48 CUANTIFICACION COSTOS FIJOS Y VARIABLES	94
CUADRO 49 TABLA DE AMORTIZACION.....	97
CUADRO 50 INGRESOS A OBTENER POR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO TURISTICO.....	98
CUADRO 51 BALACE GENERAL	98
CUADRO 52 COMPLEJO TURISTICO BALANCE GENERAL	99
CUADRO 53 COMPEJO TURISTICO ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	100
CUADRO 54 COSTO FINACIERO DE CAPITAL	102
CUADRO 55 EVALUACION FINANCIERA.....	102
CUADRO 56 EVALUACION ECONOMICA	103
CUADRO 57 ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA.....	108
CUADRO 58 ANALISIS DE SENSIBILIDAD ECONOMICA	109
CUADRO 59 LISTA DE ACCIONES DEL PROYECTO QUE PUEDEN CAUSAR IMPACTO.....	115
CUADRO 60 LISTA DE FACTORES AMBIENTALES SUCEPTIBLES DE RECIBIR IMPACTO.....	116
CUADRO 61 MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE CONSTRUCCION	116
CUADRO 62 MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE FUNCIONAMIENTO	117
CUADRO 63 VALORACION DE IMPACTOS SEGÚN SU MAGNITUD E IMPORTANCIA	118
CUADRO 64 LISTA DE IMPACTOS Y ACCIONES, FACTORES, AFECTADOS, VALORACION SIN MEDIDAS Y EFECTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION.....	119
CUADRO 65 MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE CONSTRUCCION	120
CUADRO 66 FACTORES AMBIENTALES AFECTADOS CON FACTORES NEGATIVOS Y AGREGACION DE IMPACTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION	121

CUADRO 67 ACCIONES QUE CAUSAN IMPACTOS NEGATIVOS Y AGREGACION DE IMPACTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION	121
--	-----

ÍNDICE DE GRAFICOS

Pág.

GRAFICO 1 LUGARES EN LOS QUE SE REALIZO LA ENCUESTA	13
GRAFICO 2 ENCUESTADOS POR SEXO.....	14
GRAFICO 3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE ENCUESTADOS	15
GRAFICO 4 EXISTE BALNEARIOS CERCANOS.....	16
GRAFICO 5 ACUDEN ALGUN BALNEARIO.....	17
GRAFICO 6 FRECUENCIA QUE ACUDEN A BALNEARIOS	19
GRAFICO 7 BALNEARIOS QUE VISITA.....	20
GRAFICO 8 SERVICIO PREFERIDO EN BALNEARIO	22
GRAFICO 9 GASTO QUE REALIZA EN EL BALNEARIO CUANDO ACUDE	23
GRAFICO 10 PREDISPOSICION A UTILIZAR BALNEARIOS	24
GRAFICO 11 SERVICIOS QUE LE GUSTARIA QUE LE BRINDE EL BALNEARIO	25
GRAFICO 12 CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR (ADULTOS)	27
GRAFICO 13 CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR (NIÑOS).....	27
GRAFICO 14 AL ABRIR EL BALNEARIO MEJORARIA LOS INGRESOS	28
GRAFICO 15 EL BALNEARIO PERMITIRA DISMINUIR EL DESEMPLEO.....	29
GRAFICO 16 LA POBLACION SERA BENEFICIADA DEL TRABAJO	30
GRAFICO 17 AL ABRIR EL BALNEARIO LOS RESIDENTES ABRIRAN NUEVOS NEGOCIOS.....	31
GRAFICO 18 MEJORARA LAS CONDICIONES DE VIDA DE LA POBLACION.....	33
GRAFICO 19 AL FUNCIONAR EL BALNEARIO REACTIVARA EL COMERCIO DE LA ZONA.....	34
GRAFICO 20 AL FUNCIONAR EL BALNEARIO INCREMENTARA EL TURISMO	35
GRAFICO 21 DEMANDA PROYECTADA (FUTURA)	41

GRAFICO 22 CALIFICACION PONDERADA POR PESO ASIGNADO	56
GRAFICO 23 COSTO MANO DE OBRA	80
GRAFICO 24 COSTO POR SERVICIOS BASICOS.....	81
GRAFICO 25 COSTO EQUIPOS PARA OFICINA	82
GRAFICO 26 COSTO DE MOBILIARIO Y ENSERES	83
GRAFICO 27 RESUMEN GENERAL DE COSTOS	86
GRAFICO 28 COSTO CONSTRUCCION PLANTA FISICA	87
GRAFICO 29 GASTOS DIFERIDOS	91
GRAFICO 30 INVERSION TOTAL ACTIVO FIJO Y DIFERIDO.....	92
GRAFICO 31 INGRESOS Y COSTOS	94
GRAFICO 32 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	95

ÍNDICE DE MAPAS

Pág.

FIGURA 1. MAPA 1 MAPA ACTUAL6

FIGURA 2. MAPA 2 CANTON AZOGUES Y SUS PARROQUIAS.....7

FIGURA 3. MAPA 3 PARROQUIA GUAPAN.....53

RESUMEN.

El presente trabajo investigativo, tendiente a determinar la viabilidad socioeconómico por la creación de un Complejo Turístico (Balneario) en la parroquia Guapán del cantón Azogues, ha sido de vital importancia, pues fue fruto de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 398 personas, determinándose en éstas que las personas están de acuerdo que en la parroquia en mención, se construya y entre en funcionamiento el Complejo Turístico, a su vez se pronunciaron que el balneario generará fuentes de empleo tanto en la fase de construcción como en su funcionamiento, y; contribuirá por otro lado a reactivar el turismo en la zona mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Mediante el método de Puntos Ponderados se localizó el lugar óptimo en el cual se construirá el Complejo Turístico, mismo que permitirá satisfacer la demanda de nuestros consumidores. El Complejo Turístico estará constituido legalmente en una Compañía Anónima, y la administración y funcionamiento del mismo estará a cargo del personal idóneo y capacitado.

La inversión y/o costo total del Complejo Turístico asciende al monto USD. 247.177,25 dólares, de este monto el 50% (USD.123.588.63) será cubierto por los tres futuros accionistas del Complejo Turístico en montos iguales de USD. 41.196.23 cada uno, con participación de 100 acciones de USD.411.96 y el otro 50% USD. 123.588,63 será financiado por Instituciones financieras-crediticias locales, a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 10.33% anual.

Tanto la evaluación Financiera como Económica es la parte final de la secuencia de análisis de factibilidad del proyecto, por lo analizado anteriormente se ha determinado que es procedente la creación de un Complejo Turístico (Balneario) en la parroquia Guapán, misma que a más de cubrir la demanda de la población de Azogues y sus Parroquias, contribuirá sobremanera a mejorar las condiciones de vida de la población de la zona, y permitirá además a incrementar las fuentes de empleo ya sea en el proceso de construcción misma del Complejo, así como en su ejecución y funcionamiento.

En la Evaluación Financiera, siendo el (VAN Valor Actual Neto) el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial y a las inversiones posteriores, hemos llevado al valor presente todos los flujos con un TMAR del 10% dándonos como resultado un VAN positivo igual a 106.145,56. La tasa interna de retorno TIR se calculó igualando la suma de los flujos descontados a la inversión; obteniendo un TIR de 22.56% mayor al valor obtenido a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (**Costo de oportunidad del Capital**), es decir el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero.

En la Evaluación Económica, siendo el (VAN) Valor Actual Neto el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial y a las inversiones posteriores, hemos llevado al valor presente todos los flujos con un TMAR del 10% sumado el Beneficio por ahorro que implica la movilización USD. 9.945,60 (consumo de gasolina), nos da como resultado un VAN positivo igual a 146.907,36. La tasa interna de retorno TIR se calculó igualando la suma de los flujos descontados a la inversión; obteniendo un TIR es de 27.28% mayor al valor obtenido a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (Costo de oportunidad del Capital), es decir el proyecto es rentable desde el punto de vista económico al considerar el beneficio de ahorro por concepto de gasto en movilización.

Los índices financieros analizadas garantizan la inversión, así como el análisis de sensibilidad tanto Financiera como Económica sometidas al flujo del efectivo económico a una variación de los ingresos del + - 10% y del + - 15%, con tasas de descuentos (costo de capital) de 10%, dando como resultados Valor Actual Neto positivos y Tasa Interna de Retorno mayores a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (Costo de oportunidad del Capital), lo cual garantiza la inversión en el Complejo Turístico.

Del estudio de impacto ambiental se determinó que: Una vez realizado la identificación, valoración y evaluación de los impactos que generaría la construcción y funcionamiento del Complejo Turístico en la parroquia Guapán, dio como resultado definitivo la prácticamente nula incidencia de cualesquier tipo de impacto derivado de las diferentes acciones y factores, coligiéndose entonces desde todo punto de vista la viabilidad del proyecto en el ámbito ambiental.

I CONSIDERACIONES GENERALES

1.1 INTRODUCCION.

En los momentos actuales que vive nuestro país, es de vital importancia canalizar los recursos hacia proyectos que van dirigidos al progreso y desarrollo de los pueblos y que tengan perspectivas de mejorar las condiciones de vida de la población, teniendo en cuenta que nuestro mercado local tiende a proyectarse a tener sofisticados servicios y sobre todo tiende a plantearse objetivos y propósitos firmes de hacer bien las cosas desde las diferentes esferas, ya sea como oferentes de servicios, y; demandantes de los mismos.

Es en este sentido que hemos considerado éstos y otros parámetros para mediante el Estudio de Mercado determinar que a pesar de existir el servicio de balnearios en la zona austral del país en general y en la capital de la provincia del Cañar en particular, estos cumplen o no con las expectativas y demandas generadas por la población, para posteriormente establecer la existencia o no de una demanda insatisfecha, y; determinar los precios y mecanismos de comercialización del servicio ofertado en relación a la competencia.

Por otro lado; realizaremos el Estudio Técnico, en el que se determinará la localización óptima de la planta, así como entre otros; el personal que laborará, materiales y suministros a utilizarse, se realizará los diseños y planos arquitectónicos de la planta, su estructura organizacional, y; aspectos legales tales como: Constitución misma de la empresa y su Razón Social.

En el estudio Económico Financiero, determinaremos los costos de operación y mantenimiento del complejo Turístico, así como los costos de: terreno y activo diferido, cargos por depreciación y amortización, y determinaremos el punto de equilibrio, el financiamiento de la inversión, y; cuantificaremos los Ingresos a obtener en la prestación de este servicio.

Continuaremos con la evaluación financiera, en base al cálculo de ciertos indicadores como el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, así; como el análisis de sensibilidad financiera y económica para concluir con el estudio de Impacto Ambiental.

1.2 ANTECEDENTES.

La comunicación fluida entre las personas, ha sido siempre una de las aspiraciones y requisitos importantes para el desarrollo cabal de los pueblos, es en este sentido que a través de encuestas realizadas se ha determinado que a pesar de existir la oferta del servicio de balnearios, centros turísticos, hosterías y hoteles que disponen de piscinas, éstas no compensan la necesidad local, por lo que se propone la construcción y puesta en funcionamiento del Complejo Turístico, misma que surge de los requerimientos planteadas en el mercado local y que al entrar en funcionamiento cumplirá con las requisitos impuestos por la Ilustre Municipalidad del Cantón Azogues y con los objetivos planteados en la elaboración del presente estudio.

El trabajo que planteamos va orientado a preveer de mejor manera las acciones a tomar en la implementación del servicio, por lo que también realizaremos un estudio de impacto ambiental a fin de cuidar el ecosistema, mismo que en los actuales momentos se encuentra sometido a un constante deterioro que es a su vez producto de la falta de sensibilización de todos quienes nos servimos y hacemos uso del medio ambiente.

Razón por la cual, como una norma ética y técnica al realizar el estudio de impacto ambiental, éste será analizado bajo la óptica de una serie de características que dentro de un marco metodológico adecuado, permitirá evaluar el grado de impacto al que esta sometido el medio ambiente por la preferencia de nuevas formas de acción humana, considerando el carácter, la magnitud, el tipo y la duración del impacto como parámetros de mediación, y; a su vez la manera de cómo mitigar los impactos negativos que dicho sea de paso no serán relevantes, así como el costo de mitigación será bajo.

Con este parámetro podemos expresar que el turismo ha demostrado su amplia y beneficiosa capacidad para ser utilizada en la mejora de diversas actividades que pueden contribuir al enriquecimiento cultural de la sociedad, así como también para adquirir

educación, resolver problemas sociales, y preservar el patrimonio cultural y turístico de un pueblo o nación, entre otras cuestiones.

En función de lo descrito y de la demanda insatisfecha por la no prestación de la oferta del servicio de piscinas con aguas termales naturales, sauna y turco, hidromasajes en la parroquia Guapán se ha visto la factibilidad para la ejecución y puesta en marcha del proyecto Complejo Turístico, mismo que contribuirá sobremanera a reactivar el turismo en la zona y dará una alternativa sana de distracción a miles de personas demandantes del servicio y amantes a la naturaleza, así como permitirá mejorar las condiciones de vida de la población residente en el lugar.

1.3 DESARROLLO.

El mundo de hoy gira en torno de la globalización en donde algunos países absorben a otros, ese es el accionar de una economía injusta y menos participativa, nuestro país se encuentra dentro de una perspectiva incierta, al tener presente que es una nación subdesarrollada, es decir; con bajas condiciones de vida, bajos salarios y con una deuda externa agobiante, es difícil pensar el porque de esta situación cuando nuestro país posee grandes potenciales agrícolas, naturales y humanas que bien podrían satisfacer las necesidades de la población y que hoy queremos rescatar una de ellas a través de la puesta en marcha de éste proyecto y aprovechar las bondades que nos brinda la madre naturaleza en una zona muy privilegiada del cantón Azogues, como es la parroquia urbana de Guapán.

Es en este sentido que considerando el sistema dolarizado implementado en nuestra economía desde el año 2000 y los resultados positivos obtenidos en la estabilidad económica del país, ligado al crecimiento registrado a nivel nacional y local ya sea de negocios y/o actividades empresariales, ha sido el factor fundamental para que personas con criterio y visión empresarial formen empresas- compañías que oferten sus servicios y/o productos con valor agregado con aplicación de tecnología de punta, con conocimientos de cómo elaborar un determinado producto y dar un servicio eficiente y óptimo a los demandantes del mismo.

Creemos entonces pertinente manifestar que el estudio y puesta en marcha de este Balneario, permitirá en cierta forma brindar a la colectividad un servicio de calidad y con calidez a los demandantes del mismo y a los amantes de la naturaleza en sí, y permitirá además, satisfacer y cubrir la demanda insatisfecha existente local.

1.4 HIPOTESIS.

1.4.1 Hipótesis General.

Determinar la factibilidad de la construcción del Complejo Turístico (Balneario) en la parroquia Guapán del cantón Azogues.

1.5 JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad no existe en la provincia del Cañar en general y en el cantón Azogues y sus parroquias en particular un complejo turístico que cumpla la demanda ciudadana de recreación en cuanto a acceder a un servicio de calidad en el cual disfruten de un balneario con aguas naturales y termales en un ambiente sano y de respeto.

En función de lo referido, consideramos que se justifica plenamente la ejecución de este proyecto, mismo que también nos permitirá entre otras cosas buscar vías de desarrollo para la parroquia Guapán y fomentará el empleo y el turismo local.

1.6 TÉCNICAS UTILIZADAS.

1.6.1. Investigación Bibliográfica. (Ver Anexo: 1)

1.6.2. Investigación de campo. (Ver Anexo: 1)

1.7 FUENTES DE INFORMACIÓN.

Consideramos relevante resaltar la importancia que tiene la formulación de una encuesta para en función de los resultados que se obtengan en la tabulación de las interrogantes planteadas a los encuestados, determinar con claridad las preferencias y expectativas de

la población en la creación del Complejo Turístico, precisamos entonces que ésta será la fuente primaria de la información a recabar.

Sin embargo, las fuentes secundarias a ser utilizadas serán las que se encuentran detalladas en la bibliografía del presente estudio, tales como libros, revistas y documentación relativa al tema, información que se obtendría mediante una interpretación técnica, con el propósito de obtener datos históricos y técnicos que consolidarán la información requerida en la elaboración de este documento, así como también ingresaremos en algunas páginas de Internet para obtener información referente al tema planteado en el presente estudio.

1.8 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO.

Para el presente trabajo investigativo, hemos establecido cuál será el universo de la investigación, mismo que está determinado por dos aspectos fundamentales tales como: Geográfico y el universo estadístico.

1.8.1 Delimitación del aspecto geográfico.

El lugar en donde se emplazará el complejo turístico será la parroquia rural de Guapán, misma está situada en la región austral del Ecuador, ...“Guapán se encuentra al norte de la ciudad de Azogues y parte noroccidental del cantón. Limita al norte con los cerros de Charún, Molobog y Cochahuaico que separan de la parroquia Ingapirca; al sur, por el río Tabacay y carretera Panamericana separando de la ciudad de Azogues; al este, por el río Tabacay que sirve de límite con la parroquia Bayas; y al oeste, por la quebrada de Cuchincay, fronteriza con la parroquia Sageo del cantón Biblián.

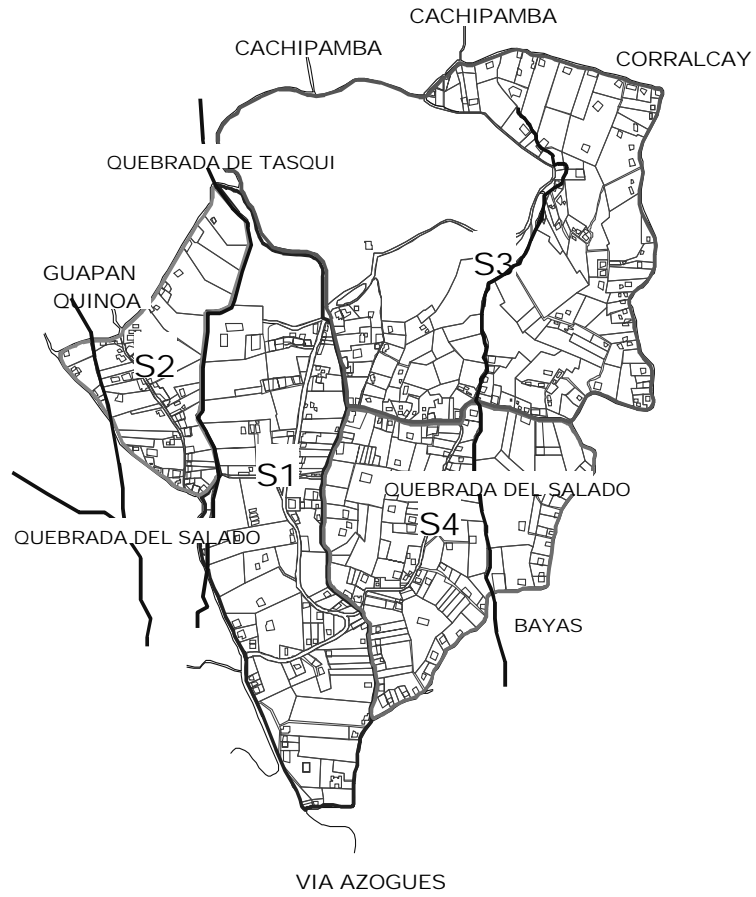
La parroquia, al tener una altura que varía de los 2600 a 3200 msnm, goza también de variados climas, como el templado y el frío, con una temperatura media de 15 C. “...¹

En las Figuras 1 y 2 respectivamente podemos observar el Mapa Actual de la Parroquia, así como; del cantón Azogues y sus parroquias.

...¹ Municipio de Azogues.(2004). *El libro de Azogues*.Edimpres S.A. Quito.Tomol

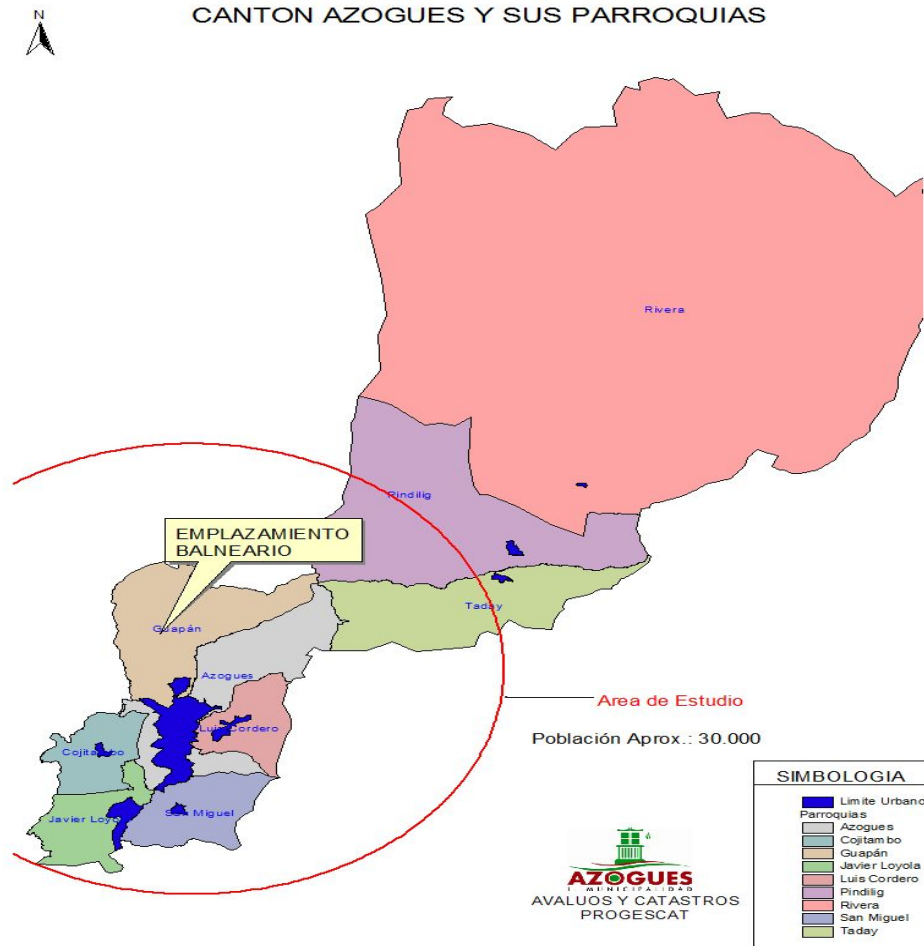
FIGURA: 1

MAPA ACTUAL



Fuente y Elaboración: Plan de Ordenamiento de Guapán 2003

FIGURA 2



Fuente y Elaboración: Municipio Azogues, Departamento Avalúos y Catastros, 2010

1.8.2. Delimitación del universo estadístico.

Concibiéndole al universo poblacional como la población total del Cantón Azogues y sus Parroquias 64.910 personas, y a la muestra como una representación del universo que se quiere investigar, calcularemos ésta, para delimitar el número de encuestas a realizar con un margen de error del 5%, misma que lo podemos ver en el punto 2.4 Delimitación de la Muestra en el Estudio de Mercado.

II ESTUDIO DE MERCADO

En la parroquia rural del cantón Azogues denominada Guapán existía varios años atrás un complejo turístico pequeño en el cual miles de personas por deporte y salud solían acudir, pero lamentablemente por efectos de la explotación de piedra caliza, que se convierte en la materia prima para la producción del cemento, éstas desaparecieron, consecuentemente trajo inconvenientes tanto para el turismo cuanto para el empleo de una cadena de servicios que para ese entonces se ofertaba, más sin embargo; consideramos que al no disponer de un balneario y al contar con el recurso natural de aguas termales, hemos visto pertinente y factible a través del presente trabajo de investigación, rescatar y poner en ejecución el proyecto Complejo Turístico, mismo que ayudará a incentivar y reactivar el turismo en la zona y concomitantemente a ésta alternativa de diversión y progreso, el proyecto contribuirá sobremanera a cubrir una demanda insatisfecha no solamente de las personas residentes en el lugar sino de las ciudades vecinas como Azogues, Biblián entre otras.

En función de lo descrito, el presente capítulo se enmarca en la realización del estudio del mercado, en el cual estimaremos la demanda de los servicios a ofertar y que la comunidad estaría dispuesta a alcanzar a determinados precios, cuya magnitud o tamaño influenciará en la demanda y también en los márgenes de utilidad.

2.1- DEFINICION DEL ESTUDIO.

El producto a ofertar a la comunidad es un servicio de balneario, con piscinas de aguas termales naturales y servicios complementarios tales como: Baños sauna, turco e hidromasajes, mismo que se constituirá en un referente transformador de la imagen Parroquial y se convertirá en el promotor del desarrollo local y del progreso de los habitantes del sector en general.

En esta virtud, el objetivo que nos hemos planteado es el determinar las necesidades y expectativas de la población de la parroquia Guapán y de la ciudad de Azogues y sus parroquias urbanas y rurales, a cerca de los servicios de Balneario propuesto, para lo cual se confirmará la existencia de una necesidad insatisfecha o parcialmente satisfecha

en el mercado local y la aceptación de la población al servicio de Balneario planteado a determinados precios.

2.2 POBLACION.

Se ha considerado a la población de Azogues y sus Parroquias como uno de los elementos claves para la elaboración del presente proyecto, puesto que ésta será y se constituirá en los potenciales demandantes y principales beneficiarias de los servicios que brindará el Balneario, tales como: Piscinas para adultos y niños, baños sauna, turco e hidromasajes, así como el servicio de bar, parqueadero y guardianía.

2.3 MICROSEGMENTACION.

Consideramos que el segmentar nos permitirá sobremanera optimizar nuestros esfuerzos y recursos haciendo más efectivo los procesos a realizar en la prestación del servicio planteado en el presente documento.

En este sentido, hemos optado por la micro segmentación poblacional por que del total de habitantes existentes en la provincia del Cañar, es decir 206.981 personas, consideraremos a las del Cantón Azogues y sus parroquias 64.910 habitantes, es decir; el 31.36% de la población provincial quienes serán las futuras demandantes del servicio, por cuanto no todas estarán dispuestas a acudir a nuestro complejo Turístico, por factores de índole económico, movilización y debido a que existente otros balnearios en ciudades vecinas como: Biblián, Tambo y Cuenca.

2.4 DETERMINACION DE LA MUESTRA.

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos

En este sentido, en el Cuadro: 1 siguiente tenemos la población total del cantón Azogues, así como de sus ocho parroquias que conforman su jurisdicción Cantonal.

CUADRO: 1

POBLACION AZOGUES Y SUS PARROQUIAS

CANTON Y PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
CANTON AZOGUES	64,910	29,180	35,730
AZOGUES	27,866	12,870	14,996
PERIFERIA	6,114	2,738	3,376
PARROQUIAS:	30,930	13,572	17,358
COJITAMBO	3,801	1,618	2,183
GUAPAN	8,979	3,840	5,139
JAVIER LOYOLA	5,420	2,447	2,973
LUIS CORDERO	3,335	1,371	1,964
PINDILIG	2,262	1,048	1,214
RIVERA	1,781	834	947
SAN MIGUEL	3,686	1,655	2,031
TADAY	1,666	759	907
TOTAL	64,910	29,180	35,730

Fuente: VI Censo de Población. INEC-11/2001

Elaboración. Autoras

La fórmula a emplearse para la determinación de la muestra es:

$$n = \frac{N}{1 + e \cdot \frac{2}{N}}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población o universo

e = Error muestral.

El error muestral no es mas que la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

Remplazando los datos del Cuadro: 2 siguiente:

CUADRO: 2
MUESTRA ESTADISTICA

Población	Error de Estimacion	Fórmula
64.910	5%	$n = \frac{N^2}{1 + e N}$

Fuente: Cuadro 1

Elaboración: las Autoras

Obtenemos:

$$n = 64.910 / 1 + (0.0025)(64.910)$$

$$n = 64.910 / 1 + 162.27500$$

$$n = 64.910 / 163.27500$$

$$n = 398$$

El número total de encuestas a realizar será de 398.

2.5 ELABORACION Y FORMULACION DE ENCUESTAS.

Las encuestas que nos hemos planteado constan de una serie de preguntas de carácter cuantitativo y cualitativo, mismas que serán de fácil entendimiento y rápida contestación por parte de los interrogados y las realizaremos de manera indistinta en varios lugares del Cantón Azogues en general.

2.6 RECOPIACION DE LA INFORMACION.

En el Anexo: 2; se plantea la Encuesta, y en función de la misma procedimos a realizarla.

2.6.1. Tabulación de Encuestas.

Luego de la tabulación realizada a cada una de las interrogantes planteadas en la encuesta, se obtuvieron resultados positivos en cuanto a la creación del Complejo Turístico, ya que los encuestados vieron con optimismo, que el proyecto a ejecutarse será muy beneficioso para cada uno de ellos en particular y para el desarrollo y progreso de la comunidad entera.

Los resultados obtenidos son los que a continuación detallamos, mismos que están consolidados y expresados tanto en términos absolutos como en valores porcentuales.

1.- Información Geográfica:

Los porcentajes planteados previa la ejecución de las encuestas fueron estimados en función de concebir la importancia que tiene este proyecto para los habitantes del lugar en el cual se construirá este Complejo Turístico.

Por otro lado hemos considerado, que del total de encuestas el 46.48% es decir 185 la realizamos en la Parroquia Guapán, por cuanto la población residente en este lugar será la beneficiaria directa de las bondades del Proyecto fruto de nuestro estudio, y; la diferencia en las parroquias de: Cojitambo, (10.80%), San Marcos (9.55%), Javier Loyola (8.79%) y Azogues Centro (24.37), lo cual podemos ver en el Cuadro. 3 y Gráfico 1 siguiente:

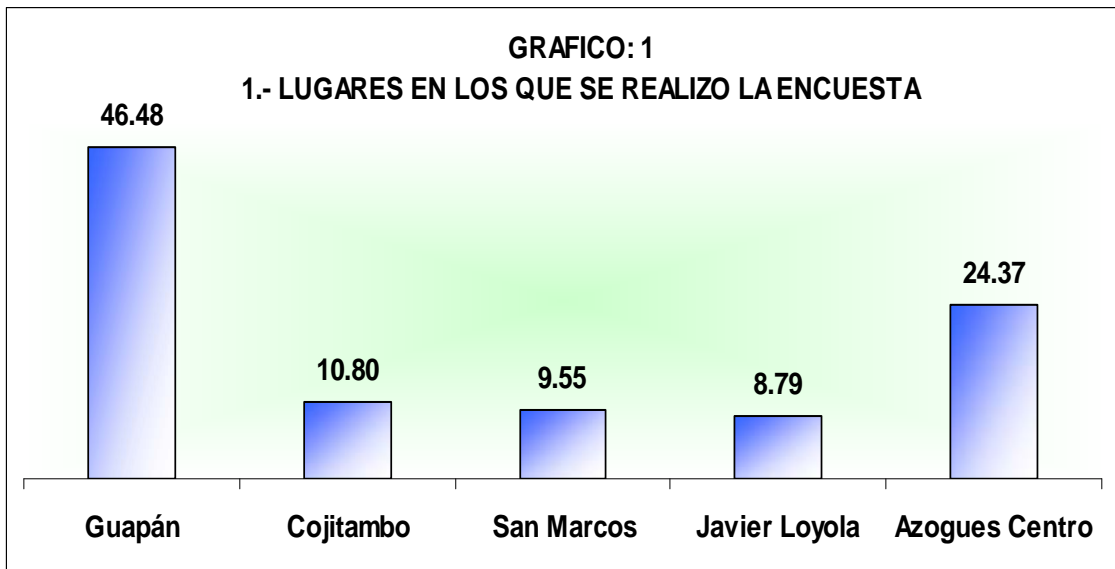
CUADRO: 3

LUGARES EN LOS QUE SE REALIZO LA ENCUESTA

LUGAR	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Guapán	185	46.48
Cojitambo	43	10.80
San Marcos	38	9.55
Javier Loyola	35	8.79
Azogues Centro	97	24.37
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



2.- Datos generales:

Las 398 encuestas fueron contestadas indistintamente por 227 personas del sexo masculino y 171 del sexo femenino, mismos que en términos porcentuales representan el 57.04% y 42.96% del total de encuestas respectivamente, como lo podemos observar en el Cuadro: 4 y Gráfico 2 siguientes:

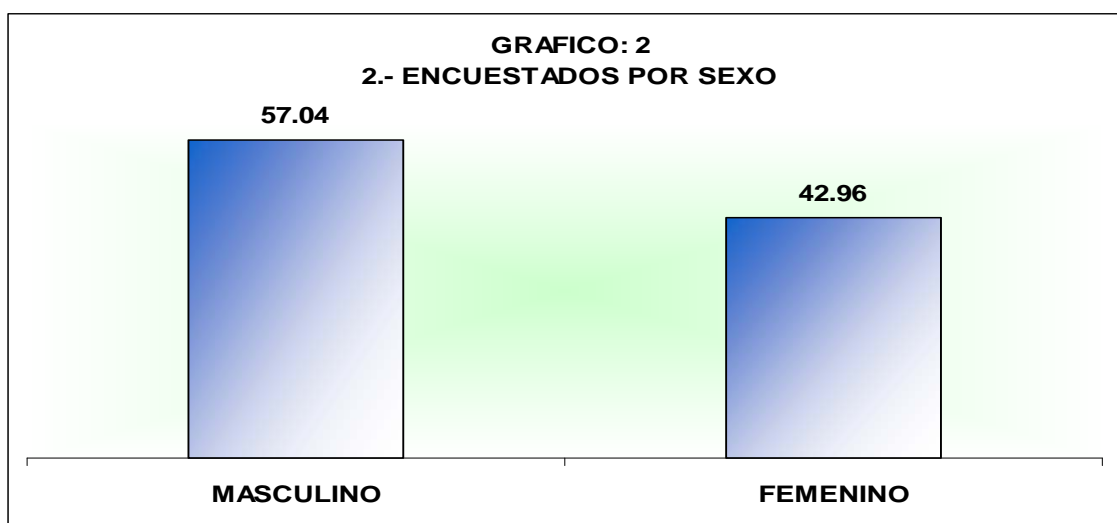
CUADRO: 4

ENCUESTADOS POR SEXO

SEXO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	227	57.04
FEMENINO	171	42.96
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



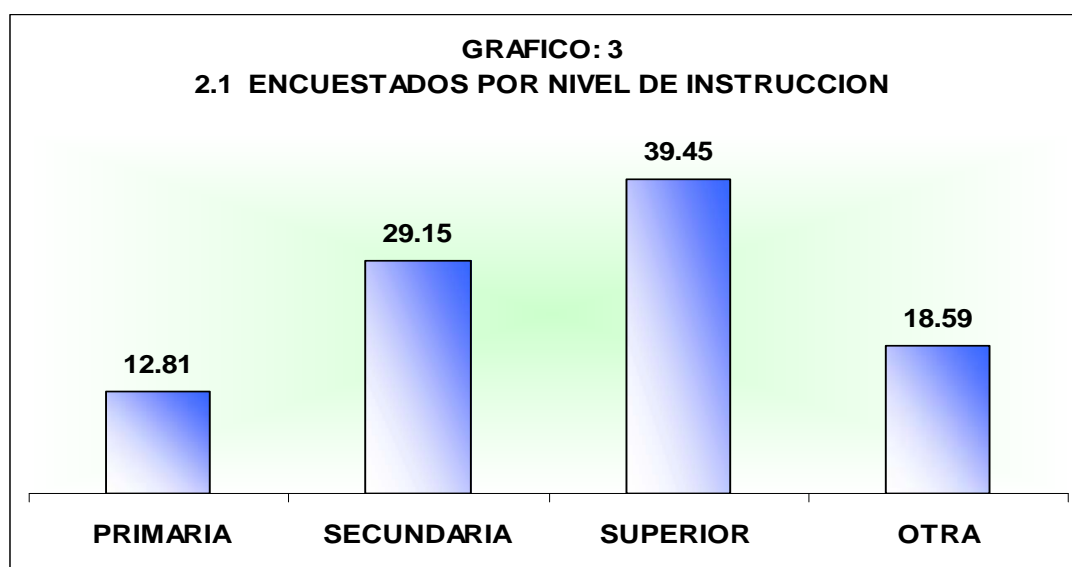
Por otro lado, se determinó que el promedio de miembros por familia es de 5 personas con un nivel de instrucción del 12.81% de estudiantes de primaria, el 29.15% de secundaria el 39.45 tienen un nivel de instrucción superior y la diferencia del 18.59% otros, lo cual se detalla en el Cuadro: 5 y Gráfico: 3 siguiente:

CUADRO: 5

NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE ENCUESTADOS

INSTRUCCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PRIMARIA	51	12.81
SECUNDARIA	116	29.15
SUPERIOR	157	39.45
OTRA	74	18.59
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



3.- Datos específicos:

3.1.- ¿Existe cerca de su hogar un balneario en donde pueda recrearse?

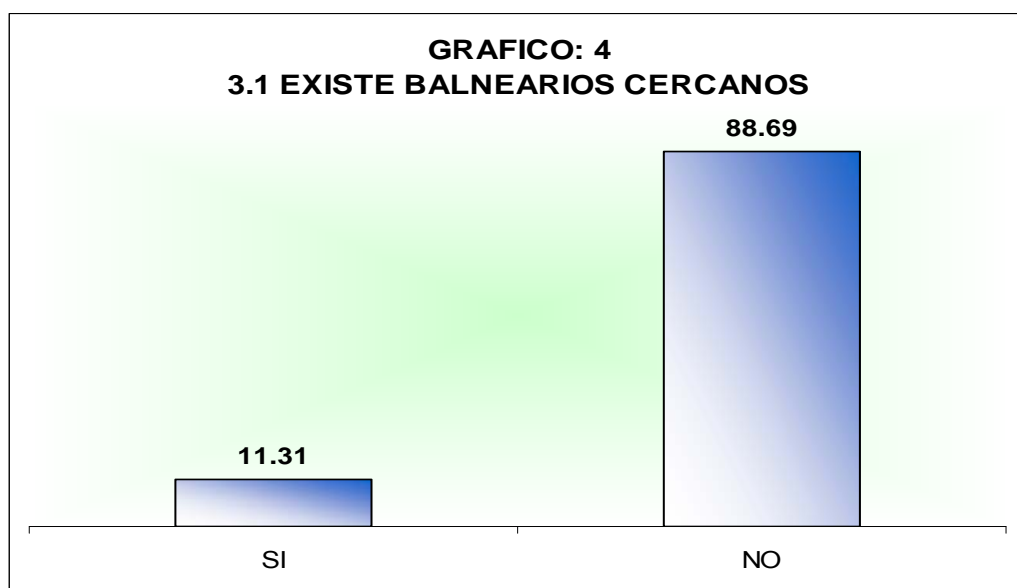
El 88.69% de los encuestados respondieron negativamente a esta interrogante, y apenas el 11.31% respondió que si conocen algún balneario o lugar con servicios de piscina, lo cual podemos observar en el Cuadro: 6 y Gráfico: 4 siguientes:

CUADRO: 6
EXISTE BALNEARIOS CERCANOS

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	45	11.31
NO	353	88.69
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



3.2.- ¿Usted y su familia acuden a algún balneario?

Del total de encuestados el 90.70% equivalentes a 361 personas se manifestaron positivamente a la interrogante planteada, lo cual nos demuestra con claridad que éstos serían los posibles demandantes del Complejo, sin embargo el 9.30% respondieron que no, como lo podemos observar claramente en el Cuadro: 7

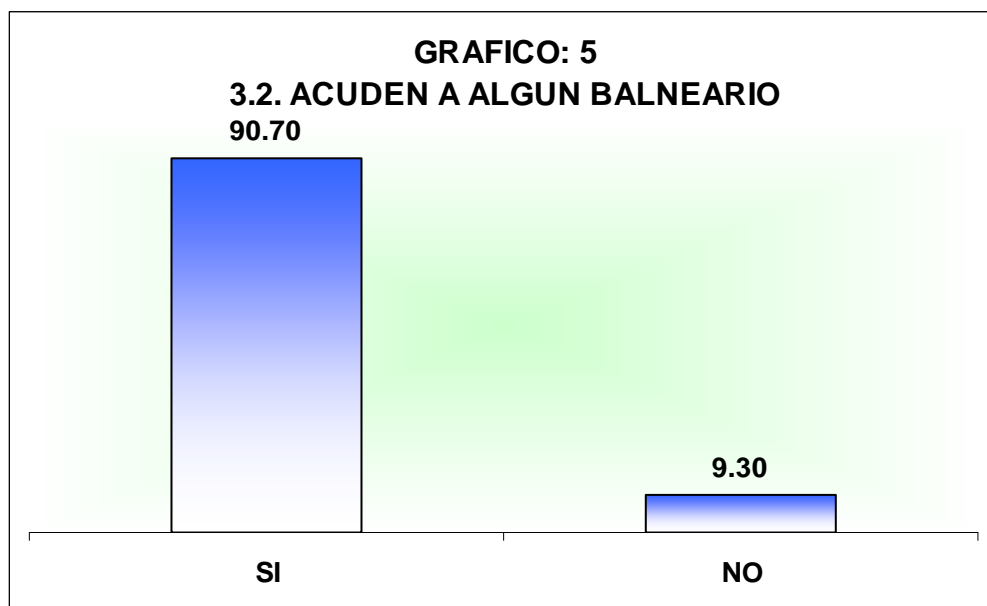
CUADRO: 7

ACUDEN ALGUN BALNEARIO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	361	90.70
NO	37	9.30
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras

Gráficamente los resultados obtenidos porcentualmente lo observamos a continuación:



En este sentido, el porcentaje alto de encuestados que respondieron afirmativamente a ésta interrogante, evidencia con claridad que los mismos estarían dispuestos a utilizar el Complejo Turístico “Puertas del Sol” a ser emplazado en la parroquia rural del cantón Azogues, denominada Guapán, lo cual se ratifica y concuerda con los valores obtenidos en la interrogante 3.7 (ver) planteada en la encuesta formulada.

3.3.- ¿Con que frecuencia acuden al balneario?

A decir de las personas encuestadas se obtuvieron los siguientes resultados:

El 59.55% es decir 237 personas: hombres, mujeres y niños - as, manifestaron que de manera semanal acuden a los balnearios, el 23.62% es decir 94 personas acuden mensualmente y el 16.83%; 67 personas acuden de vez en cuando.

Lo descrito en líneas precedentes podemos observar con claridad en el Cuadro:8 y Gráfico: 6 en su orden:

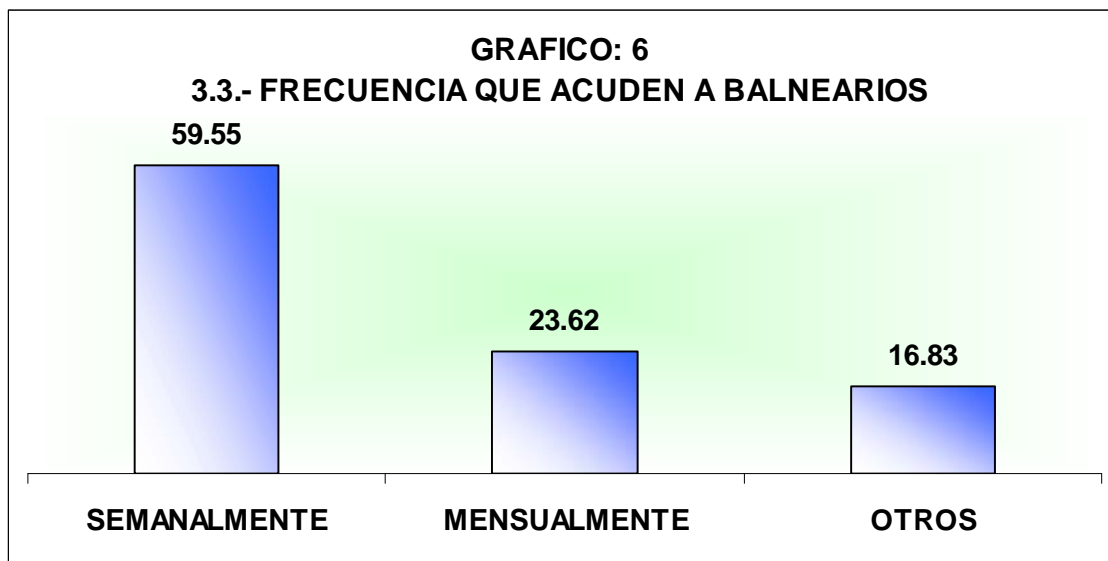
CUADRO: 8

FRECUENCIA QUE ACUDEN A BALNEARIOS

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SEMANALMENTE	237	59.55
MENSUALMENTE	94	23.62
OTROS	67	16.83
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



Esta frecuencia con la que acuden los demandantes del servicio de balnearios en ciudades vecinas, nos servirá de base fundamental y/o de pauta para la cuantificación de ingresos futuros a percibir, mismo que ira ligado directamente con el precio que los demandantes estarían dispuestos a cancelar y que lo veremos más adelante en el punto 2.10. Determinación del precio.

3.4.- ¿Qué balneario visita usted?

De los encuestados, la mayor parte con el 52.26% del total: 208 visitan los balnearios de la ciudad de Cuenca y seguidos del 23.12% que en términos absolutos representan 92 personas acuden a la ciudad de Biblián y el 15.83%; 63 personas son demandantes de balnearios de la ciudad de Azogues, apenas el 2.01% del total de encuestas es decir 8 personas no acuden a balneario alguno y el 6.78%; 27 personas son personas que acuden a balnearios existentes en el cantón el Tambo de la provincia del Cañar

Los resultados a esta interrogante lo detallamos en el siguiente Cuadro: 9 y Gráfico 7 respectivamente:

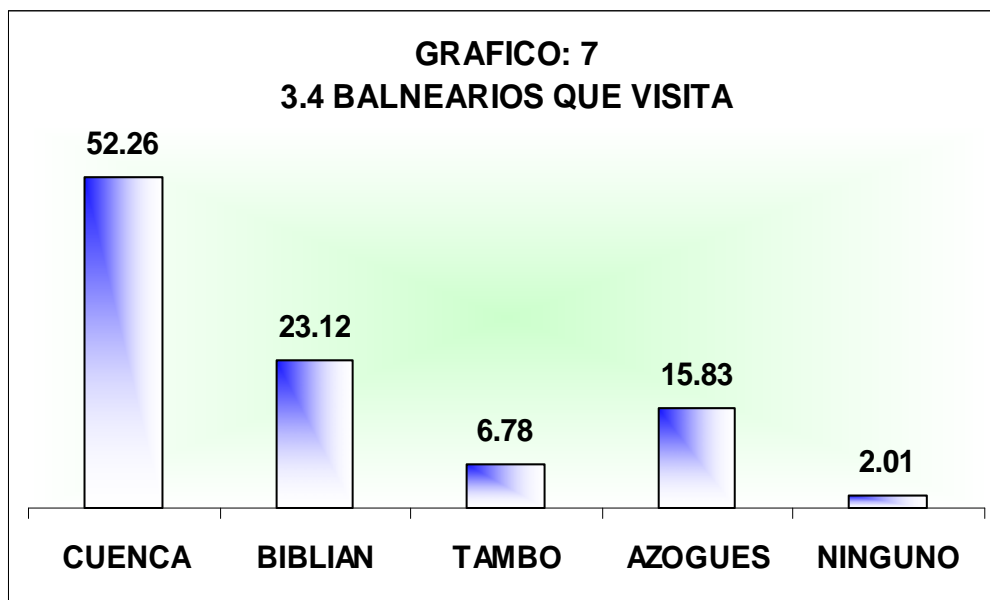
CUADRO: 9

BALNEARIOS QUE VISITA

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CUENCA	208	52.26
BIBLIAN	92	23.12
TAMBO	27	6.78
AZOGUES	63	15.83
NINGUNO	8	2.01
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



3.5.- ¿De los servicios que brinda el balneario, cuál de ellos prefiere?

En el Cuadro: 10 y Gráfico: 8 podemos ver con claridad los servicios que prefieren las personas encuestadas, debiendo resaltar que la piscina es la preferida con un 43.72%, 174 encuestados manifestaron su preferencia, seguido de los baños sauna 19.85%, mismos que en términos absolutos representan 79 personas del total de encuestados turco con un 19.10%, 76 personas encuestadas e hidromasaje 13.82% que representan 55 personas del total en su orden, y las 14 personas encuestadas que representan el 3.52% prefieren otros servicios complementarios a los que brindará el Balneario propuesto, pues a decir de ellos serían masajes, entre otros.

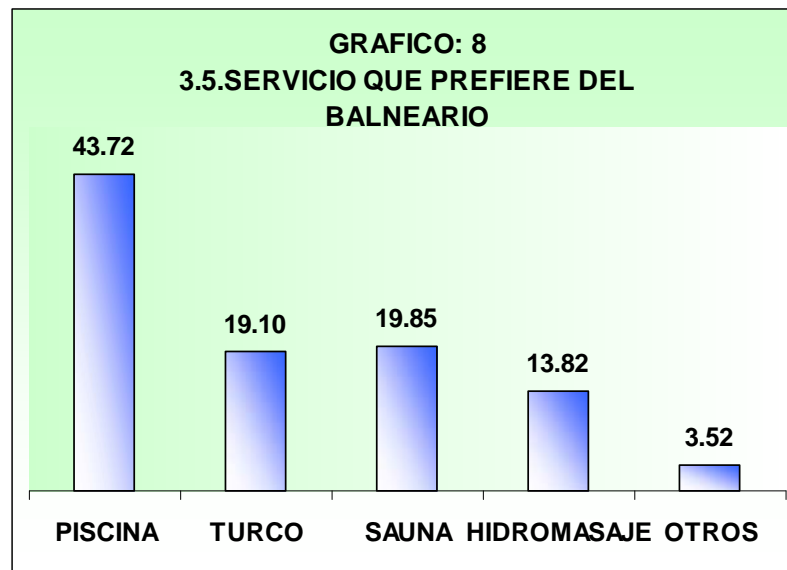
CUADRO: 10

SERVICIO PREFERIDO EN BALNEARIO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PISCINA	174	43.72
TURCO	76	19.10
SAUNA	79	19.85
HIDROMASAJE	55	13.82
OTROS	14	3.52
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras

Las preferencias establecidas en este punto, serán consideradas en el Estudio Técnico, Capítulo III, cuando se planteen o realicen los diseños y planos arquitectónicos de la planta.



3.6.- ¿Cada vez que acude al balneario, cuánto gasta?

El factor económico de los demandantes es fundamental para en función del mismo poder a futuro cuantificar los ingresos que generará la prestación por los servicios que brindará el Complejo Turístico.

CUADRO: 11

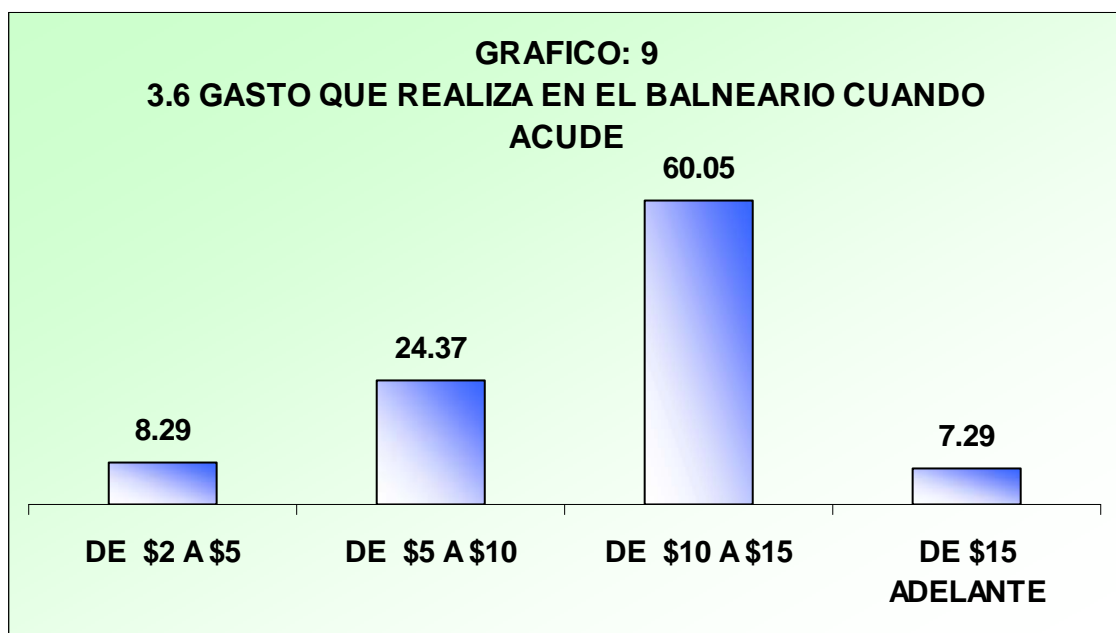
CUANTO GASTA AL IR AL BALNEARIO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De \$2 a \$5	33	8.29
De \$5 a \$10	97	24.37
De \$10 a \$15	239	60.05
De \$15 adelante	29	7.29
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras

Del cuadro anterior se desprende con claridad que los encuestados en un total de 239 personas, es decir; el 60.05% manifestaron que tienen un gasto que va de 10,00 a 15,00 dólares, seguidos del 24.37% que gastan entre 5,00 a 10,00 dólares, lo cual hace preveer que los precios que se fijarán para la utilización de los servicios de piscinas, baños turco y sauna, así como hidromasajes y servicios de bar que se brindará, serán accesibles a los demandantes y contribuirá sobremanera para captar nuevos clientes o consumidores.

De manera gráfica expresamos los resultados obtenidos en relación al gasto que realiza los encuestados en promedio cuando acuden a balnearios.



3.7.- ¿En caso de entrar en funcionamiento el balneario, estaría dispuesto a utilizarlo?

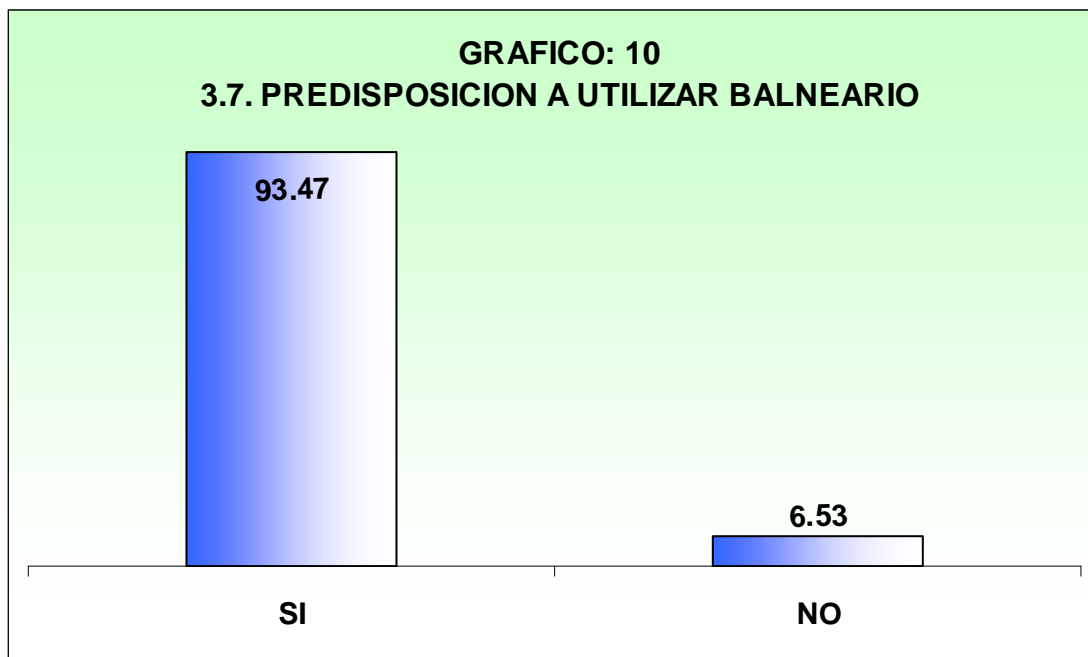
El 93.47% de entrevistados se manifestaron positivamente y las 26 personas que en términos porcentuales representa el 6.53% se pronunciaron negativamente, en el Cuadro: 12 y Gráfico 10 detallamos los resultados obtenidos:

CUADRO: 12

PREDISPOSICION A UTILIZAR EL BALNEARIO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	372	93.47
NO	26	6.53
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



3.8.- ¿Indique qué servicio le gustaría que le brinde el balneario?

El servicio de piscina es el preferido por los encuestados, en un porcentaje de 53.77% (214 personas), el 24.62% los baños turco, el 18.09% se inclinan a los baños sauna y por último, el 3.52% del total de encuestados es decir 14 personas manifestaron que ninguno de los tres servicios anteriores es el preferido, coligiéndose en este resultado

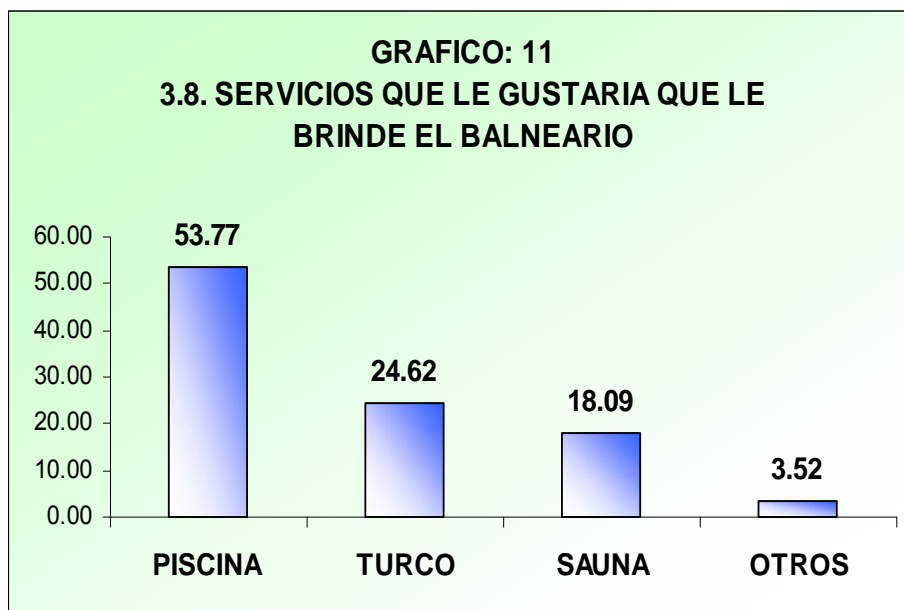
que el servicio que les gustaría es el hidromasaje, esto lo podemos observar con claridad en el Cuadro: 13 y Gráfico: 11 en su orden:

CUADRO: 13

SERVICIOS QUE LE GUSTARIA QUE OFERTE

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PISCINA	214	53.77
TURCO	98	24.62
SAUNA	72	18.09
OTROS	14	3.52
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



Los resultados obtenidos, van en mutuo acuerdo con la preferencia de los demandantes del servicio, ver Cuadro: 10

3.9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el uso de la piscina, baños turcos, sauna e hidromasajes, por adulto y niño?

En el Cuadro: 14 y Gráficos: 12 y 13 respectivamente se detalla los resultados obtenidos referente a la pregunta planteada a los encuestados, realizando luego el análisis respectivo de cuánto estarían dispuestos a pagar dichos encuestados por los servicios a brindar el balneario fruto del estudio, precios que servirán de referente para el calculo respectivo (cuantificación de ingresos de acuerdo a los precios a determinarse).

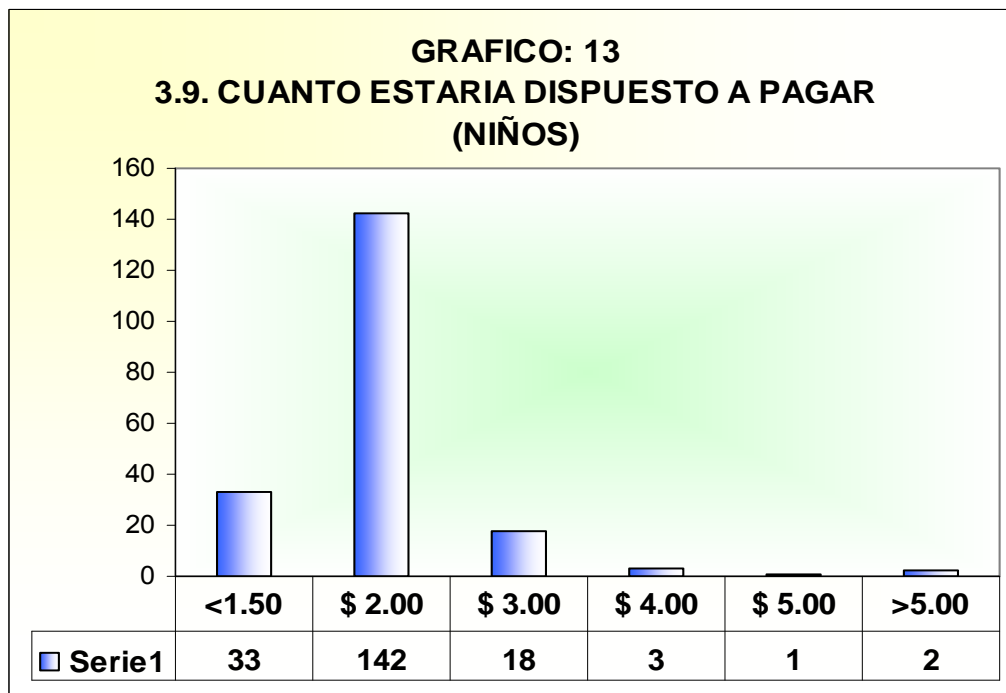
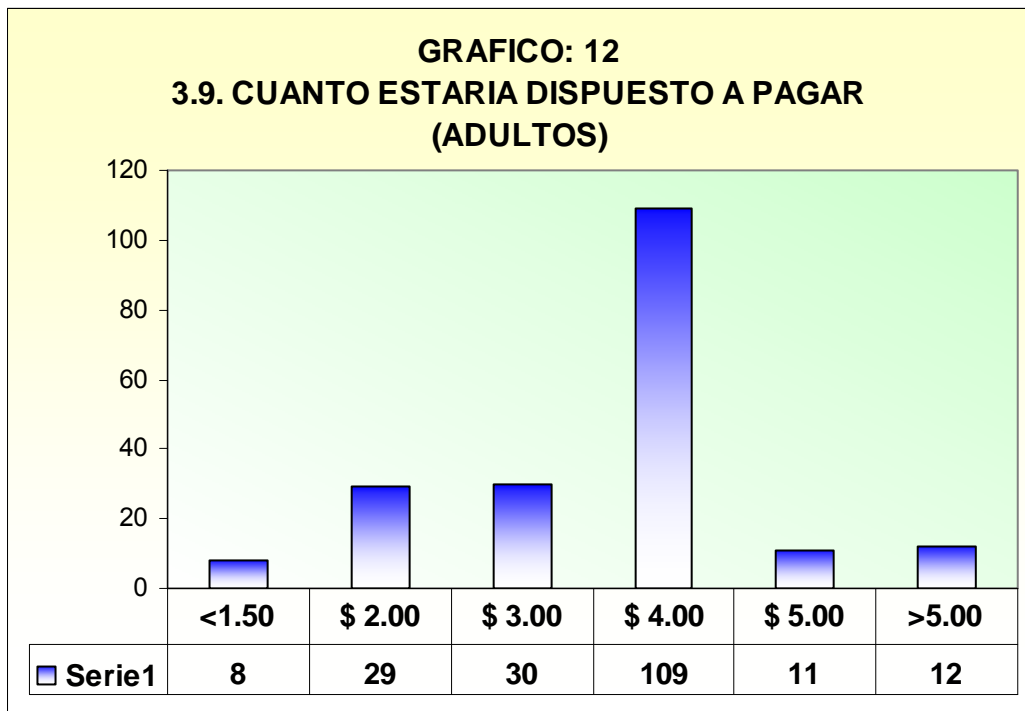
CUADRO: 14

DISPOSICIÓN AL PAGO POR LOS SERVICIOS DEL BALNEARIO

Adultos	Nro.	Niños	Nro.
<1.50	8	<1.50	33
\$ 2.00	29	\$ 2.00	142
\$ 3.00	30	\$ 3.00	18
\$ 4.00	109	\$ 4.00	3
\$ 5.00	11	\$ 5.00	1
>5.00	12	>5.00	2

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras



De los resultados obtenidos en esta interrogante se desprende con claridad que los precios que estarían dispuestos a pagar los futuros demandantes de los servicios que brindará el Complejo Turístico para hacer uso de las piscinas, baños turcos, sauna, entre otros; son por adulto el valor de USD. 4,00 y por niño, el valor de USD.2.00, mismos que se convertirán en referentes para posteriormente ser considerados en la determinación

de precios que se cobrará por las bondades y servicios que brindará al colectivo demandante del balneario.

3.10.- ¿Cree usted que en el momento en que se abra el balneario mejorará los ingresos de la zona?

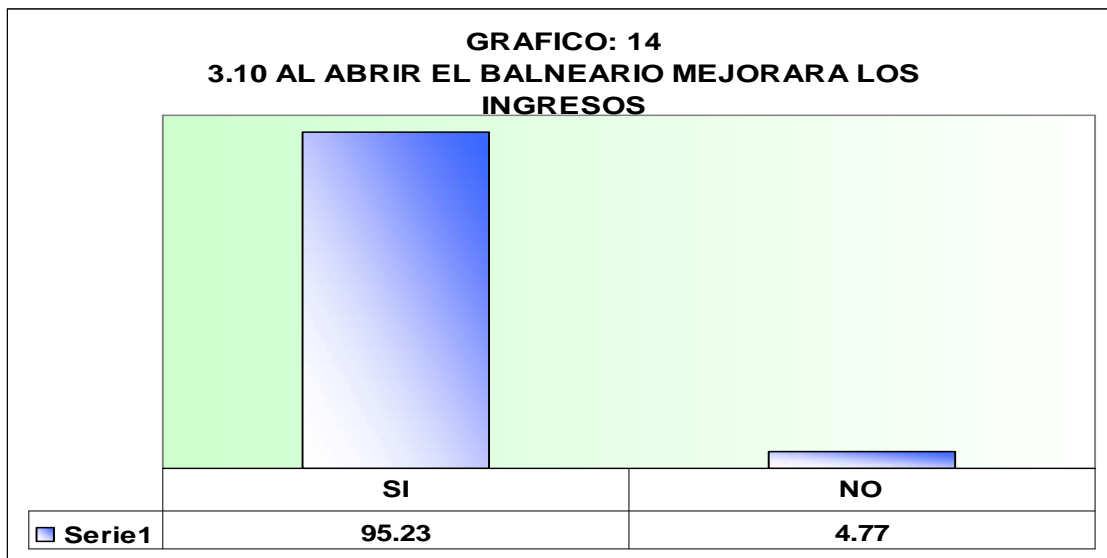
Del total de encuestados, el 95.23% es decir 379 personas, manifestaron que si mejorará los ingresos de la zona y únicamente el 4.77% de entrevistados, 19 personas respondieron negativamente, como lo podemos mirar en el Cuadro: 15 y Gráfico: 14 en su orden:

CUADRO: 15

MEJORARA LOS INGRESOS

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	379	95.23
NO	19	4.77
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



3.11.- ¿Considera usted que al iniciar la construcción y entrar en funcionamiento el balneario, permitirá disminuir el desempleo en la zona?

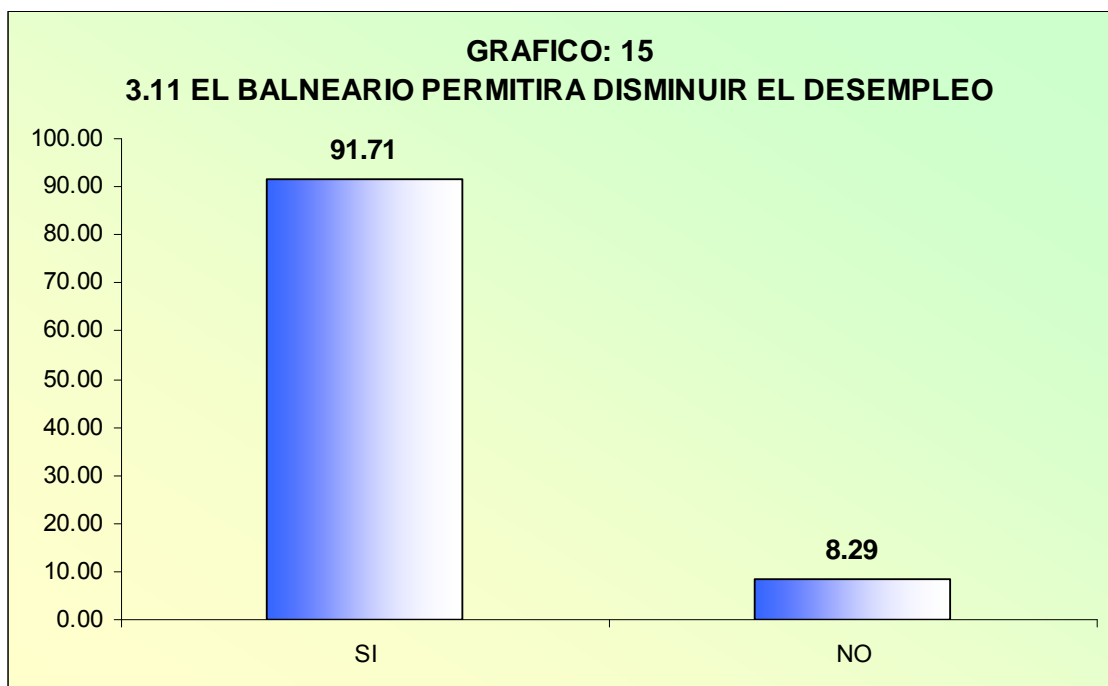
Las 33 personas encuestadas 8.29% manifestaron que no disminuirá el desempleo, más sin embargo; la gran mayoría que en términos porcentuales y absolutos representan el 91.71% y 365 respectivamente, contestaron positivamente a esta interrogante, lo cual podemos observar en el Cuadro: 16 y Gráfico 15 siguiente:

CUADRO: 16

DISMINUIRA EL DESEMPLEO

DISMINUIRA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	365	91.71
NO	33	8.29
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



3.12.- ¿Cree usted que los residentes de la zona serán beneficiarios directos de las nuevas fuentes de empleo que se generen?

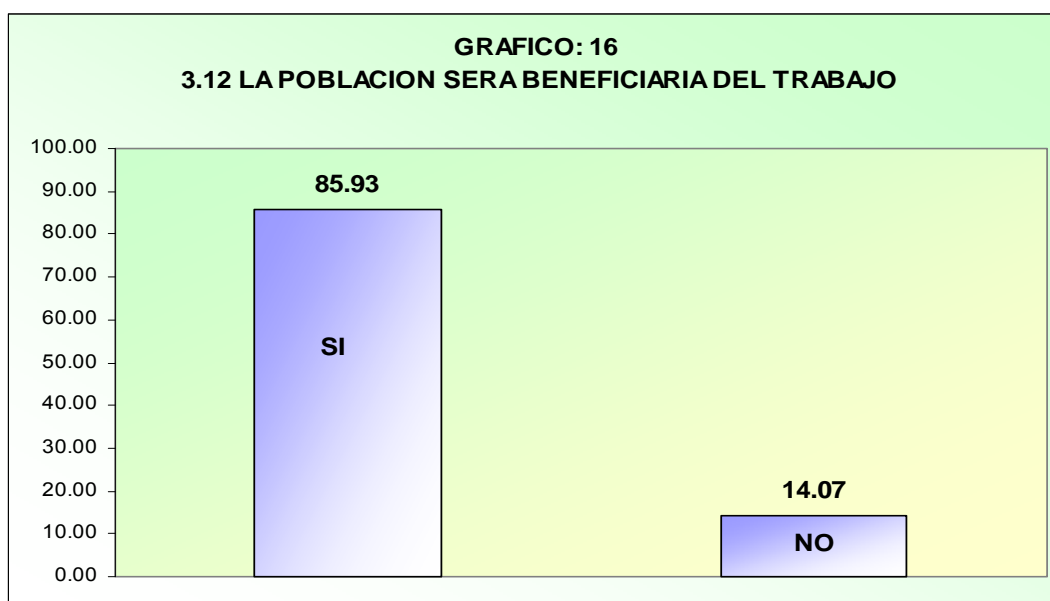
Con los datos establecidos en la interrogante anterior más los obtenidos en la presente, se puede corroborar que la mayoría de encuestados consideran que los habitantes del lugar serán beneficiarios directos de la mano de obra a ser utilizada en la fase de construcción y funcionamiento del Complejo Turístico, en el Gráfico: 17 y Cuadro: 16 observamos los resultados tabulados de la presente interrogante

CUADRO: 17

LA POBLACION SERA BENEFICIARIA DEL TRABAJO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	342	85.93
NO	56	14.07
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



El 85.93% de encuestados afirmaron que serán beneficiarios de las nuevas fuentes de trabajo y las 56 personas es decir el 14.07% de encuestados se manifestaron desconfiados.

3.13.- ¿Cree usted que al aperturarse el balneario, los residentes cercanos al mismo, estarían en capacidad de abrir nuevos negocios?

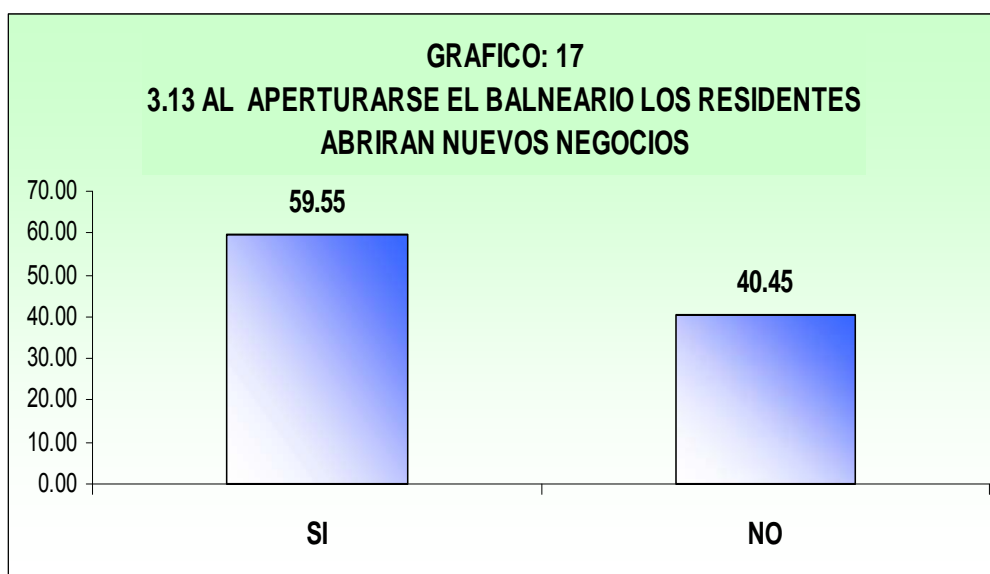
En el Cuadro y Gráfico siguiente, podemos observar los resultados obtenidos a esta pregunta;

CUADRO: 18

SE ABRIRAN NUEVOS NEGOCIOS

NUEVOS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	237	59.55
NO	161	40.45
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



Del total de encuestados, las 237 personas (59.55%), manifestaron y coincidieron que si se abrirán nuevos negocios, más sin embargo el 40.45% se manifestaron de manera negativa.

En este sentido creemos que los nuevos negocios que se abrirán en el entorno del Balneario y en otros lugares de la Parroquia, no solamente serán fruto de la puesta en marcha del Complejo Turístico, hay otros factores que de manera concomitante permitirán la apertura de negocios como por ejemplo el mismo crecimiento poblacional, las nuevas obras que por parte de la Junta Parroquial y la Empresa Industria Guapán así como la Municipalidad de Azogues, pretenden hacer por el sector y la construcción de nuevas edificaciones (casas), entre otros.

3.14.- ¿Cree usted que este proyecto mejorará las condiciones de vida de la población residente en esta zona?

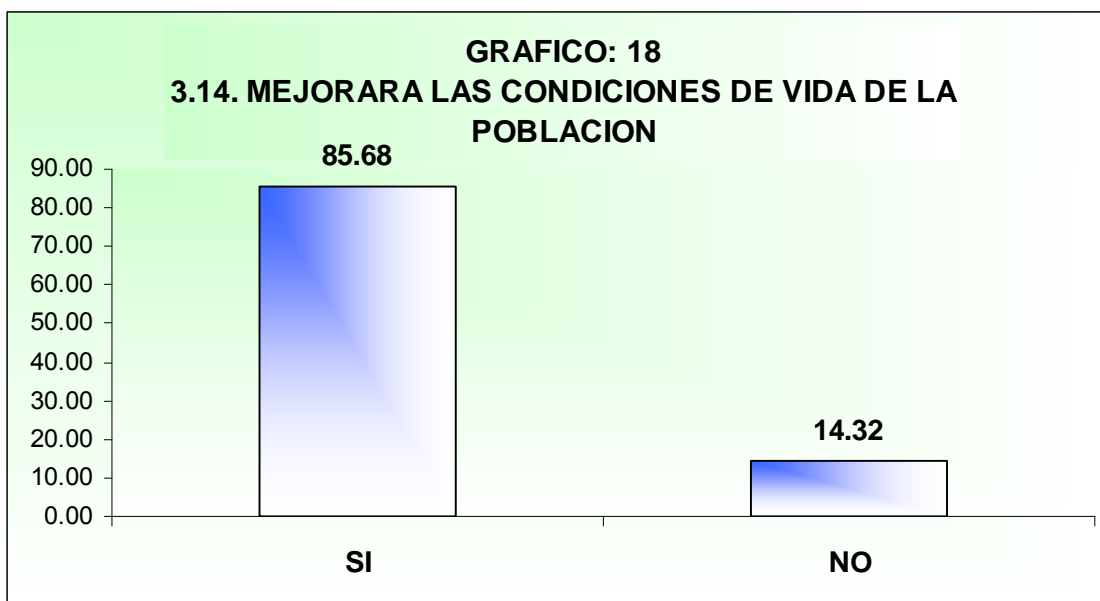
En el Cuadro: 19 y Gráfico: 18 siguientes, se puede observar con absoluta claridad que del total de encuestados el 85.68%, 341 personas creen y consideran que si mejorará las condiciones de vida de la población, y; el 14.32%, es decir en términos absolutos 57 personas se pronunciaron de manera negativa.

CUADRO: 19

MEJORARA LAS CONDICIONES DE VIDA

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	341	85.68
NO	57	14.32
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



.3.15.- ¿Considera Ud. que al entrar en funcionamiento el balneario, permitirá reactivar el comercio en las zonas aledañas al Complejo.

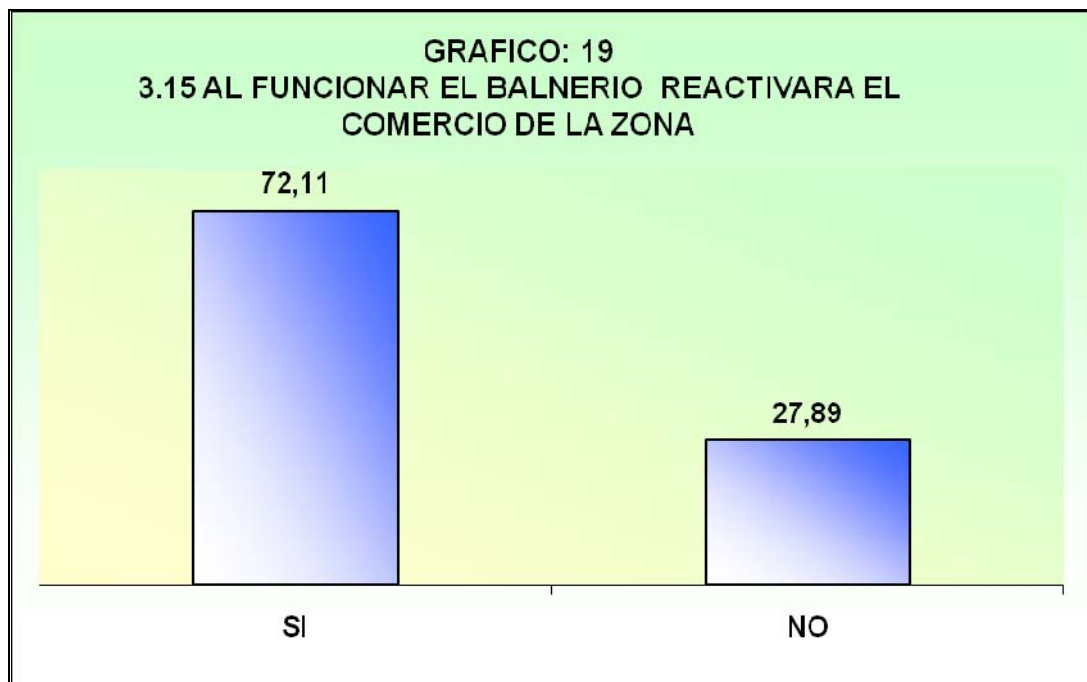
CUADRO: 20

SE REACTIVARA EL COMERCIO DE LA ZONA

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	287	72.11
NO	111	27.89
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras

Del cuadro anterior se determina que el 27.89% (111 personas) manifestaron que no se reactivará el comercio de la zona, más sin embargo las 287 personas encuestadas, es decir el 72.11% se mostraron optimistas y manifestaron que si existirá reactivación del comercio en ésta zona, lo cual podemos observar en el Gráfico: 19 siguiente:



Con los datos obtenidos en la interrogante anterior y la presente, consideramos que si se reactiva el comercio, pues al abrir nuevos negocios pensamos que se reactivará la economía del lugar.

3.16.- ¿Considera Ud. que al entrar en funcionamiento el balneario, contribuirá a incrementar el turismo en la Parroquia Guapán?

El 1.26% de personas encuestadas, es decir únicamente 5, consideran que el turismo no se incrementará en la zona en la cual se provee implementar el Balneario, y; las 393 personas que representan la gran mayoría con el 98.74% del total de encuestados, se pronunciaron y afirmaron que el turismo crecerá considerablemente y que además permitirá dar a conocer al país entero las bondades que la naturaleza tiene con esta parroquia del cantón Azogues, sin embargo apenas el 1.26% del total de personas encuestadas se pronunciaron de manera negativa.

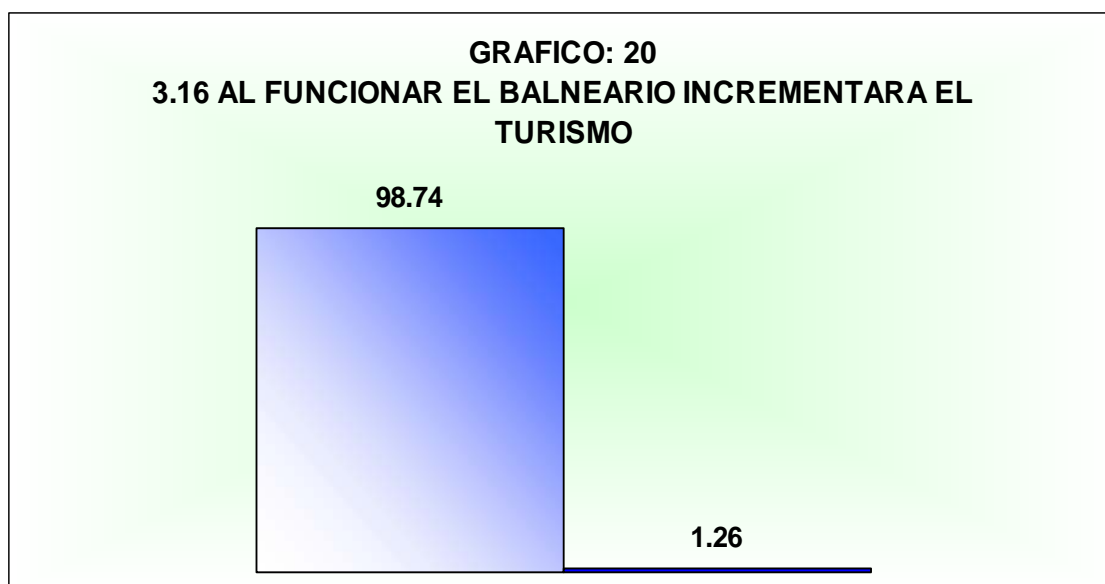
En el Cuadro: 21 y Gráfico: 20 se describe lo anotado anteriormente:

CUADRO: 21

INCREMENTARA EL TURISMO

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	393	98.74
NO	5	1.26
TOTAL	398	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras



2.7 DEMANDA.

2.7.1 JUSTIFICACION DE LA DEMANDA.

En la parroquia Guapán y su área periférica, así como en otras parroquias urbanas y rurales del cantón Azogues, existe un alto número de personas que no tienen cerca un complejo turístico con piscinas y servicios complementarios, consecuentemente esta población demandante se ha visto obligada en su mayoría a satisfacer su necesidad en balnearios de la ciudad de Cuenca, Biblián entre otras ciudades, lo cual se consolida con la respuesta obtenida a la interrogante 3.4. ¿Qué balneario visita usted? planteada en la

encuesta, cuyos resultados en términos porcentuales fueron: 52.26% visitan a Baños de Cuenca, el 23.12% acuden a balnearios de la ciudad vecina de Biblián y la diferencia porcentual en menor escala acuden a la ciudad de Azogues y el Tambo, el 2.01% no visita balneario alguno.

En tal virtud, con una buena campaña publicitaria y una comercialización efectiva del servicio a brindar, se estima que éstas personas serían las futuras usuarias demandantes del balneario fruto del estudio, ya que como se analizó anteriormente, de los resultados obtenidos en la encuesta realizada, también se determinó en la pregunta 3.2 que el 90.70% de entrevistados, manifestaron que si acuden a balnearios.

2.7.2 FUENTES PRIMARIAS.

Serán los resultados obtenidos en las encuestas realizadas.

2.7.3 FUENTES SECUNDARIAS

Serán los datos obtenidos de:

Estadísticas del número de usuarios, tickets de venta de los demandantes del servicio de balnearios, archivos de los balnearios, hosterías, hoteles en los que se brinde el servicio de piscinas entre otros.

2.7.4 CALCULO.

Para la cuantificación de la demanda tomaremos como referente los datos proporcionados por los representantes de los diferentes balnearios existentes en la zona, para luego; realizar la proyección de la demanda por los métodos: Regresión Lineal (ajuste por mínimos cuadrados), Crecimiento Compuesto y; Media Geométrica.

2.7.5 ANALISIS HISTORICO DE LA DEMANDA.

El análisis del comportamiento histórico de la demanda, se analizó a partir de los datos estadísticos que fueron proporcionados por los balnearios existentes en el cantón

Cuenca, parroquia Baños, balneario el Camping del cantón Biblián, balneario Cuna del Sol del cantón el Tambo, Hotel León y Paraíso de la ciudad de Azogues, y el de Cañar, en función de éstos tener una idea aproximada de la evolución del número de demandantes del servicio de balnearios, llegando entonces a cuantificar desde el año 2006 al 2010, el total de personas que hicieron uso de sus instalaciones, constituyéndose estos datos en una secuencia histórica anual.

En este sentido, y con el fin de tener un elemento de juicio serio y claro para proyectar su comportamiento futuro, en el Cuadro: 22, y de acuerdo a estas fuentes secundarias de información, podemos observar que en el año 2006 hicieron uso de las instalaciones de los diferentes balnearios descritos anteriormente 23.200 personas, y en el año 2010 utilizaron los servicios de balnearios 26.854 personas, ver Cuadro: 22 siguiente,

CUADRO: 22

TENDENCIA HISTORICA DE LA DEMANDA

Año	Demanda
2,006	23,200
2,007	24,120
2,008	25,312
2,009	26,001
2,010	26,854

Fuente: Estadísticas Balnearios de Cuenca y otros
Elaboración : Autoras

2.7.6 PROYECCION DE LA DEMANDA.

Dado que se trata de verificar el comportamiento pasado de la Demanda, creímos pertinente recabar toda la información relevante, especialmente la relacionada con los usuarios beneficiarios y/o demandantes del servicio de balnearios.

En esta virtud, con los datos descritos en el Cuadro 22 anterior, procedemos a realizar la proyección de la demanda mediante el sistema de cálculo por: **Regresión Lineal**, conocida también con el nombre de Ajuste por Mínimos Cuadrados (ecuación de la recta: $y = a + bx$ misma que lo observamos en el Cuadro: 23 siguiente:

CUADRO: 23

PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑO	Y = total usuarios	X = años	X.Y	x2
2,006	23,200	-2	-46,400	4
2,007	24,120	-1	-24,120	1
2,008	25,312	0	0	0
2,009	26,001	1	26,001	1
2,010	26,854	2	53,708	4
n = 5	125,487	0	9,189	10

Fuente: Cuadro 22

Elaboración : Autoras

Aplicando la formula:

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

Obtenemos los valores de b;

$$5(9.189) - (0) (125.487)$$

$$b = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

$$5(10) - (0)$$

$$45.945$$

$$b = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

$$50 - 0$$

b = 919

Remplazando éste valor en la ecuación:

a = Y/ n obtenemos el valor de **a**:

$$A = 125.487 / 5$$

a = 25.097

Sustituyendo en la ecuación de la Recta los valores de a y b, tenemos:

Ecuación de la Recta: Y = a + bx

$$Y = 25.097 + 919x$$

Con los resultados de a y b, remplazamos en la ecuación de la recta y obtenemos la Demanda Futura, como lo podemos observar en el Cuadro 24, Cuadro 25 y Gráfico 21 siguiente:

CUADRO: 24

DEMANDA PROYECTADA

AÑO	ECUACION RECTA $y = a + b(x)$	DEMANDA FUTURA
2,011	$Y_1 = 25.097+919 (3)$	27,854
2,012	$Y_2 = 25.097+919 (4)$	28,773
2,013	$Y_3 = 25.097+919 (5)$	29,692
2,014	$Y_4 = 25.097+919 (6)$	30,611
2,015	$Y_5 = 25.097+919 (7)$	31,530

Fuente: Ecuación de la Recta

Elaboración : Autoras

CUADRO: 25

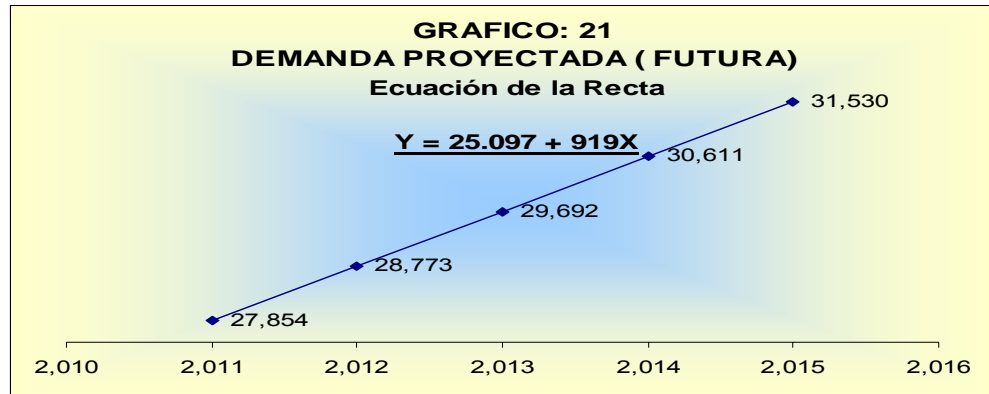
DEMANDA FUTURA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA
2,011	27,854
2,012	28,773
2,013	29,692
2,014	30,611
2,015	31,530

Fuente: Cuadro 24

Elaboración: Autoras

De manera gráfica los valores proyectados lo podemos ver a continuación:



Por otro lado hemos creído conveniente realizar adicionalmente el cálculo de la demanda futura; mediante la alternativa de cálculo a través de la formula de:

Crecimiento Compuesto, y; Media Geométrica, para en función de los resultados determinar cual es la incidencia en términos de futuros demandantes del servicio.

Con la tendencia histórica de la demanda registrada en el Cuadro: 22 se calculó la tasa de crecimiento (**i**) mediante la siguiente fórmula:

$$i = ((PF/Po)^{(1/n)})-1$$

Donde:

PF es la población final, año 2010 de (26.854 personas)

Po es la población inicial, año 2006 de (23.200 personas)

N número de años (5)

Aplicando la Fórmula tenemos:

$$i = ((PF/Po)^{(1/n)})-1$$

$$i = ((26854/23200)^{(1/5)})-1$$

$$i = 0.030$$

Con la tasa de crecimiento obtenida, tendencia Histórica de la demanda Cuadro: 22 y aplicando la fórmula de:

Crecimiento Compuesto:

$$PF = Po (1 + i)^n$$

Observamos en el Cuadro: 25.1 siguiente la demanda Proyecto Futura.

CUADRO: 25.1
DEMANDA FUTURA PROYECTADA
METODO CRECIMIENTO COMPUESTO

AÑO	DEMANDA	AÑO	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA
2006	23200	2011	$((26854)^*(1.03)^1)$	27660
2007	24120	2012	$((26854)^*(1.03)^2)$	28489
2008	25312	2013	$((26854)^*(1.03)^3)$	29344
2009	26001	2014	$((26854)^*(1.03)^4)$	30224
2010	26854	2015	$((26854)^*(1.03)^5)$	31131

Fuente: Cuadro 22

Elaboración: Autoras

Media Geométrica, la proyección de la demanda futura por medio de del cálculo de la media geométrica, y aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{MEDIA GEOMETRICA} = \sqrt[n]{x1 * X2 * X3 * Xn}$$

Obtenemos:

Media Geométrica; MG = 25.063

En el Cuadro: 25.2 siguiente, se detalla la demanda futura calculada y tomando como referente la media geométrica establecida igual a 25.063 y la tasa de crecimiento de la demanda en el período 2.006 al 2.010 igual a $i = 0.030$, tenemos:

CUADRO: 25.2

DEMANDA FUTURA PROYECTADA

METODO MEDIA GEOMETRICA

AÑO	DEMANDA	AÑO	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA
2006	23200	2011	$((25063)*(1.030)^3)$	27387
2007	24120	2012	$((25063)*(1.030)^4)$	28209
2008	25312	2013	$((25063)*(1.030)^5)$	29055
2009	26001	2014	$((25063)*(1.030)^6)$	29927
2010	26854	2015	$((25063)*(1.030)^7)$	30824

Fuente: Cuadro: 25.1

Elaboración: Las Autoras

En definitiva, la demanda Futura calculada y determinada bajo los métodos de :

- Regresión Lineal (mínimos cuadrados; ecuación de la Recta $y = a + bx$;
- Crecimiento Compuesto, y;
- Media Geométrica, no han variado significativamente, estableciéndose en definitiva que el margen de diferencia obtenido en los cálculos realizados no son considerables en términos de incremento a futuro de la demanda, lo afirmado podemos observar con claridad en el Cuadro. 25.3

CUADRO: 25.3
DEMANDA FUTURA PROYECTADA

METODOS APLICADOS			
AÑO	1. LINEAL	2. CRECIMIENTO COMPUESTO	3. MEDIA GEOMETRICA
2011	27,854	27,660	27,387
2012	28,773	28,489	28,209
2013	29,692	29,344	29,055
2014	30,611	30,224	29,927
2015	31,530	31,131	30,824
TOTAL	148,460	146,849	145,401

Fuente: Cuadros: 25; 25.1; 25.2

Elaboración: Las Autoras

De los datos obtenidos y plasmados en el Cuadro anterior se determina que: La relación porcentual de crecimiento de la demanda proyectada total entre el método de Regresión Lineal y del Crecimiento Compuesto es de apenas el 1.09% y en relación al obtenido con el método Media Geométrica es del 2.06%, porcentajes que a futuro no son tan relevantes y no influirán significativamente en el ingreso del Complejo Turístico.

2.7.6.1 ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LOS SERVICIOS Y ATRACTIVOS TURISICOS DE BALNEARIOS OBSERVADOS.

Como se estableció en el Capítulo II en el punto 2.8 Oferta del Servicio existen balnearios entre otros en la provincia vecina del Azuay, y en particular en el Cantón Cuenca, con esta consideración y asumiendo que ese Cantón tiene 467.000 habitantes aproximadamente y que la demanda en relación a la plantada por nosotros es mayor, hemos visto pertinente realizar un análisis de cuántas personas nacionales y extranjeras ingresan en uno de los balnearios de la competencia ubicado a 35 kilómetros de distancia desde el Complejo Turístico planteado en el presente estudio hasta el balneario “Durán” ubicado en la parroquia Baños del cantón Cuenca, provincia del Azuay, para en función de los resultados a obtenidos plantearnos alguna estrategia que permita captar parte de esa demanda.

Consecuentemente en un día normal entre semana, la afluencia de personas es en promedio 68 demandantes; de lunes a viernes ingresarían 340 personas, de los cuales 6.8 personas son extranjeros (2%). Los fines de semana entre sábado y domingo ingresan 750 personas, de éstas: 30 son extranjeros; mismos que en términos porcentuales representan el 4% del total de demandantes.

Con los datos descritos en líneas precedentes tendríamos que: Semanalmente ingresarían en promedio al balneario de la competencia “Durán” 1.090 personas, que traducidos al año (52 semanas) serían 56.680 personas, de éstas aproximadamente 17.680 (31.19%) ingresan de lunes a viernes y 39.000 (68.81%) ingresan los sábados y domingos.

La demanda de extranjeros por los servicios que el Balneario Durán ofrece entre semana representan el 2%; es decir: 353,6 personas del total anual de 127.680 demandantes, y; entre sábado y domingo representan el 4%: es decir: 1.560 personas del total anual de 39.000 demandantes.

El 98% de demandantes entre lunes a viernes son 17.326,4 personas y el 96% de demandantes del servicio los días sábados y domingos son 37.440 individuos. En el Cuadro: 25.4 podemos observar con claridad lo descrito en líneas anteriores:

CUADRO: 25.4
DEMANDA BALNEARIO DURAN

Días	Semanas año	demanda	total anual	%
Lunes	52	68	3.536	6,24
Martes	52	68	3.536	6,24
Miércoles	52	68	3.536	6,24
Jueves	52	68	3.536	6,24
Viernes	52	68	3.536	6,24
Sábado	52	375	19.500	34,40
Domingo	52	375	19.500	34,40
TOTAL	364	1.090	56.680	100,00

Fuente: Balneario Durán

Elaboración: Las Autoras

Es de resaltar que se registró una demanda de extranjeros en los siguientes porcentajes: En un día normal Miércoles 2% (EEUU, España), y entre sábados - domingos el 4% son

demandantes extranjeros (40% EEUU, 13.33% España, 6.67% Alemanes, 26.67% Colombianos, 3.33% Perú, 13.33% Brasil, 6.67% Argentina).

Los demandantes regionales se registraron en los siguientes porcentajes; 28% cantón Azogues, 62% cantón Cuenca, 2% Cantón Paute 2 % Cantón Gualaceo, 0.5% Cantón Biblián, 1.5% otros lugares del país.

CUADRO: 25.5

DEMANDA DE EXTRANJEROS Y NACIONALES

Demanda de lunes a viernes 5días	Demanda de Sábados y Domingos 2 días	Número Semanas al año	Demanda anual	Demanda extranjera 2% , y 4%	Demanda nacional 98% , y 96%
340		52	17,680	353.60	17,326
	750	52	39,000	1,560.00	37,440
Total demandantes			56,680	1,913.60	54,766

Fuente: Balneario Durán

Elaboración: Las Autoras

En este sentido consideramos que la demanda a captar de personas tanto locales, regionales como extranjeros por parte del Balneario fruto de nuestra investigación y que se considerará como potenciales usuarios, estará basada en la aplicación de estrategias de mercado para la apertura del Balneario, las que nos permitirán vender los servicios a través de la promoción publicitaria masiva en la que daremos a conocer las bondades del balneario propuesto como son: Precios más bajos en relación a la competencia, diversión sana en un ambiente saludable en el que se les brindará servicios complementarios con calidez humana y de mucha calidad.

Por último consideramos que los futuros demandantes del Balneario propuesto, preferirán nuestro servicio puesto que al determinar y darse cuenta de ciertas debilidades que el Balneario Durán (competencia) tienen como: Distancia a recorrer, accesibilidad, precios, calidad del servicio, y atención al público, nos preferirán, debiendo recalcar que del

análisis realizado el 28% de usuarios de éste balneario son ciudadanos de Azogues y que muy bien podrían ser nuestros potenciales clientes.

2.7.7 ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA LA APERTURA DE BALNEARIO.

En base a los resultados obtenidos y el análisis establecido en cada una de las preguntas de la encuesta realizada, sumado a la Competencia y aprovechando sus debilidades, planteamos a continuación algunas estrategias de marketing para una mejor gestión del Complejo, las que están dirigidas a 4 aspectos o elementos conocidos como las 4 Ps o la Mezcla (o el Mix) de Marketing; siendo éstos:

1. Producto,
2. Precio,
3. Distribución, y;
4. Promoción o comunicación.

2.7.7.1 Estrategias para el producto.

Las estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto que en este caso es la venta de servicios serán:

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, darle mejoras al área verde y nuevas utilidades a espacios sin vegetación.
- Lanzar a futuro una nueva línea de producto, por ejemplo, masajes, maquillaje, y servicio de guardería.
- Construcción de nuevas áreas destinadas para alojamiento, sala de recepciones, entre otras.

2.7.7.2 Estrategia para el precio.

Concibiéndole al precio como el valor monetario que le asignamos a nuestros servicios al momento de ofrecerlos a los consumidores, hemos planteado la estrategia de:

- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que de ese modo, podamos bloquearla y ganar mercado.

2.7.7.3 Estrategia para la plaza o distribución.

- Ofrecer nuestros servicios vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio entre otras.

2.7.7.4 Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción consistirá en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia del Balneario a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o demanda de los servicios que se ofertarán.

En este sentido, las estrategias que podemos aplicar relacionadas a la promoción o comunicación serán:

- Crear ofertas tales como el 4 x1, es decir por el ingreso de 4 personas al Complejo Turístico, la quinta entrara gratis,
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas,
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes,
- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet,
- Participar en ferias turísticas para exponer las bondades del Complejo Turístico,
- Dar auspicios cuando se realicen campeonatos en las diferentes disciplinas deportivas y en eventos culturales y sociales,
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de transporte público, y; en lugares públicos permitidos por la Municipalidad de Azogues,
- Crear afiches, carteles, volantes, folletos y calendarios publicitarios.

En definitiva, con las estrategias planteadas podremos incrementar las ventas, aumentar la satisfacción, comodidad y confianza de nuestros clientes, así como nos proyectaremos a nivel nacional y coadyuvaremos a incrementar el turismo en la zona, captaremos demandantes del servicio a precios accesibles.

2.8 OFERTA DEL SERVICIO.

La Oferta del servicio de balnearios está determinada por los balnearios existentes en los Cantones vecinos y en la ciudad de Azogues, lo cual lo podemos ver en el Cuadro 26 siguiente:

CUADRO: 26
OFERTA ACTUAL DE BALNEARIOS

PROVINCIA	CIUDAD/ PARROQUIA	NUMERO
Azuay	Cuenca-Baños	4
Azuay	Gualaceo	2
Azuay	Paute	1
Cañar	Tambo	1
Cañar	Cañar	1
Cañar	Biblián	1
Cañar	Azogues	2
TOTAL		12

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración : Autoras

2.9 ANALISIS DE COMERCIALIZACION.

2.9.1 LA PUBLICIDAD.

La publicidad, es el principal método que utilizaremos para difundir las bondades del balneario, y para realizar ésta nos plantearemos como objetivo primordial el: Dar a conocer la nueva forma de diversión y a su vez tratar de convencer e inclinar a los usuarios demandantes para que utilicen las instalaciones del Complejo Turístico.

La publicidad lo realizaremos en los medios de comunicación hablados y escritos locales y provinciales como: Austral televisión, la radio Super S, Santa María, Ondas del Volante y Ondas Cañarís y en: Paneles publicitarios; periódicos: Semanario el Herald, Panorama, entre otros detallados en las Estrategias para la promoción o Comunicación, mencionadas en líneas precedentes (Ver punto 2.7.7.4).

2.10 DETERMINACION DEL PRECIO.

2.10.1 MECANISMOS DE FORMACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO.

Dada la dificultad de conocer las reacciones de compradores y competidores, ante cambios en los precios, hemos considerado que vamos a aplicar un precio promedio de la competencia.

En virtud de lo anotado, procedimos a cuantificar el precio que los balnearios de la competencia cobran a los usuarios demandantes del servicio, siendo estos los expresados en el Cuadro: 27 siguiente:

CUADRO: 27
PRECIO DE LA COMPETENCIA Y PROMEDIO A COBRAR

PROVINCIA	CIUDAD/ PARROQUIA	ADULTOS	NIÑOS
Azuay	Cuenca-Baños	\$ 4,75	\$ 2,50
Azuay	Gualaceo	\$ 4,00	\$ 2,00
Azuay	Paute	\$ 4,50	\$ 2,25
Cañar	Tambo	\$ 4,50	\$ 2,25
Cañar	Cañar	\$ 4,25	\$ 2,00
Cañar	Biblián	\$ 4,25	\$ 2,00
Cañar	Azogues	\$ 4,00	\$ 2,00
TOTAL		\$ 4,32	\$ 2,14

Fuente: Balnearios

Elaboración: Autoras

El Precio Promedio obtenido en el cuadro anterior fue obtenido de la siguiente manera:

Precio de nuestro servicio = Sumatoria de precios Balnearios de la Competencia

7

Precios: Adultos USD.4,32 ; Niños USD.2,14

Como podemos observar en líneas precedentes el precio promedio determinado tanto para adultos cuanto para niños se encuentra en un nivel competitivo, más sin embargo para captar los clientes consideramos que los precios a cobrar por los servicios que brindará el Complejo Turístico serán, los determinados en la respuesta a la interrogante 3.9 de la encuesta, es decir: Para adultos el valor de USD. 4.00 y para niños el valor de

USD.2.00, con lo que daríamos cumplimiento a lo establecido en el punto 2.7.7.2 Estrategia para el precio, es decir: Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que de ese modo, podamos bloquearla y ganar mercado.

2.10.2 PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS.

Para la proyección de los precios hemos creído conveniente tomar en consideración los datos proporcionados por el INEC de la inflación promedio de los últimos cinco años, siendo ésta del 4.20% anual, y con la hipótesis de que ésta se mantendrá constante en el tiempo por estar en una economía dolarizada, podemos ver en el Cuadro: 28 la proyección de los precios para el servicio del Balneario planteado:

**CUADRO: 28
PRECIOS PROYECTADOS**

DEMANDANTES	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Adultos	\$ 4.00	4,17	4,34	4,53	4,72	4,91
Niños	\$ 2.00	2,08	2,17	2,26	2,36	2,46

Fuente: INEC (Inflación promedio acumulada últimos años)

Elaboración : Autoras

Es menester e importante resaltar que los precios del año base (cero) fueron considerados en función de la estrategia de precios planteado, más no el precio promedio calculado y determinado en los mecanismos de formación de los mismos (ver punto 2.10.1).

2.10.3. COMERCIALIZACION DEL SERVICIO.

La publicidad lo realizaremos en los medios de comunicación hablados y escritos locales y provinciales como: Austral televisión, la radio Super S, Santa María, Ondas del Volante y Ondas Cañarís y en los paneles publicitarios; los periódicos: Semanario el Herald, Panorama, y diario la Portada, mediante trípticos y hojas volantes, entre otras.

III ESTUDIO TECNICO

3. ANALISIS Y DETERMINACION DE LA LOCALIZACION OPTIMA DE LA PLANTA

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TECNICO.

Los objetivos que nos hemos planteado en la elaboración del Estudio Técnico, son los que a continuación detallamos.

- Establecer la localización óptima de la planta.
- Determinar el tamaño óptimo del establecimiento.
- Identificar los equipos, instalaciones y procesos.
- Definir la organización jurídica requerida.

3.1.1 LOCALIZACIÓN OPTIMA DE LA PLANTA.

El elemento de juicio más importante para determinar el tamaño óptimo de la planta es generalmente la cuantía de la demanda potencial insatisfecha, consecuentemente la localización óptima en la que se emplazará el Complejo Turístico debe orientarse a los mismos objetivos del tamaño óptimo, esto es hacia la obtención de la máxima tasa de rentabilidad y a mejorar las condiciones de vida de la población residente en la zona.

Las variables a considerar se les denomina fuerzas de localización y las principales son: Materia prima, preferencia del cliente, facilidad de ingreso (viabilidad), servicios básicos, normativa legal entre otros.

No está por demás manifestar que existen servicios similares al planteado, pero que no ofrecen ventajas sustanciales para los consumidores finales, sin embargo el servicio que ofertaremos a la comunidad en general lleva implícito un valor agregado como son aguas naturales-termales, lo que permitirá introducirse en el mercado con una agresiva y buena campaña publicitaria y con precios accesibles, más bajos que de la competencia.

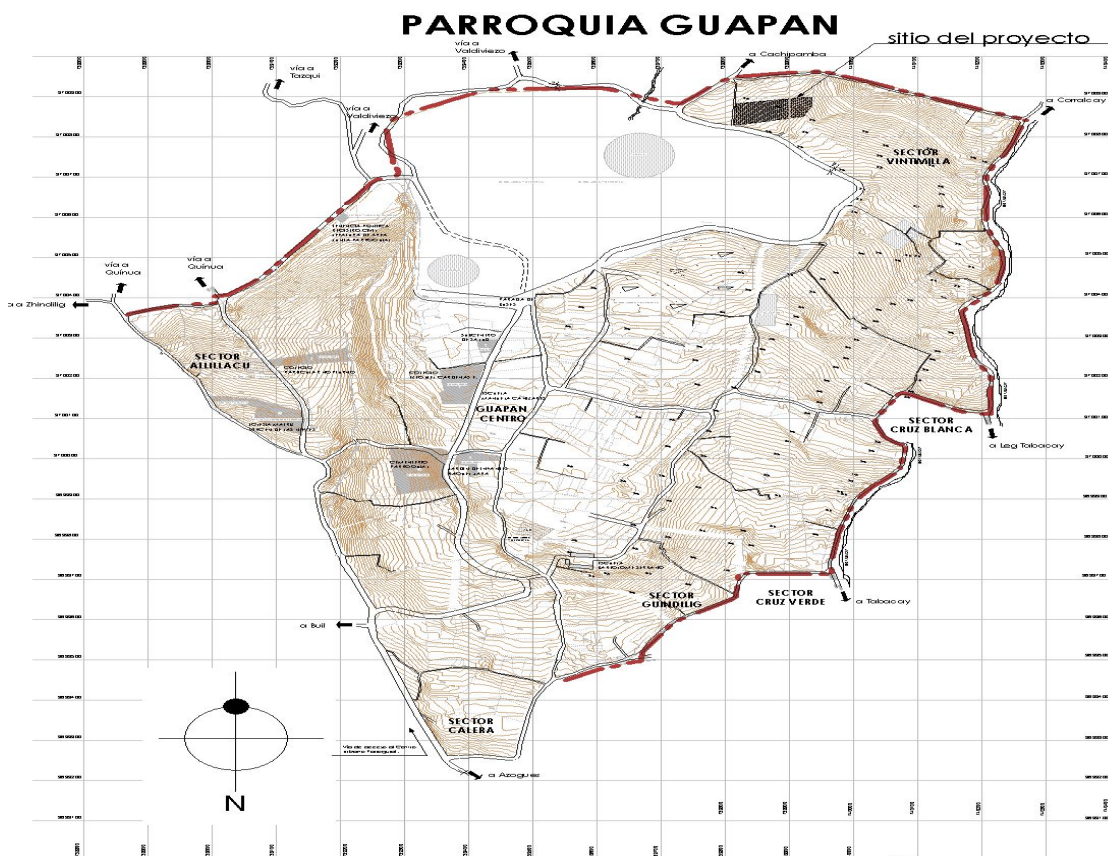
3.1.2. LOCALIZACION.

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen

a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el período productivo de los servicios del Complejo Turístico.

a).-**Macrolocalización.** La parroquia Guapán se encuentra situada en la zona austral de la región interandina, ocupa la parte norte del cantón Azogues, de la provincia del Cañar, a una altura de 2.600 metros sobre el nivel del mar (msnm), dista de la cabecera cantonal Azogues al centro parroquial apenas 3 km y medio de distancia, limita al Norte con los cerros de Charún y Cocha huaico, por el Sur con el río Tabacay y la carretera que comunica al centro parroquial, por el Este con las colinas Uchupucún y Tocachón; por el Oeste con la carretera panamericana hasta el río Burgay, tres cuadras antes de Perrumzapal, sigue por el río Burgay hasta la quebrada de Cuchinacay, aguas arriba hasta los páramos de Charún y Molobog.

FIGURA: 3



b).- Microlocalización.- El Complejo Turístico estará emplazado en el sector de planeamiento SP3 denominado como Guapán - Centro, sector Cachipamba, este lugar constituye el núcleo más representativo de la Parroquia por ser un lugar de concentración de la población, presenta el mayor grado de consolidación el cual abarca las diferentes actividades de comercio, intercambio, gestión, administración, producción de bienes y servicios, agricultura, etc, cuenta con todos los servicios de infraestructura básica y engloba el 80% de los equipamientos, Ver Anexo: 3 Foto: 1.

Es preciso manifestar que se ha escogido dos terrenos alternativos para el emplazamiento del Complejo Turístico, los dos terrenos están ubicados en el Sector de planeamiento número tres (SP3), el primero con un área de 4.950 mts y un segundo con un área de 2.000 mts, alternativas propuestas y válidas para determinar cuál de éstas es la que reúne las condiciones óptimas para el emplazamiento del Complejo, además se consideró éstos dos sitios ya que están inmersos dentro de una zona/lugar estratégico de la Parroquia, está dotada de los dones de la naturaleza, es decir aguas termales en un clima templado y con una naturaleza llena de paisajes hermosos, por lo que el servicio que brindará el Complejo Turístico será de buena calidad y contará con una adecuada infraestructura, misma que proporcionará la satisfacción y seguridad de los clientes que confiarán en las bondades del servicio a brindar a la colectividad. Ver Anexo: 3 Foto: 2.

3.1.2.1. MÉTODO DE LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS.

Para proceder a determinar la localización en el cual se ubicará el Complejo Turístico utilizaremos este método, considerando ciertos factores relevantes que se constituyen en variables endógenas y exógenos, a las cuales hemos asignado en términos relativos y/o porcentuales un determinado peso para cada uno de los factores relevantes, mismos que multiplicados por cada calificación asignada por terreno, obtenemos la calificación ponderada.

Lo descrito podemos con claridad observar en los Cuadros: 29 y 29.1 respectivamente para los Terrenos uno y dos.

CUADRO: 29

LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS: TERRENO 1

Factor Relevante	% Peso Asignado	TERRENO 1	
		Calificación	Calificación Ponderada
Aguas termales en sitio (materia prima)	0.23	10.00	2.30
Preferencia del cliente	0.15	9.00	1.35
Facilidad del Ingreso	0.11	6.00	0.66
Disponibilidad servicios básicos	0.20	8.00	1.60
Normativa Municipal	0.11	4.00	0.44
Desarrollo Parroquial	0.20	10.00	2.00
TOTAL	1.00		8.35

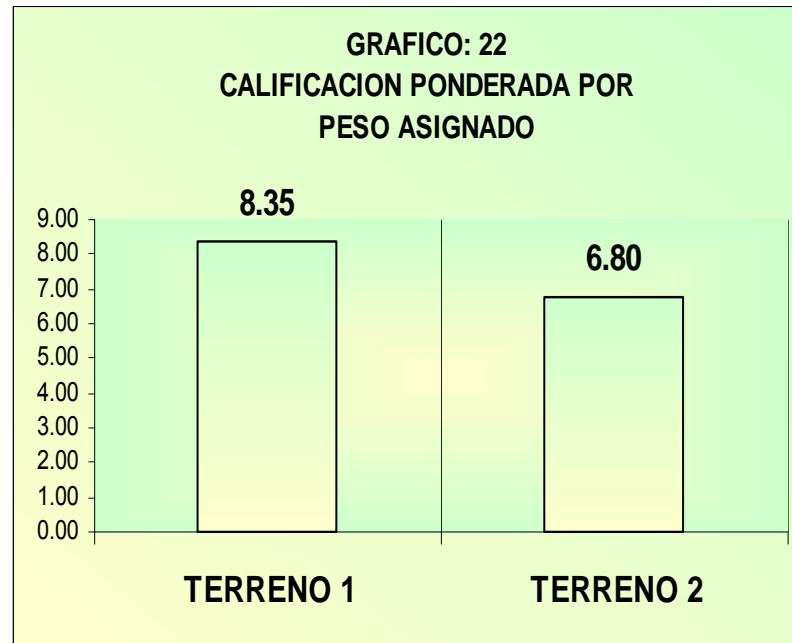
CUADRO: 29.1

LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS: TERRENO 2

Factor Relevante	% Peso Asignado	TERRENO 2	
		Calificación	Calificación Ponderada
Aguas termales en sitio (materia prima)	0.23	9.00	2.07
Preferencia del cliente	0.15	7.00	1.05
Facilidad del Ingreso	0.11	5.00	0.55
Disponibilidad servicios básicos	0.20	6.00	1.20
Normativa Municipal	0.11	3.00	0.33
Desarrollo Parroquial	0.20	8.00	1.60
TOTAL	1.00		6.80

Elaboración: Autoras

Los resultados obtenidos y determinados en los cuadros anteriores concluyen en definir el Terreno: 1 como el más conveniente para emplazar el Balneario, lo descrito sintetizamos en el Gráfico: 22 siguiente:



En éste sentido, siendo la calificación ponderada mayor del Terreno uno 8.35 a la obtenida del Terreno dos 6.80, hemos definido y determinado que el terreno con mayor calificación será el idóneo para en él efectuar la implementación del equipamiento.

3.1.2.2. DESCRIPCIÓN SIMPLE DE LOS FACTORES RELEVANTES.

a) Materia Prima.- El terreno número 1 determinado y localizado en el cual se construirá el Complejo Turístico cuenta con la dotación natural de aguas termales, así como las redes de conducción de agua potable, recurso indispensable para ofertar el servicio planteado.

En el Anexo: 4 podemos observar con claridad en las fotografías 3 y 4 las fuentes de captación de las aguas termales, mismas que se convierten en la materia prima primordial para la prestación del servicio de balneario propuesto en el presente estudio.

b) Preferencia del cliente.- Del total de encuestados el 90.70% equivalentes a 361 personas demandan el servicio de balneario (ver Cuadro: 7), siendo sus preferencias, el uso de la piscina con un 43.72%, seguido de los baños sauna 19.85%, turco con un 19.10%, e hidromasaje 13.82% en su orden (ver Cuadro:10).

c) Facilidad de ingreso.- En el lugar en el cual se emplazará el Balneario, fruto del presente estudio, dispone en la actualidad de una infraestructura vial de primer orden, misma que facilitará sobremanera el ingreso tanto vehicular cuanto peatonal a quienes demanden hacer uso de los servicios a brindar descritos anteriormente. Ver Anexo: 5, Foto:5.

d) Disponibilidad de Servicios Básicos.- En la zona de influencia inmediata del terreno en el que se construirá y pondrá en marcha el proyecto, cuenta con todos los servicios de infraestructura básica, siendo éste otro de los factores importantes para garantizar la buena marcha del Complejo Turístico.

e) Normativa Municipal.- De acuerdo a las disposiciones del Ilustre Municipio de Azogues, el terreno en cual se piensa ejecutar este proyecto cumple con todas las normas, exigencias y requisitos planteados en el Plan de Desarrollo vigente para la Parroquia, y se enmarca plenamente en la normativa municipal del uso de suelo.

f) Desarrollo Parroquial.- Consideramos que éste es un factor muy importante para el emplazamiento del proyecto, toda vez que permitirá entre otras cosas, ser un icono referente del turismo de la Parroquia, y contribuirá a mejorar en la etapa de construcción y de funcionamiento del Complejo, el nivel de vida de la población, así como incrementará el índice de ocupación de la mano de obra existente en el lugar, y; permitirá reactivar la economía del sector.

3.2. DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA DE LA PLANTA.

Para la determinación de la capacidad instalada óptima del Complejo Turístico, hemos considerado algunos determinantes o condicionantes del tamaño, siendo entre los más relevantes los siguientes:

- a. **Demanda del proyecto.-** La demanda no satisfecha o por satisfacer, es uno de los factores que condicionan el tamaño del proyecto, pues como se determinó en la proyección de la misma, ésta es muy conservadora, lo cual será tomada muy en cuenta y considerada en los capítulos siguientes en lo referente a la evaluación económica – financiera del proyecto.
- b. **Suministros e insumos.-** Los suministros e insumos necesarios para el desarrollo de las diferentes actividades que implica la prestación del servicio del Balneario, serán adquiridos en el mercado nacional y local, concretamente en las ciudades de Cuenca y Azogues. Los volúmenes y las características de las mismas, así como la localización de los proveedores, son factores que se toman en cuenta para ajustar el tamaño de la planta, el abasto en cantidad y calidad de los suministros e insumos será un aspecto vital en el desarrollo de las actividades a ser desarrolladas.

Por otro lado, se ha considerado ciertas limitaciones prácticas que pueden influir en la determinación óptima de la planta, siendo éstas:

- a) **La disponibilidad de recursos financieros.-** Consideramos que los recursos económicos-financieros para cubrir las necesidades del proyecto, fruto del presente estudio, van a provenir de dos fuentes principales: Del capital social suscrito y pagado por los accionistas, y; de los créditos que se pueden obtener de Instituciones bancarias o financieras.

En este sentido pensamos que los recursos económicos propios y ajenos que financiarán la construcción y que lo analizaremos en el capítulo siguiente, permitirán escoger y definir el tamaño del Proyecto, por lo que estimaremos necesario seleccionar aquel crédito que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca de ser posible, los menores costos por financiación a plazos razonables.

- b. **Recursos humanos capacitados.-** Una vez determinado el tamaño óptimo para el proyecto, será necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y mantenimiento de las instalaciones; la incidencia de los costos de mano de obra en los costos de operación lo cuantificaremos posteriormente en el capítulo siguiente:

3.3. OPTIMIZACION DEL PROCESO DEL SERVICIO.

Al ser este proyecto una opción de progreso y desarrollo para la Parroquia, y a su vez permitirá mejorar las condiciones de vida tanto de los residentes en la zona como de los futuros beneficiarios de las bondades del Complejo Turístico, consideramos que las diferentes actividades que se realicen estarán debidamente organizadas y tendrán responsables en la ejecución de cada uno de los procesos, garantizando el fiel cumplimiento de cada requerimiento de los demandantes del servicio.

Sin embargo, creemos necesario detallar el proceso que a nuestro juicio consideramos será el ideal (es propio, a implementarse en función de brindar un buen servicio) para que los visitantes demandantes del Complejo Turístico, tomen en consideración desde el momento mismo en el que ingresen al Balneario, este proceso lo detallamos a continuación:

- Recepción del cliente.- La recepción del cliente lo realizará el personal que se encuentre laborando en la zona del parqueadero, mismos que serán también los responsables del cuidado de los vehículos, así como los encargados de llevar al cliente a la zona de recepción de clientes y boletería.

- Venta de entradas.- El personal asignado para la venta de las entradas para hacer uso de las instalaciones del Complejo Turístico, recibirá al cliente y luego del cobro del valor determinado emitirá el ticket respectivo para luego ser entregado al cliente, quien accederá al Balneario entregando el mismo a la persona que custodiará las prendas que los visitantes entregarán en este espacio del balneario.

- El cliente se dirigirá a los camerinos respectivos y luego del cambio de ropa, de manera obligatoria tomará su baño respectivo en las duchas para luego hacer uso de las bondades del servicio (piscina ,sauna, turco, hidromasajes).

- El cliente degustará de los servicios del balneario, y de acuerdo al gusto y preferencia será él quien realice todas las actividades que crea conveniente para satisfacer sus necesidades.
- Una vez que el cliente considere que es hora de retirarse de las instalaciones, se le entregará sus pertenencias y, por último; como se ofertará el servicio adicional del bar, será él quien crea pertinente si degustará o no de los alimentos y bebidas que se expendrán.

3.4. MOBILIARIO.

El mobiliario a ser adquirido será el que detallamos en el Cuadro: 30 siguiente:

CUADRO: 30

MOBILIARIO

CONCEPTO	CANTIDAD
Estaciones de trabajo	2
Sillones ejecutivos	2
Mesas	8
Sillas	40
Muebles computadora	2
Escritorio pequeño	1
Casilleros , 2 niveles de 5	4
Basurero	10

Fuente: Ecodecoración

Elaboración: Autoras

3.5. MATERIALES Y SUMINISTROS.

Entre los materiales y suministros que se ha considerado para dar un servicio eficiente en el Complejo Turístico, lo detallamos en el Cuadro: 31 siguiente:

CUADRO: 31

MATERIALES Y SUMINISTROS

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD
Uniformes	u	7
Franelas	u	24
Escobas	u	24
Recogedores basura	u	6
Baldes	u	6
Fundas plásticas	docenas	20
Papel Bond A4	resma	5
Tóner	u	2
Carpetas plásticas	u	12
Archivadores cartón	u	12
Grapadora	u	2
Saca Grapas	u	1
Clips	u	3
Archivadores aéreos	u	2
Esferos	u	12
Corrector líquido	u	2
Perforadora	u	1
Sello	u	2
Utiles aseo y limpieza	global	global

Fuente: Ferretería el Hierro, Librería Amauta

Elaboración: Autoras

3.6 MANO DE OBRA.

La mano de obra directa e indirecta mínima indispensable para el funcionamiento del Complejo Turístico estarán concentradas en 6 personas, las 3 se les considerará como mano de obra directa quienes serán las encargadas de la recepción de vehículos, venta de entradas y varios servicios al interior del Complejo Turístico, y las tres restantes serán las encargadas de la Administración, asuntos contables y de mantenimiento.

En el Cuadro: 32 siguiente detallamos el personal.

CUADRO: 32

MANO DE OBRA

CONCEPTO	Número
Mano de obra Indirecta	
Administrador	1
Secretaria contadora	1
Técnico mantenimiento	1
Mano de obra directa	
Trabajadores	3

Elaboración: Autoras

Es necesario resaltar que los trabajadores que laborarán al interior del Complejo Turístico y que se convertirán en la mano de obra directa, irán rotando cada cuatro meses y realizarán funciones diferentes, lo cual permitirá optimizar el recurso humano y contribuirá a más no poder a cumplir con los objetivos del Complejo.

3.7. DETERMINACIÓN DE LAS ÁREAS DE TRABAJO.

De acuerdo a los diseños arquitectónicos realizados por un profesional en la rama de la arquitectura de nuestra ciudad Patrimonio Cultural y Urbano del Ecuador Azogues, se puede determinar que la planta contemplará las áreas detalladas en el Cuadro: 33 siguiente:

CUADRO: Nro. 33

AREAS DEL COMPLEJO TURISTICO

CODIGO	ZONA
1	Administración – Boletería
2	Cocina - Barra – Bar
3	Sauna – Turco
4	Parqueadero
5	Baños - Damas - Caballeros – Vestidores
6	Piscinas - Adultos y Niños
7	Areas Verdes

Fuente: Planta arquitectónica

Elaboración. Las Autoras

La elevación principal del Complejo Turístico y la Planta Arquitectónica en la que se detalla las diferentes áreas, lo podemos observar a continuación, más sin embargo es necesario y oportuno resaltar que los costos que implicaron realizar los diseños arquitectónicos tienen ascienden a un monto de USD. 2.500,00, mismos que se los considera como parte de los activos diferidos.

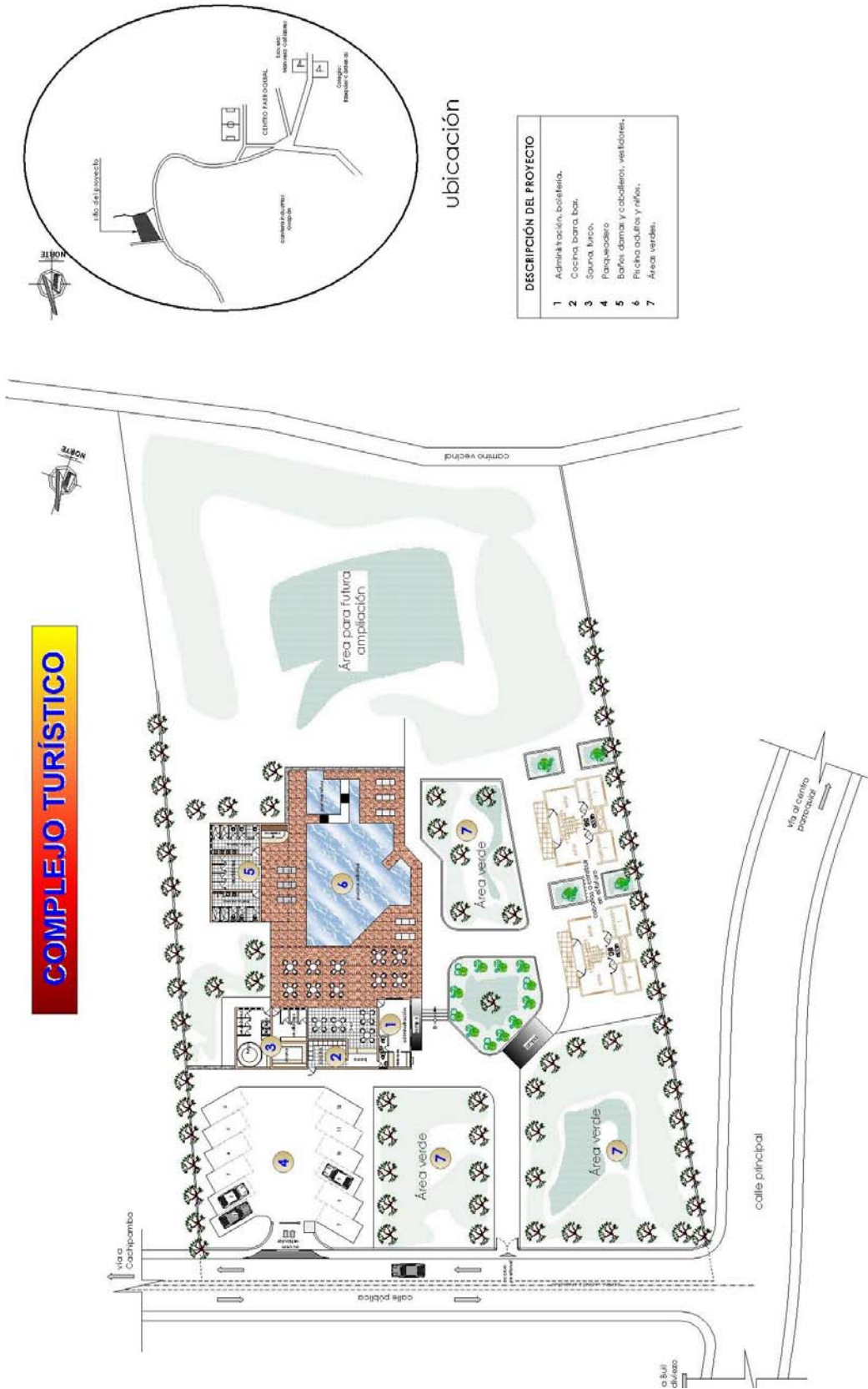
COMPLEJO TURÍSTICO



elevación principal

escala 1:100

COMPLEJO TURÍSTICO



ubicación

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	
1	Administración, boletería.
2	Cocina barra bar.
3	Sauna. Luces.
4	Parking.
5	Baños dama y caballero, vestidores.
6	Piscina adultos y niños.
7	Área verde.

planta arquitectónica

escala: 1:500

3.8 DISEÑOS Y PLANOS ARQUITECTONICOS DE LA PLANTA.

De conformidad con la programación arquitectónica y funcional de las actividades específicas de un proyecto de esta naturaleza, conviene señalar entre otras cosas lo siguiente:

- El proyecto caracterizará su función y consecuentemente va a enriquecer el paisaje, lo cual vendrá a constituirse en un Balneario que cumplirá con valoración positiva al impacto visual de los demandantes del servicio, y; se convertirá en un referente turístico de la parroquia Guapán en particular y del cantón Azogues en general, garantizando a sus clientes, instalaciones con características de : confort, comodidad, y valor estético, en el cual se determinan sectores cubiertos y descubiertos con áreas verdes bien tratadas y mantenidas, así como parqueaderos con guardianía.

A continuación observaremos con claridad las perspectivas general derecha, perspectiva lateral derecha, y; perspectiva posterior de toda la planta física del Complejo Turístico:

PERSPECTIVA GENERAL DERECHA



PERSPECTIVA LATERAL DERECHA



PERSPECTIVA POSTERIOR



3.9. ORGANIZACIÓN DE DE LA EMPRESA.

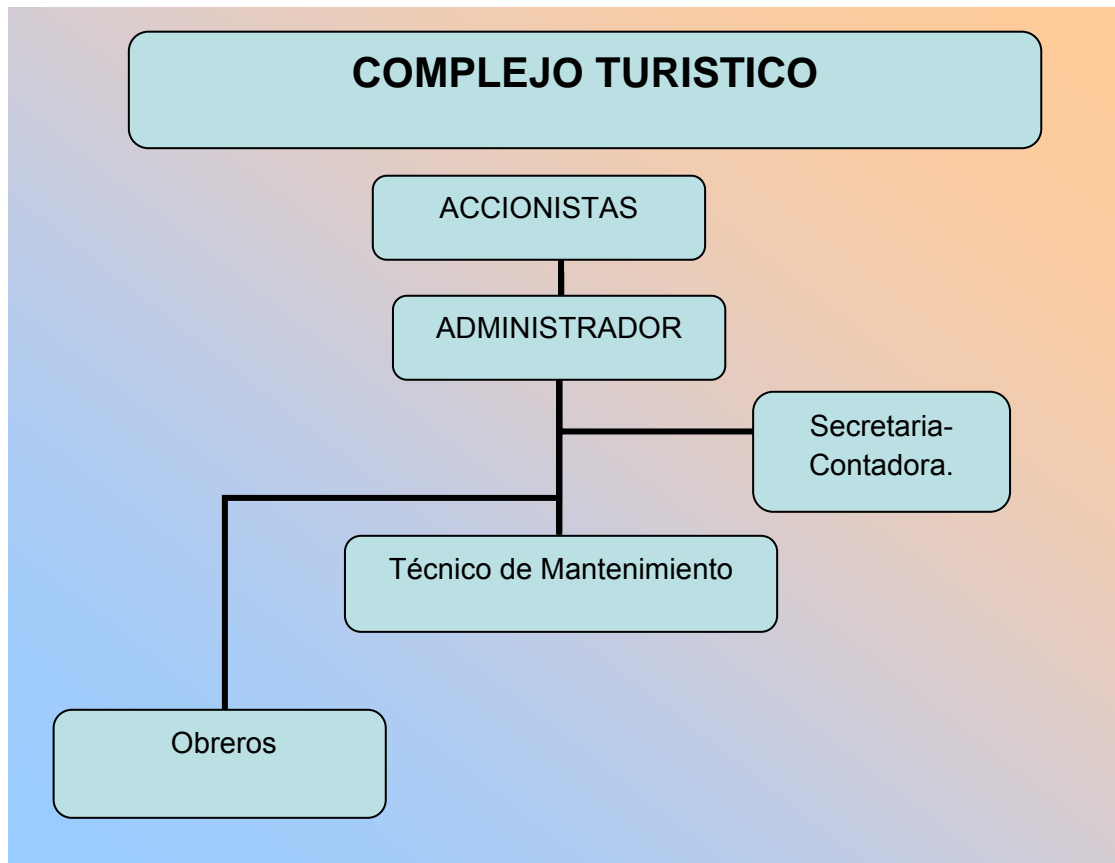
3.9.1. SISTEMA ORGANIZACIONAL.

Todas las organizaciones tienen en común un cierto número de hombres, que se han organizado en una unidad social establecida con el propósito explícito de alcanzar ciertas metas, entonces para el presente caso la importancia que le daremos al desarrollo organizacional del Balneario se fundamenta en el recurso humano que trabajará en la prestación del servicio propuesto, y su manejo clave para el éxito empresarial y organizacional en general, para lo cual hemos, creído pertinente adecuar la estructura de la organización (ver organigrama), siguiendo por una eficiente conducción de los grupos de trabajo (equipos y liderazgo), mismos que irán desarrollando relaciones humanas óptimas que permitan prevenir los conflictos y resolverlos rápida y oportunamente cuando se tenga indicios de su aparición.

Considerando al sistema organizacional como el conjunto de diferentes partes que interactúan entre sí, hemos creído conveniente interactuar con la teoría de los sistemas socio técnicos y la planificación de sistemas abiertos, por considerar que ambos enfoques son de importancia vital para el desarrollo organización del Complejo Turístico ya que; el primero, sistema socio técnico se orienta al funcionamiento interno de la organización como un sistema constituido por lo social y lo técnico; mientras que el segundo sistema por planificación, se refiere a una concepción externa es decir, la manera en que las organizaciones estudian su medio ambiente y los demás sistemas y en base a esto planifican y llevan a cabo planes de acción para alcanzar un futuro deseable.

En ese sentido; el modelo del comportamiento organización bajo esos parámetros será **de apoyo**, ya que aquí no importa el dinero y el poder sino el apoyo del líder hacia los empleados y la manera en que les diga de que son capaces. Este modelo depende en gran escala del liderazgo, el gerente se orienta al apoyo de sus trabajadores y la orientación de sus trabajadores es a un desempeño de su trabajo para mejorarlo o perfeccionarlo, los resultados que se obtendrán serán de gran participación por parte del empleado y un desempeño caracterizado por impulsos despertados de manera individual por todos y cada uno de los empleados y trabajadores del Complejo Turístico.

La estructura organizativa del Complejo Turístico lo podemos ver en el organigrama siguiente:



3.9.2. FUNCIONES.

Entre las funciones a realizar por quienes trabajarán en el Complejo Turístico son las que a continuación detallamos:

a) Administrador del Complejo Turístico.

Sus principales funciones son:

- a) Planificar y programar anualmente las actividades administrativas y financieras en el área de su competencia,

- b) Organizar, dirigir y coordinar las actividades administrativas y financieras del servicio,
- c) Cumplir y hacer cumplir los reglamentos, normas generales, procedimientos y más disposiciones del Complejo Turístico,
- d) Establecer sistemas de control dentro de los sistemas financieros y administrativos,
- e) Administrar correcta y oportunamente los recursos financieros, materiales y humanos,
- f) Proveer oportunamente los recursos materiales necesarios solicitados para dar un buen servicio a los clientes,
- g) Distribuir las actividades del personal de acuerdo a las necesidades de los servicios,
- h) Formular el calendario de vacaciones anuales así como turnos y horarios de trabajo del personal administrativo y operativo.

b) Secretaría Contadora.

Sus principales funciones son:

- a) Redactar oficios,
- b) Preparar la documentación solicitada por el Administrador,
- c) Mecanografiar, circulares, actas de reuniones e informes especiales,
- d) Llevar un registro o archivo de los diferentes documentos que se generen en la prestación del Servicio,
- e) Receptar correspondencia darle trámite y archivarla,
- f) Planificar, organizar, diseñar, implementar, dirigir, controlar, las labores de contabilidad,
- g) Preparar anualmente los balances presupuestarios de ingresos y gastos, estado de caja-bancos, estado de operaciones, estado de situación financiera,
- h) Registrar y controlar los ingresos que se generen.
- i) Elaborar el rol de pagos,

- j) Preparar los comprobantes de pago,
- k) Llevar el registro y control de las especies valoradas,
- l) Realizar el control previo sobre los gastos, mediante la comprobación de su legalidad, exactitud, conveniencia, propiedad, veracidad, y disponibilidad presupuestaria y de caja,
- m) Llevar el registro del movimiento de la cuenta bancaria,
- n) Informar mensualmente a la Administración, la disponibilidad de ingresos como de gastos realizados, y;
- o) Las que disponga el jefe inmediato.

c) Técnico de Mantenimiento.

Sus principales funciones son:

- a) Inspeccionar normalmente la planta física, instalaciones y equipos, con el propósito de determinar la efectividad de las actividades de mantenimiento, así como el costo de los mismos,
- b) Asesorar al Administrador para mantener un stock de suministros y repuestos,
- c) Llevar un inventario técnico de los equipos, instalaciones y planta física,
- d) Asesorar en la selección y compra de nuevos equipos,
- e) Las demás de acuerdo al ámbito de su competencia.

d) Obreros.

Las funciones a ellos encomendadas serán múltiples y de manera rotativa (cuatrimestre) deberán realizar las tareas calendarizadas mismas que serán programadas y dispuestas por el Administrador, siendo entre otras las siguientes:

- a) Limpieza general del equipamiento
- b) Mantenimiento de áreas verdes
- c) Cuidado de vehículos

- d) Recepción de clientes, y; las que dispongan las instancias superiores.

3.10. ASPECTOS LEGALES DEL COMPLEJO TURISTICO

3.10.1. CONSTITUCIÓN LEGAL.

Consideramos que el Complejo Turístico deberá estar constituido legalmente en una Compañía Anónima y tal conformación se lo hará basándonos estrictamente en lo que está estipulado en la Ley de Compañías Sección VI DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA, 1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, en esta virtud de acuerdo a lo estipulado en el Art. 143 de la mencionada Ley, el Complejo Turístico será una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, estará formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Por otro lado, la denominación de esta compañía tendrá la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas, situación que garantizará usar la denominación establecida en los diferentes anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

De lo estipulado en el Art. 146 de la Ley de Compañías, el Complejo Turístico se constituirá mediante escritura pública que previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

"Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;

- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

En definitiva se considerará toda la normativa vigente estipulada en la Ley de Compañías, referente a Constitución de Empresas y/o Compañías Anónimas.

3.10.2. RAZÓN SOCIAL.

Se la denominará: "Complejo Turístico Puertas del Sol S.A".

3.10.3. PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE.

De acuerdo al Art. 145 de la Ley de Compañías, se determinó que:

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

Por otro lado, serán fundadores de la Compañía Anónima, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución, la escritura de fundación contendrá de acuerdo al Art. 150 de la Ley de Compañías lo siguiente:

- 1.- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

- 2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3.- El objeto social, debidamente concretado;
- 4.- Su denominación y duración;
- 5.- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7.- El domicilio de la compañía;
- 8.- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- 9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10.- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- 11.- Las normas de reparto de utilidades;
- 12.- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- 13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.

Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse serán aprobados por la Superintendencia de Compañías.

Suscrito el capital social un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

3.10.4. NUMERO DE ACCIONISTAS.

Para la constitución de este tipo de Compañía o Sociedad Anónima, se requerirá de la comparecencia o presencia necesaria de dos o más personas, mismas que pueden ser naturales o jurídicas, sin embargo; de las conversaciones realizadas con personas que estarían interesadas en acometer con el proyecto fruto de nuestro estudio, se colige que tres de ellas serán las posibles accionistas, quienes estarán en plena capacidad para invertir y ser socios fundadores y accionistas del Complejo Turístico.

3.10.5. EL CAPITAL DE LA EMPRESA.

En el numeral 4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES establecido de la Ley de Compañías Sección VI DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA, Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital.

Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

De igual manera, todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías.

Por último, la suscripción de acciones es un contrato por el que el suscriptor se compromete para con la compañía – sociedad anónima a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquella a realizar todos los actos necesarios para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

3.10.6. OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS.

De acuerdo a lo que estipula el Art. 200.- de la Ley de Compañía, la Sociedad anónima considerará como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas, y; Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.

Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Los fundadores y promotores son también responsables, solidaria e ilimitadamente con los primeros administradores, con relación a la compañía y a terceros:

- 1.- Por la verdad de la suscripción y entrega de la parte de capital social recibido;
- 2.- Por la existencia real de las especies aportadas y entregadas;
- 3.- Por la verdad de las publicaciones de toda clase realizadas para la constitución de la compañía;
- 4.- Por la inversión de los fondos destinados a gastos de constitución; y,
- 5.- Por el retardo en el otorgamiento de la escritura de constitución definitiva, si les fuese imputable.

Los fundadores y promotores están **obligados** a realizar todo lo necesario para la constitución legal y definitiva de la compañía y a entregar a los administradores todos los documentos y la correspondencia relativos a dicha constitución.

Deberán entregar también los bienes en especie y el dinero recibido en pago de la integración inicial de las acciones. Los administradores exigirán el cumplimiento de estas obligaciones a los fundadores y promotores.

Los fundadores y promotores podrán reservarse en el acto de constitución de la compañía o en la escritura de promoción, según el caso, remuneraciones o ventajas cuyo valor en conjunto no exceda del diez por ciento de los beneficios netos según balance, y por un tiempo determinado, no mayor de la tercera parte de la duración de la compañía.

Los actos realizados durante el proceso de constitución y hasta la inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil se reportan actos de la compañía, y la obligan siempre que ésta los ratifique expresamente. En caso contrario responderán por ellos los fundadores y promotores, solidaria e ilimitadamente.

3.10.7. DERECHOS DE LOS SOCIOS.

De acuerdo a lo estipulado en el Art. 207 de la Ley de Compañías, son derechos fundamentales del accionista, de los cuales no se le pueden privar los siguientes:

- 1.- La calidad de socio;
- 2.- Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase;
- 3.- Participar, en las mismas condiciones establecidas en el numeral anterior, en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía;
- 4.- Intervenir en las juntas generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos.

La Superintendencia de Compañías controlará que se especifique la forma de ejercer este derecho, al momento de tramitar la constitución legal de una compañía o cuando se reforme su estatuto. El accionista puede renunciar a su derecho a votar, en los términos del Art. 11 del Código Civil.

- 5.- Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos;

6.- Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital;

7.- Impugnar las resoluciones de la junta general y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216.

No podrá ejercer este derecho el accionista que estuviere en mora en el pago de sus aportes; y,

8.- Negociar libremente sus acciones.

IV ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

4.1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

Una vez concluido el estudio en su parte técnica, y el haber determinado la localización óptima de la planta, así como su capacidad instalada, administración y aspectos legales de su constitución como compañía anónima, para el presente estudio económico financiero nos hemos planteado los siguientes objetivos:

- Establecer los costos totales de operación y mantenimiento,
- Determinar el monto de la inversión necesaria para el funcionamiento del servicio, así como su financiamiento,
- Definir los ingresos que se generarán por la prestación del servicio, y;
- Realizar la evaluación económica del Complejo Turístico.

4.2. COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO.

El costo por la prestación de los servicios que brindará el Complejo Turístico a sus demandantes esta conformada por todas aquellas erogaciones de dinero que intervienen directamente en la prestación de mismo.

4.2.1. COSTOS ADMINISTRATIVOS.

Para la administración y/o puesta en marcha y funcionamiento general del Complejo Turístico se ha considerado que será necesario utilizar seis personas de las cuales: tres serán consideradas como mano de obra indirecta tales como: Administrador, Secretaria - Contadora, y; Técnico de mantenimiento mismo que a propósito no trabajara a tiempo completo y ; por otro lado tres personas serán consideradas como mano de obra directa constituyéndose éstas personas en trabajadores del Complejo Turístico que con su esfuerzo físico contribuirán con las diferentes actividades a prestar un buen servicio al colectivo demandante del balneario.

El monto cuantificado para el pago de sueldos y salarios de manera anual asciende a un costo total de **U.S.D. 21.838,22** como lo podemos observar en el Cuadro: 34 siguiente:

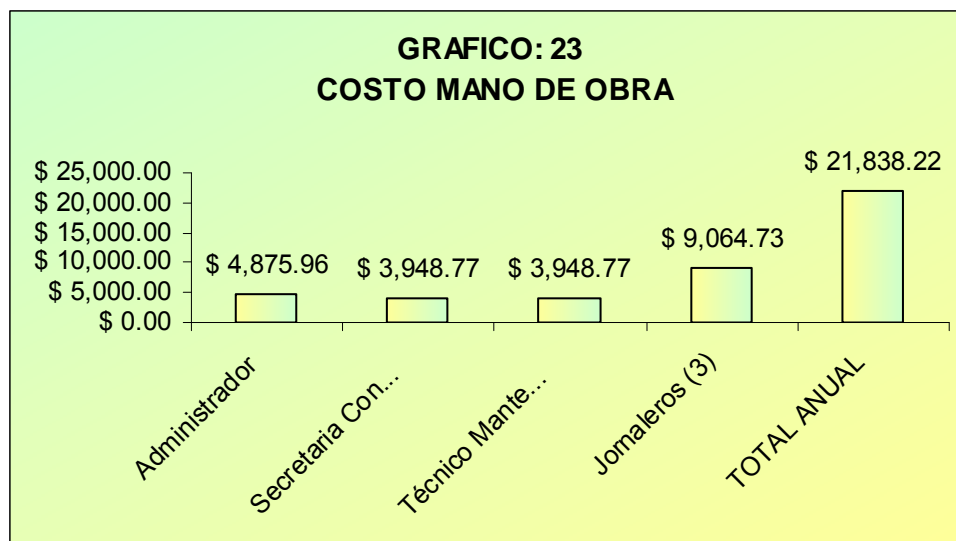
CUADRO: 34

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

DENOMINACION	Nro.	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Mano de obra indirecta	3		
Administrador	1	\$ 406.33	\$ 4,875.96
Secretaria Contadora	1	\$ 329.06	\$ 3,948.77
Técnico Mantenimiento	1	\$ 329.06	\$ 3,948.77
Subtotal U.S.D.		\$ 1,064.46	\$ 12,773.50
Mano de obra directa	3		
Jornalero	1	\$ 251.80	\$ 3,021.58
Jornalero	1	\$ 251.80	\$ 3,021.58
Jornalero	1	\$ 251.80	\$ 3,021.58
Subtotal U.S.D.		\$ 755.39	\$ 9,064.73
SUBTOTAL		\$ 1,819.85	\$ 21,838.22
Costo total mano de obra directa e indirecta.			\$ 21,838.22

Elaboración: Las Autoras

Gráficamente:



4.2.2. COSTOS POR SERVICIOS.

Los costos por servicios corresponden a los diferentes gastos generados en la administración misma del Complejo Turístico, siendo éstos: Luz, teléfono, agua, cable, Internet, mismos que lo cuantificamos en el Cuadro: 35 siguiente.

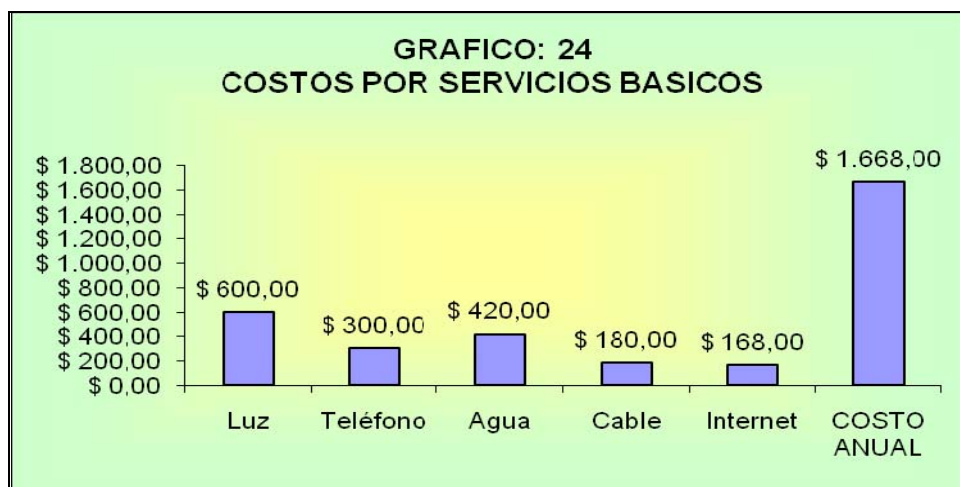
CUADRO: 35

COSTO GASTOS GENERALES SERVICIOS BASICOS

DENOMINACION	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Luz	50.00	\$ 600.00
Teléfono	25.00	\$ 300.00
Agua	35.00	\$ 420.00
Cable	15.00	\$ 180.00
Internet	14.00	\$ 168.00
Costo Total servicios básicos		\$ 1,668.00

Fuente: Empresa Eléctrica Azogues- EMAPAL-Cabletel
Elaboración: Las Autoras

Gráficamente:



Es decir el costo total por los servicios asciende a la cantidad de **U.S.D.1.668,00**

4.2.3. COSTOS EN ADQUISICION DE EQUIPOS DE OFICINA.

El monto total por este concepto asciende a **USD.1.840,00**, el cual al igual que los costos descritos anteriormente, lo podemos observar detalladamente en el siguiente Cuadro: 36

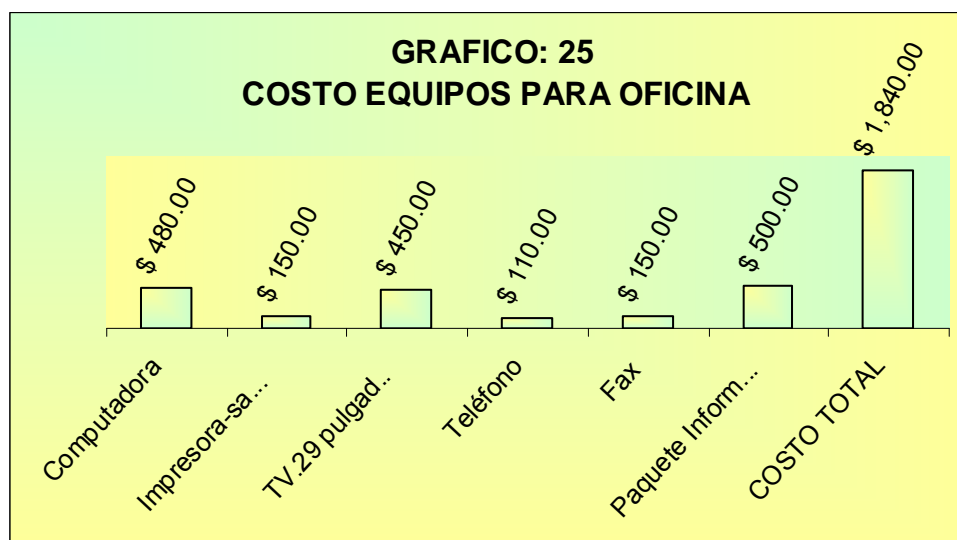
CUADRO: 36
COSTO DE EQUIPOS PARA OFICINA

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	u	1	\$ 480.00	\$ 480.00
Impresora-sacacopias	u	1	\$ 150.00	\$ 150.00
TV.29 pulgadas Sonny	u	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Teléfono	u	1	\$ 110.00	\$ 110.00
Fax	u	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Paquete Informático	u	1	\$ 500.00	\$ 500.00
SUBTOTAL				1,840.00

Fuente: Zona Informática

Elaboración: Las Autoras

Gráficamente:



4.2.4. COSTO POR ADQUISICION DE MOBILIARIO.

El costo total por este concepto asciende a **USD. 2.310,00**, lo cual detallamos en el Cuadro: 37 y Gráfico: 26 siguientes:

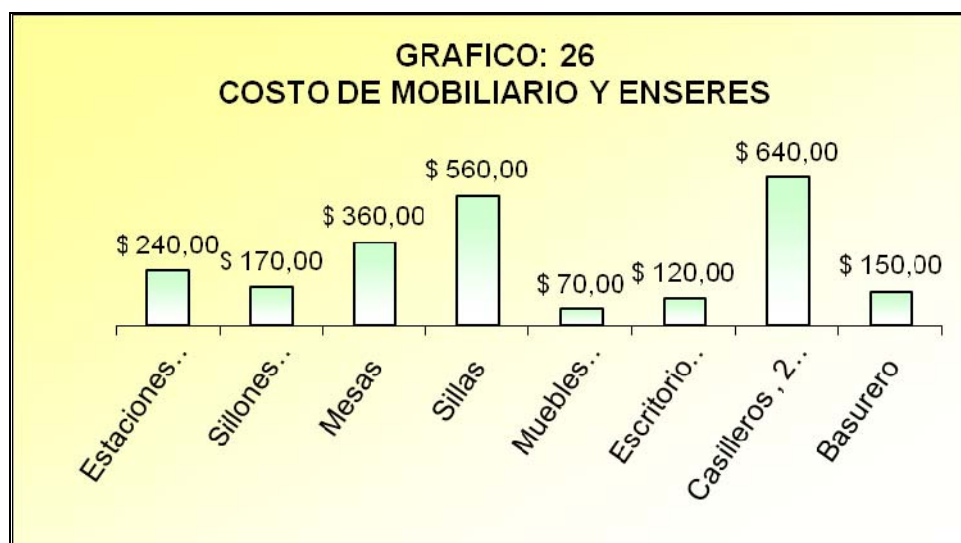
CUADRO: 37
COSTO DE MOBILIARIO Y ENSERES

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estaciones de trabajo	u	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Sillones ejecutivos	u	2	\$ 85.00	\$ 170.00
Mesas	u	8	\$ 45.00	\$ 360.00
Sillas	u	40	\$ 14.00	\$ 560.00
Muebles computadora	u	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Escritorio pequeño	u	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Casilleros , 2 niveles de 5	u	4	\$ 160.00	\$ 640.00
Basurero	u	10	\$ 15.00	\$ 150.00
COSTO TOTAL				\$ 2,310.00

Fuente: Ecodecoración

Elaboración: Autoras

Gráficamente:



4.2.5. COSTO MATERIALES Y SUMINISTROS.

Este costo por este concepto asciende a la cantidad de **USD.890.70** mismo que lo podemos observar en el siguiente Cuadro: 38.

CUADRO: 38
MATERIALES Y SUMINISTROS

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
1	Uniformes	U	6	\$ 40.00	\$ 240.00
2	Franelas	U	24	\$ 0.40	\$ 9.60
3	Escobas	U	24	\$ 2.00	\$ 48.00
4	Recogedores basura	U	6	\$ 4.00	\$ 24.00
5	Baldes	U	6	\$ 3.00	\$ 18.00
6	Fundas plásticas	docenas	20	\$ 1.00	\$ 20.00
7	Papel Bond A4	resma	5	\$ 5.00	\$ 25.00
8	Tóner	U	2	\$ 55.00	\$ 110.00
9	Carpetas plásticas	U	12	\$ 0.35	\$ 4.20
10	Archivadores cartón	U	12	\$ 1.40	\$ 16.80
11	Grapadora	U	2	\$ 6.00	\$ 12.00
12	Saca Grapas	U	1	\$ 3.00	\$ 3.00
13	Clips	U	3	\$ 1.20	\$ 3.60
14	Archivadores aéreos	U	2	\$ 70.00	\$ 140.00
15	Esferos	U	12	\$ 0.25	\$ 3.00
16	Corrector liquido	U	2	\$ 0.75	\$ 1.50
17	Perforadora	U	1	\$ 4.00	\$ 4.00
18	Sello	U	2	\$ 4.00	\$ 8.00
19	Utiles aseo y limpieza	global			\$ 200.00
COSTO TOTAL					\$ 890.70

Fuente: Ferretería el Hierro, Librería Amauta

Elaboración: Autoras

4.2.6. COSTO POR COMBUSTIBLE.

Para diferentes actividades a realizar se estima que el costo será de **USD: 80,00**

4.2.7. COSTO MANTENIMIENTO Y REPUESTOS.

Se prevé que el mantenimiento de las instalaciones y los posibles repuestos que se necesitarán en las maquinas que se utilizarán en la prestación del servicio ascenderá a **USD:816.00**

4.2.8. COSTO VENTAS.

Para la cuantificación de éste costo hemos considerado básicamente los gastos que se incurrirán en la difusión y promoción a la ciudadanía de los servicios que brindará el Complejo Turístico, en los diferentes medios de comunicación hablado, escrito y televisivo de la ciudad de Azogues, mismos que alcanzan un monto de **USD.1.350, 00**

4.2.9. COSTO MAQUINARIA.

El costo del caldero a adquirir y sus accesorios serán adquiridos a proveedores de la ciudad de Cuenca, mismo que luego de la cotización respectiva se determina que alcanza a un monto de **USD. 2.000,00**

4.2.10. RESUMEN GENERAL DE COSTOS.

En definitiva de todo lo analizado y cuantificado anteriormente se determina con claridad que el costo total por gastos de Operación y Mantenimiento asciende al monto de **USD.32.552,92** , debiendo resaltar que los gastos administrativos son los más elevados y que en términos porcentuales representan el 67% del total de costos, seguido de mobiliario con el 7%, Equipo de oficina con el 6%, servicios básicos representan el 5% entre otros.

En el Cuadro: 39 y Gráfico: 27 siguientes: podemos con claridad observar lo enunciado en líneas precedentes:

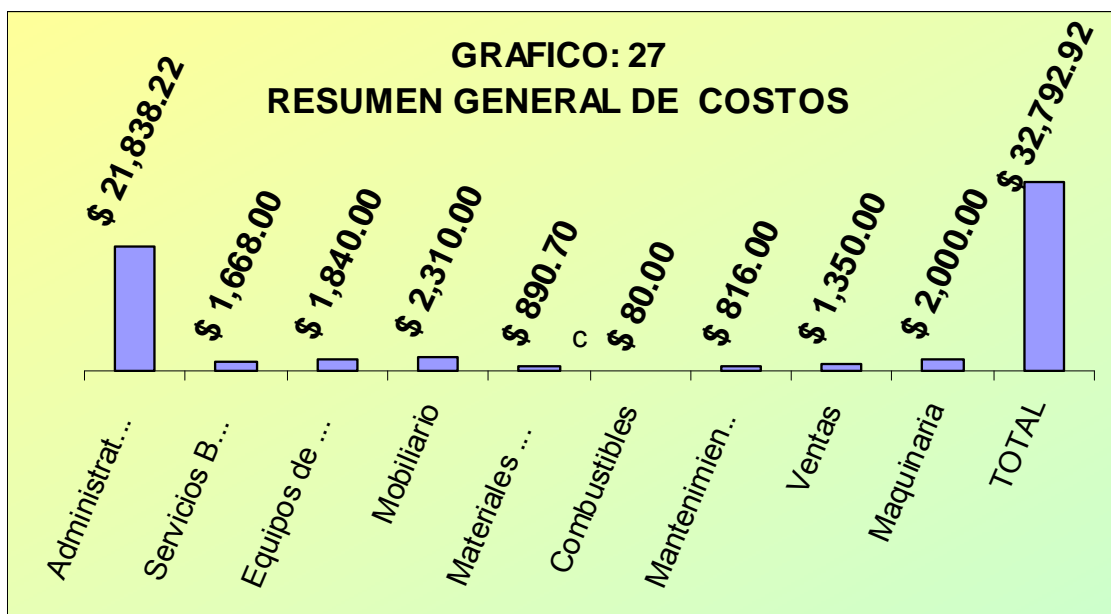
CUADRO: 39
RESUMEN DE COSTOS

ITEM	COSTO	MONTO
1	Administrativos	\$ 21,838.22
2	Servicios Básicos	\$ 1,668.00
3	Equipos de Oficina	\$ 1,840.00
4	Mobiliario	\$ 2,310.00
5	Materiales y Suministros	\$ 890.70
6	Combustibles	\$ 80.00
7	Mantenimiento y Repuestos	\$ 816.00
8	Ventas	\$ 1,350.00
9	Maquinaria	\$ 2,000.00
TOTAL		\$ 32,792.92

Fuente: Cuadros :34; 35; 36; 37; 38

Elaboración: Las Autoras

Gráficamente:



4.3. COSTO TOTAL DE LA CONSTRUCCION DE LA PLANTA FISICA.

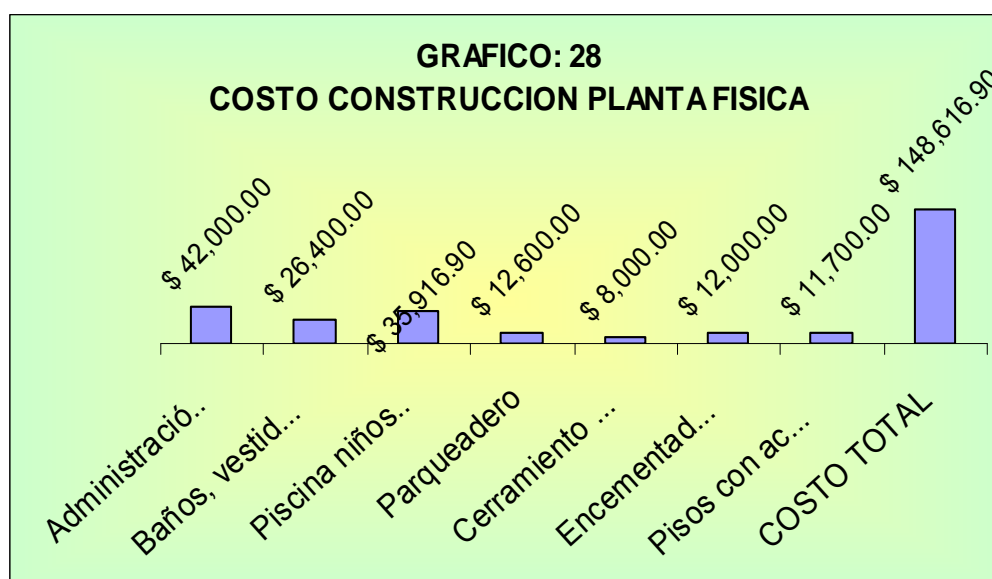
El costo total para la construcción de la planta física del Complejo Turístico detallada por ambientes lo podemos observar a continuación en el Cuadro: 40 y Gráfico: 28 en su orden.

CUADRO: 40
COSTO TOTAL CONSTRUCCION PLANTA FISICA

ITEM	AMBIENTE	COSTO
1	Administración, cocina-bar, sauna y turco.	\$ 42,000.00
2	Baños, vestidores y duchas.	\$ 26,400.00
3	Piscina niños y adultos	\$ 35,916.90
4	Parqueadero	\$ 12,600.00
5	Cerramiento frontal	\$ 8,000.00
6	Encementado de pisos	\$ 12,000.00
7	Pisos con acabados	\$ 11,700.00
COSTO TOTAL		\$ 148,616.90

Fuente: Planta arquitectónica
Elaboración : Las Autoras

Gráficamente:



4.4. COSTO TERRENO Y ACTIVOS DIFERIDOS.

El terreno localizado en el punto 3.1.2 del Capítulo III Estudio Técnico, tiene un área total de 4.950 metros, mismo que multiplicado por el costo promedio por metro cuadrado de terreno de USD.15,00 asciende a un monto total de USD: 74.250,00 . Ver Cuadro: 41 siguiente;

CUADRO: 41
COSTO TOTAL TERRENO

AREA	COSTO POR METRO CUADRADO	COSTO TOTAL
4.950 mts ²	\$ 15.00	\$ 74,250.00
COSTO TOTAL		\$ 74,250.00

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio de Azogues
Elaboración : Las Autoras

Los Activos Diferidos cuantificados para la realización de los diferentes trámites legales y municipales, diseños, estudio de impacto ambiental alcanza a **USD. 6.390.00.**

El costo de construcción de la planta física, así como del terreno y Activo Diferido lo resumimos en el Cuadro: 42 siguiente:

CUADRO: 42
COSTO CONSTRUCCION-TERRENO-OTROS

ITEM	RUBRO	COSTO TOTAL
1	Construcción Complejo Turístico	\$ 148,616.90
2	Terreno	\$ 74,250.00
3	Activos Diferidos (Otros)	\$ 6,390.00
COSTO TOTAL		\$ 229,256.90

Fuente: Cuadros 33,34, otros
Elaboración : Las Autoras

4.5. CARGOS POR DEPRECIACION Y AMORTIZACION.

Los cargos de depreciación y amortización son gastos virtuales permitidos por las leyes para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado. Los activos fijos se deprecian y los activos diferidos se amortizan ante la imposibilidad de que disminuya su precio por el uso o por el lapso del tiempo, en este sentido podemos manifestar que el término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años, las leyes impositivas vigentes consideran a la depreciación como un cargo deducible de impuestos; en el Cuadro: 43 podemos observar los activos a ser depreciados y amortizados.

CUADRO: 43

ACTIVOS A SER DEPRECIADOS Y AMORTIZADOS

ITEM	RUBRO	COSTO
1	Planta Física	\$ 148.616,90
2	Maquinaria	\$ 2.000,00
4	Muebles y Enseres	\$ 3.020,00
5	Equipo Computo	\$ 1.130,00
6	Gasto Diferido	\$ 6.390,00
TOTAL		\$ 161.156,90

Fuente: Cuadros de costos

Elaboración : Las Autoras

Para el cálculo respectivo de la depreciación hemos considerado y aplicado los porcentajes determinados y estipulados en la Ley de Régimen Tributario Interno, lo cual podemos observar con claridad en el Cuadro. 44 siguiente:

CUADRO: 44
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

RUBRO	COSTO	AÑOS	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL
Planta Física	\$ 148,616.90	20	5	7,430.85	7,430.85	7,430.85	7,430.85	7,430.85	111,462.68
Maquinaria	\$ 2,000.00	5	20	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	
Muebles y Enseres	\$ 3,020.00	10	10	302.00	302.00	302.00	302.00	302.00	1,510.00
Equipo Computo	\$ 1,130.00	3	33	372.90	372.90	372.90	11.30		
Gasto Diferido	\$ 6,390.00	5	20	1,278.00	1,278.00	1,278.00	1,278.00	1,278.00	
TOTAL	\$ 161,156.90			9,783.75	9,783.75	9,783.75	9,422.15	9,410.85	112,972.68

Fuente: Cuadro: 43
Elaboración : Las Autoras

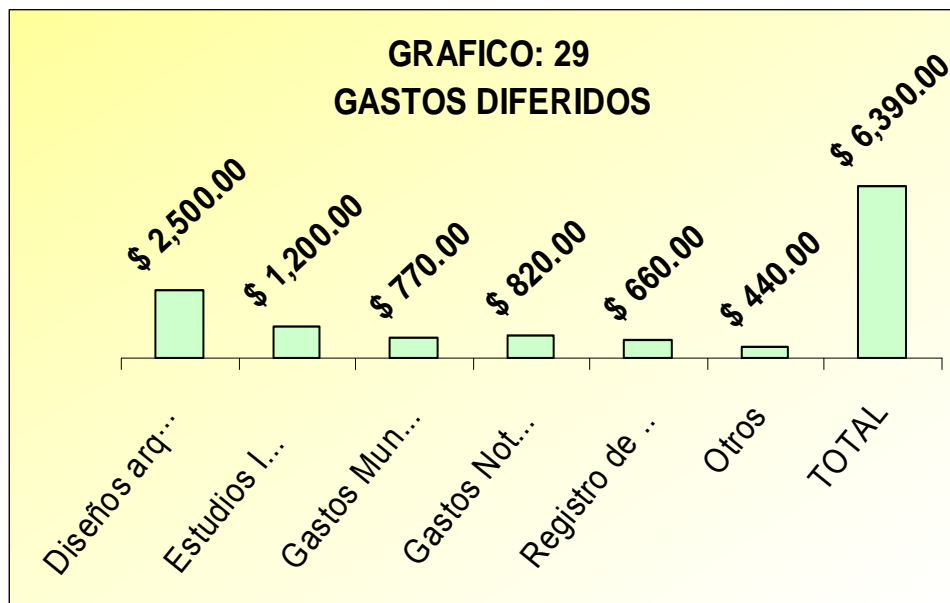
4.6. ACTIVOS DIFERIDOS.

Los gastos que necesaria y obligatoriamente tenemos que realizar en los diferentes tramites tanto legales, municipales, estudios de impacto ambiental y diseños arquitectónicos, entre otros lo detallamos en el Cuadro: 45; Gráfico: 29 siguientes:

CUADRO: 45
GASTOS DIFERIDOS

ITEM	CONCEPTO	COSTO TOTAL
1	Diseños arquitectónicos	\$ 2,500.00
2	Estudios Impacto ambiental	\$ 1,200.00
3	Gastos Municipales	\$ 770.00
4	Gastos Notariales	\$ 820.00
5	Registro de la Propiedad	\$ 660.00
6	Otros	\$ 440.00
TOTAL		\$ 6,390.00

Fuente: Municipio de Azogues, Otros
Elaboración : Las Autoras



4.7. DETALLE DE ACTIVO FIJO Y DIFERIDO.

En el contexto financiero del Complejo Turístico se denominará como activos fijos a aquellos bienes que la compañía utiliza de manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

De igual manera, los activos diferidos considerados en el presente trabajo, está integrado por valores cuya posibilidad de recuperar está condicionada por la duración del tiempo, y se convertirán en gastos conceptualizados como de legalización, constitución, por estudios de impacto ambiental, diseños arquitectónicos, notariales, entre otros.

El detalle de todos los Activos Fijos (Terreno, Planta Física, Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipo de Cómputo), así como del Activo Diferido (consolidado), alcanza a una la inversión total que de **USD. 235.406.90** lo cual podemos ver en el Cuadro: 46 siguiente:

CUADRO: 46
INVERSION ACTIVO FIJO Y DIFERIDO

ITEM	ACTIVO	COSTO
1	Terreno	\$ 74.250,00
2	Planta Física	\$ 148.616,90
3	Maquinaria	\$ 2.000,00
4	Muebles y Enseres	\$ 3.020,00
5	Equipo Computo	\$ 1.130,00
6	Inversión Diferida	\$ 6.390,00
TOTAL		\$ 235.406,90

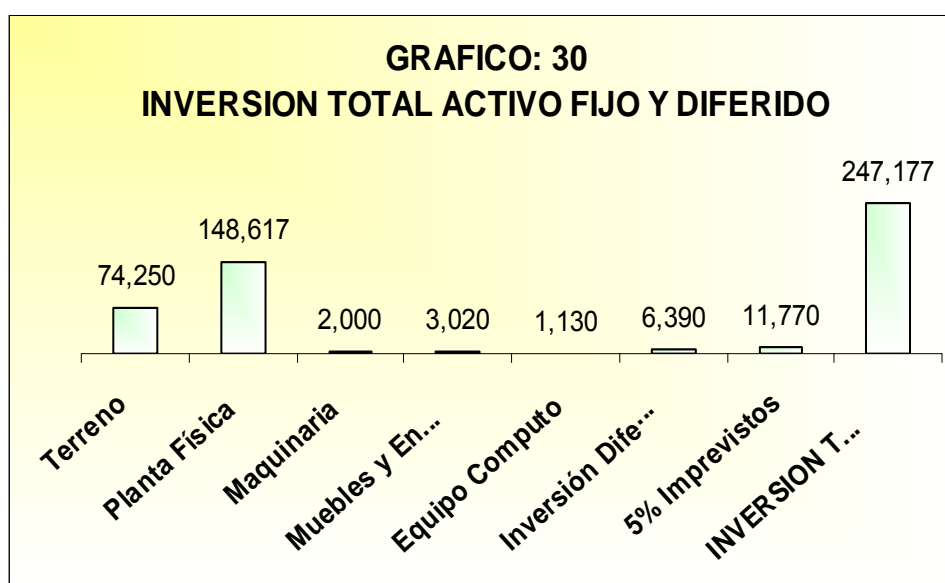
Fuente: Cuadros anteriores

Elaboración : Las Autoras

imprevistos 5% 11.770,35

COSTO TOTAL DE LA INVERSION	\$ 247.177,25
------------------------------------	----------------------

Sin embargo creemos necesario indicar que se ha tomado como una medida de protección para quienes invertirán en el Complejo Turístico un porcentaje equivalente al 5% del total del Activo Fijo y Diferido, detallado en el cuadro anterior, es decir un valor de **USD. 11.770,35**, con lo que el Total de la Inversión asciende a **USD: 247.177,25**, lo descrito podemos ver en el Grafico: 30 siguiente:



4.8. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Previo la determinación del punto de equilibrio (**PE**) hemos clasificado los costos en Fijos y Variables, así como se realizó la cuantificación de los mismos, alcanzando un costo total de USD.30.792,92, lo cual podemos observar en el Cuadro: 47 siguiente:

CUADRO: 47
CLASIFICACIÓN COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	CONCEPTO	MONTO
COSTO FIJO	Sueldo Gerente	\$ 4,875.95
	Sueldo Secretaria-Contadora	\$ 3,948.77
	Equipo Oficina	\$ 1,840.00
	TOTAL COSTO FIJO	\$ 10,664.72
COSTO VARIABLE	Suministro y Materiales	\$ 890.70
	Remun.Obreros y Técnico	\$ 13,013.50
	Servicios (luz, agua, teléfono, cable, internet)	\$ 1,668.00
	Combustible	\$ 80.00
	Mantenimiento y Repuestos	\$ 816.00
	Ventas	\$ 1,350.00
	Mobiliario	\$ 2,310.00
	TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 20,128.20
COSTO TOTAL		\$ 30,792.92

Fuente: Cuadros anteriores

Elaboración: las Autoras

Por otro lado, los ingresos que se generarán por la prestación de los diferentes servicios que brindará el Complejo Turístico a la colectividad alcanzarán a un monto de **USD. 107.520,00**, ver el punto 4.10 y Cuadro: 50.

En el Cuadro: 48 y Gráfico: 31 siguientes podemos observar los ingresos que se generarán en la prestación del servicio del Balneario (Ver punto 4.10 Ingresos a Obtener) y los costos que se destinarán cuando entre en funcionamiento el Complejo Turístico fruto de nuestro estudio.

CUADRO: 48

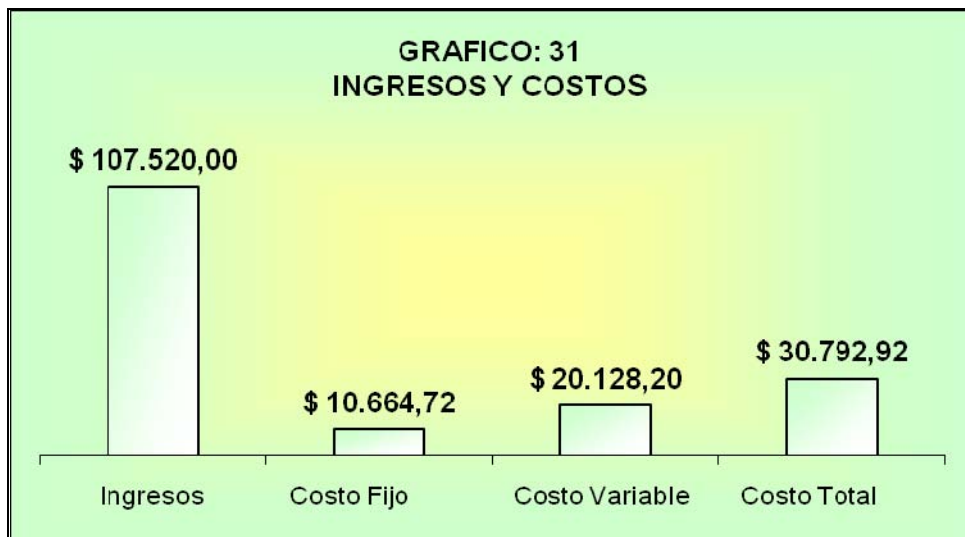
CUANTIFICACION COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CONCEPTO	MONTOS	PORCENTAJE
Ingresos	\$ 107.520,00	
Costos:		
Costo Fijo (CF)	\$ 10.664,72	34,63
Costo Variable (CV)	\$ 20.128,20	65,37
Costo Total (CT)	\$ 30.792,92	100,00

Fuente: Cuadro: 47

Elaboración: las Autoras

Gráficamente:



Con la clasificación de costos y la cuantificación de los ingresos hemos procedido a determinar el Punto de Equilibrio mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

Datos: Costo Fijo = CF = 10.664,72
 Costo Variable = CV = 20.128,20
 Costo Total = CT = 30.792,92
 Ingresos = Y = 107.520

Reemplazando los datos en la fórmula anterior tenemos:

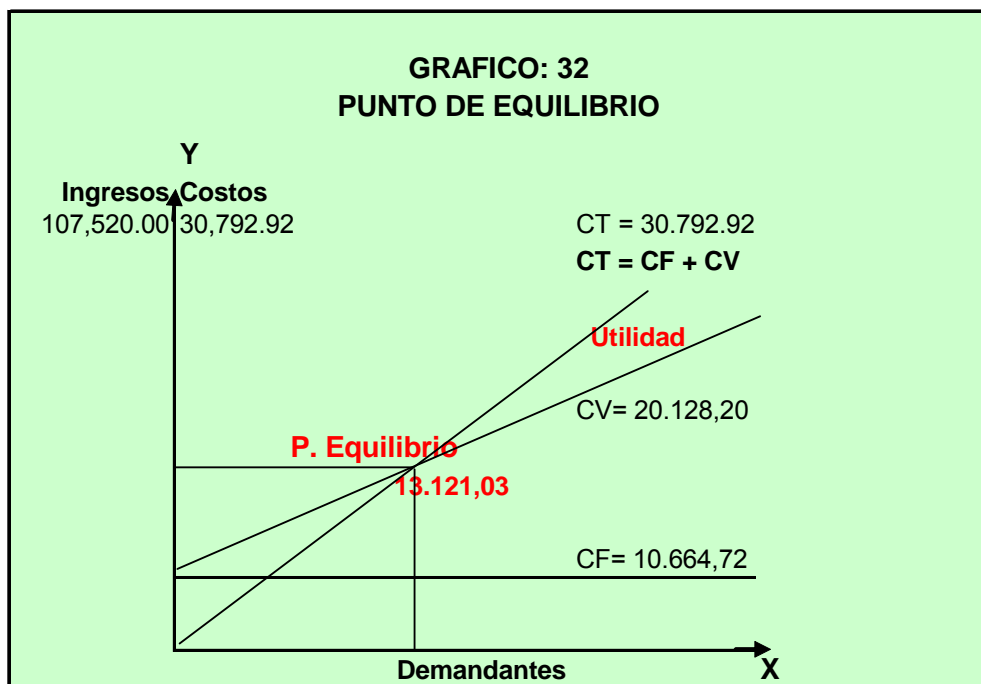
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{10.664,72}{1 - \frac{20.128,20}{107.520,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{10.664,72}{1 - 0,19}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{10.664,72}{0,81}$$

Punto de Equilibrio = 13.121,03
--

Con claridad en el Gráfico: 32 podemos observar el Punto de Equilibrio obtenido:



Para la representación gráfica del punto de equilibrio hemos trazado una línea paralela al eje horizontal a un nivel de costo de USD. 10.664.72, mismos que representan los Costos Fijos, posteriormente; desde el origen se traza otra línea que debe interceptarse en 26.880 usuarios demandantes del Balneario y un ingreso promedio de \$ 107.520,00; luego trazamos una línea en donde se intercepta el eje vertical y la línea de Costos Fijos, para terminar en el punto de 26.680 usuarios y un Costo Total de USD. 30.792,92.

El punto en el cual se cruzan las dos líneas de Costo Total y Costo Variable es el punto de equilibrio, mismo que se da con 13.121 usuarios del Balneario

4.9. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.

De la inversión total calculada equivalente a un monto de **USD. 247.177.25**, el 50% (USD.123.588.63) será cubierto por los tres futuros accionistas del Complejo Turístico Puertas al Sol S.A. en montos iguales de USD. 41.196.23 cada uno, con participación de 100 acciones de USD.411.96 cada una, y; el otro 50% a invertir es decir USD. 123.588,62 será financiado por Instituciones financieras-crediticias locales.

Es menester recalcar que los futuros accionistas de nuestra ciudad Patrimonial Azogues, tienen pleno conocimiento del presente estudio, y; a decir de ellos están muy interesados en invertir, coligiéndose entonces que su participación es factible para la ejecución y puesta en marcha del Balneario.

En el Cuadro: 49 siguiente se observa la tabla de amortización por el crédito en referencia, misma que la realizamos por un monto de USD. 123.588,62, con una tasa de interés del 10.33% (Preferencial en el Banco Nacional de Fomento), a 5 años plazo, los pagos serán en cuotas iguales y se los realizará de manera mensual.

Es necesario resaltar que por concepto de intereses del crédito en referencia se pagará al concluir el mismo, un monto de USD. 35.171.71, sumado al monto de préstamo USD. 123.588,62 concluiremos cancelando un valor total de: USD. 158.760.33.

**CUADRO: 49
TABLA DE AMORTIZACION**

Monto del Crédito: \$ 123,588.62				Tasa de Interés: 10.33%					
Cuota Fija \$ 2,646.01				Tiempo: 60 meses					
N	INTERES	CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO	N	INTERES	CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO
				\$ 123,588.62					
1	1,063.89	1,582.11	2,646.01	122,006.51	31	599.97	2,046.04	2,646.01	67,649.82
2	1,050.27	1,595.73	2,646.01	120,410.77	32	582.35	2,063.65	2,646.01	65,586.17
3	1,036.54	1,609.47	2,646.01	118,801.30	33	564.59	2,081.42	2,646.01	63,504.75
4	1,022.68	1,623.32	2,646.01	117,177.98	34	546.67	2,099.34	2,646.01	61,405.41
5	1,008.71	1,637.30	2,646.01	115,540.68	35	528.60	2,117.41	2,646.01	59,288.01
6	994.61	1,651.39	2,646.01	113,889.29	36	510.37	2,135.63	2,646.01	57,152.37
7	980.40	1,665.61	2,646.01	112,223.68	37	491.99	2,154.02	2,646.01	54,998.35
8	966.06	1,679.95	2,646.01	110,543.73	38	473.44	2,172.56	2,646.01	52,825.79
9	951.60	1,694.41	2,646.01	108,849.33	39	454.74	2,191.26	2,646.01	50,634.53
10	937.01	1,708.99	2,646.01	107,140.33	40	435.88	2,210.13	2,646.01	48,424.40
11	922.30	1,723.71	2,646.01	105,416.63	41	416.85	2,229.15	2,646.01	46,195.25
12	907.46	1,738.54	2,646.01	103,678.08	42	397.66	2,248.34	2,646.01	43,946.91
13	892.50	1,753.51	2,646.01	101,924.57	43	378.31	2,267.70	2,646.01	41,679.21
14	877.40	1,768.60	2,646.01	100,155.97	44	358.79	2,287.22	2,646.01	39,392.00
15	862.18	1,783.83	2,646.01	98,372.14	45	339.10	2,306.91	2,646.01	37,085.09
16	846.82	1,799.19	2,646.01	96,572.95	46	319.24	2,326.76	2,646.01	34,758.33
17	831.33	1,814.67	2,646.01	94,758.28	47	299.21	2,346.79	2,646.01	32,411.53
18	815.71	1,830.29	2,646.01	92,927.98	48	279.01	2,367.00	2,646.01	30,044.54
19	799.96	1,846.05	2,646.01	91,081.93	49	258.63	2,387.37	2,646.01	27,657.16
20	784.06	1,861.94	2,646.01	89,219.99	50	238.08	2,407.92	2,646.01	25,249.24
21	768.04	1,877.97	2,646.01	87,342.02	51	217.35	2,428.65	2,646.01	22,820.59
22	751.87	1,894.14	2,646.01	85,447.89	52	196.45	2,449.56	2,646.01	20,371.03
23	735.56	1,910.44	2,646.01	83,537.45	53	175.36	2,470.64	2,646.01	17,900.39
24	719.12	1,926.89	2,646.01	81,610.56	54	154.09	2,491.91	2,646.01	15,408.47
25	702.53	1,943.47	2,646.01	79,667.08	55	132.64	2,513.36	2,646.01	12,895.11
26	685.80	1,960.20	2,646.01	77,706.88	56	111.01	2,535.00	2,646.01	10,360.11
27	668.93	1,977.08	2,646.01	75,729.80	57	89.18	2,556.82	2,646.01	7,803.29
28	651.91	1,994.10	2,646.01	73,735.70	58	67.17	2,578.83	2,646.01	5,224.45
29	634.74	2,011.26	2,646.01	71,724.44	59	44.97	2,601.03	2,646.01	2,623.42
30	617.43	2,028.58	2,646.01	69,695.86	60	22.58	2,623.42	2,646.01	0.00

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaboración: Las Autoras

4.10 INGRESOS A OBTENER.

De los datos obtenidos en el Cuadro: 27 Precio de la competencia y precio promedio a cobrar, se determinó que el precio promedio determinado tanto para adultos cuanto para niños son de USD.4,32 y USD. 2,14 respectivamente, más sin embargo para captar los clientes consideramos que los precios a cobrar por los servicios que brindará el Complejo Turístico serán, los determinados en la respuesta a la interrogante 3.9 de la encuesta, gráficos: 12 y 13. es decir; para adultos el valor de USD. 4.00 y para niños el valor de USD.2.00 respectivamente, con lo que daríamos también cumplimiento a lo estableció en el punto 2.7.7.2 Estrategia para el precio, es decir, reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que de ese modo, podamos ganar mercado.

Por otro lado se considera y se estima que se tendrá una participación de usuarios del 60% adultos y la diferencia serán niños (as), es decir se estimará una demanda anual de 26.880 personas.

De igual manera se consideró que por persona se tendrá un consumo tanto de alimentos, bebidas, otros de USD.2,00 cada uno ,y; de éstos se tendrá un margen de ganancia del 40%. En este sentido el total de ingresos a percibir será de USD: 107.520,00 esto lo podemos observar en el Cuadro: 50 siguiente,

CUADRO: 50
INGRESOS A OBTENER POR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO TURISTICO

DEMANDANTES	COSTO	USUARIOS	SUBTOTAL	ALIMENTOS- BEBIDAS- OTROS 40%	TOTAL
Niños 40%	\$ 2,00	10.752	\$ 21.504,00	\$ 8.601,60	\$ 30.105,60
Adultos 60%	\$ 4,00	16.128	\$ 64.512,00	\$ 12.902,40	\$ 77.414,40
INGRESO ANUAL			\$ 86.016,00	\$ 21.504,00	\$ 107.520,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

4.11 ESTADO DE SITUACION BALANCE GENERAL.

CUADRO: 51
BALANCE GENERAL

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CIRCULANTE			PASIVO CORRIENTE		
	\$ 11.770,35			\$ 21.838,22	
Valores e Inversiones	11.770,35		Sueldos por pagar	21.838,22	
Inventarios	0,00		Cuentas por pagar	0,00	
Cuentas por cobrar	0,00				
Subtotal	11.770,35		Subtotal	21.838,22	
ACTIVO FIJO			PASIVO LARGO PLAZO		
	\$ 237.522,65			\$ 123.588,63	
Terreno	74.250,00		Credito a 60 meses	123.588,63	
Planta fisica	148.616,90				
Maquinaria	2.000,00				
Muebles y Enseres	3.020,00				
Equipo Informático	1.130,00				
(-) Depreciaciones	8.505,75				
Subtotal	237.522,65		Subtotal	123.588,63	
ACTIVO DIFERIDO			CAPITAL		
	\$ 7.668,00			\$ 111.534,16	
Activo Diferido	6.390,00		Capital Social	111.534,16	
(-) Amortización	1.278,00				
Subtotal	7.668,00		Subtotal	111.534,16	
ACTIVO	256.961,00	\$ 256.961,00	PASIVO + CAPITAL	256.961,00	\$ 256.961,00

Elaboración: Las Autoras

En el Cuadro: 52 tenemos los balances en los años siguientes del funcionamiento del Complejo Turístico:

CUADRO: 52
COMPLEJO TURISTICO
BALANCE GENERAL

	1	2	3	4	5
ACTIVO					
ACTIVO CIRCULANTE					
Valores e Inversiones	11.770,35	12.005,76	12.245,87	12.490,79	12.740,61
Inventarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas por cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	11.770,35	12.005,76	12.245,87	12.490,79	12.740,61
ACTIVO FIJO					
Terreno	74.250,00	74.250,00	74.250,00	74.250,00	74.250,00
Planta fisica	148.616,90	148.616,90	148.616,90	148.616,90	148.616,90
Maquinaria	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Muebles y Enseres	3.020,00	3.020,00	3.020,00	3.020,00	3.020,00
Equipo Informático	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00
(-) Depreciaciones	8.505,75	8.505,75	8.505,75	8.144,15	8.132,85
Subtotal	237.522,65	237.522,65	237.522,65	237.161,05	237.149,75
ACTIVO DIFERIDO					
Activo Diferido	6.390,00	6.390,00	6.390,00	6.390,00	6.390,00
(-) Amortización	1.278,00	1.278,00	1.278,00	1.278,00	1.278,00
Subtotal	7.668,00	7.668,00	7.668,00	7.668,00	7.668,00
ACTIVO	256.961,00	257.196,40	257.436,52	257.319,83	257.558,35
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Sueldos por pagar	21.838,22	22.711,75	23.620,22	24.565,03	25.547,63
Cuentas por pagar	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PASIVO LARGO PLAZO					
Credito a 60 meses	123.588,63	103.678,09	81.610,56	57.152,38	30.044,54
CAPITAL					
Capital Social	111.534,15	130.806,56	152.205,73	175.602,43	201.966,18
PASIVO + CAPITAL	256.961,00	257.196,40	257.436,52	257.319,83	257.558,35

Elaboración: Las Autoras

4.12. ESTADO DE RESULTADOS.

En el Cuadro: 53 se detalla el Estado de Perdidas y Ganancias del Complejo Turístico fruto del presente estudio, en él se observa que las utilidades a percibir por la prestación de los servicios que brindará el Balneario de manera anual irán incrementándose.

CUADRO: 53
COMPLEJO TURISTICO
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	1	2	3	4	5
INGRESOS	107,520.00	111,820.80	116,293.63	120,945.38	125,783.19
(-) Menos Gastos de Administración	10,664.73	11,091.32	11,534.97	11,996.37	12,476.23
(-) Menos Gastos de Venta	14,363.49	14,938.03	15,535.55	16,156.97	16,803.25
(-) Menos Gastos Financieros	11,841.53	9,684.54	7,293.88	4,644.23	1,707.53
(-) Menos Otros gastos (manejo y alimentos)	6,600.00	6,864.00	7,138.56	7,424.10	7,721.07
Igual UTILIDAD BRUTA	64,050.25	69,242.91	74,790.67	80,723.70	87,075.12
(-) Menos 15% Participación trabajadores	9,607.54	10,386.44	11,218.60	12,108.56	13,061.27
Igual UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	54,442.71	58,856.47	63,572.07	68,615.15	74,013.85
(-) Menos 25% Impuesto a la Renta	13,610.68	14,714.12	15,893.02	17,153.79	18,503.46
Igual UTILIDAD NETA	40,832.04	44,142.35	47,679.05	51,461.36	55,510.39
(-) Menos 10% Reserva Legal	4,083.20	4,414.24	4,767.91	5,146.14	5,551.04
UTILIDAD ACCIONISTAS	36,748.83	39,728.12	42,911.15	46,315.22	49,959.35

Fuente: Cuadros anteriores

Elaboración: Las Autoras

V EVALUACION FINANCIERA

5. CONCEPTUALIZACION.

La evaluación financiera del Complejo Turístico consistirá en construir los flujos de dinero proyectados que en un horizonte de cinco años serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa adecuada de manera tal que podamos cuantificar la generación de valor agregado y su monto.

5.1 CALCULO INDICADORES: VALOR ACUAL NETO, (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Previo el cálculo creemos necesario detallar lo que son estos indicadores, en esta virtud:

El Valor Presente Neto (VAN), consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el Complejo Turístico, descontados a un cierto tipo de interés "la tasa de descuento", y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el costo de oportunidad del capital (TMAR).

El VAN o Valor Presente Neto es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. Se la define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está considerada como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

5.2. ANALISIS CONSIDERANDO EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO.

Los Métodos de evaluación financiera utilizados en el presente trabajo y que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo son el Valor Presente Neto y/o Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

En el Cuadro: 54 hemos determinado la Tasa Mínima Atractiva: TMAR 10% (Costo de oportunidad del capital), misma que servirá para realizar las evoluciones financiera y económica en su orden:

CUADRO: 54
COSTO FINANCIERO DE CAPITAL

CONCEPTO	MONTO	TMAR	PRODUCTO	TMAR COMBINADO
Préstamo	123,588.62	0.1033	12,766.70	
Financiamiento Accionistas	123,588.63	0.0925	11,431.95	
TOTAL	247,177.25		24,198.65	0.10

Fuente: Tabla de amortización y cuadros costo total inversión

Elaboración: Las Autoras

En el Cuadro: 55 se detalla la Evaluación Financiera del Complejo Turístico con el cálculo respectivo del VAN, y TIR en su orden.

CUADRO: 55
EVALUACION FINANCIERA

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión	\$ 247,117.25					
Ingresos		\$ 107,520.00	\$ 111,820.80	\$ 116,293.63	\$ 120,945.38	\$ 125,783.19
Total de Ingresos	\$ 582,363.00					
Egresos		\$ 43,469.75	\$ 42,577.89	\$ 41,502.96	\$ 40,221.67	\$ 38,708.07
Total de Gastos	\$ 206,480.34					
Valor de Salvamento						\$ 112,972.68
FLUJO NETO ANUAL	-\$ 247,117.25	\$ 64,050.25	\$ 69,242.91	\$ 74,790.67	\$ 80,723.71	\$ 200,047.80
VAN	\$ 106,145.56					
TIR	22.56%					

Fuente: Estado Perdidas y Ganancias

Elaboración: Las Autoras

Costo Financiero de Capital	0.10
-----------------------------	-------------

Por otro lado creemos conveniente realizar la **Evaluación Económica del Proyecto**, puesto que consideramos que al existir un balneario en la parroquia Guapán del cantón Azogues, las familias que en un promedio de 5 miembros ahorrarán el costo por movilización vehicular para acceder a otros balnearios existentes en las ciudades de Cuenca, Tambo, Cañar, y Biblián entre otras.

En este sentido el beneficio total de ahorro alcanza a USD. 9.945.60, si consideramos que un galón de gasolina extra tiene un costo de USD.1.48 y su rendimiento equivale a 1 galón por 35Km de recorrido, como en promedio del viaje ida y vuelta es 44.8 Km de distancia, se consumiría 1,25 galones a USD. 1.48 por viaje, multiplicado por las 5.376 familias de 5 miembros demandantes de los servicios de balneario y que utilizarán sus vehículos para movilizarse a otros balnearios de Cuenca, Tambo, Cañar y Biblián, nos da el valor de beneficio total por ahorro descrito en líneas anteriores

En el Cuadro:56 se detalla la Evaluación Económica del Complejo Turístico con el cálculo respectivo del VAN, y TIR en su orden:

CUADRO: 56
EVALUACIÓN ECONOMICA

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSION	\$ 247,117.25					
INGRESOS		\$ 107,520.00	\$ 111,820.80	\$ 116,293.63	\$ 120,945.38	\$ 125,783.19
Beneficio por ahorro		\$ 9,945.60	\$ 10,343.42	\$ 10,757.16	\$ 11,187.45	\$ 11,634.95
TOTAL DE INGRESOS	\$ 636,231.58					
EGRESOS		\$ 43,469.75	\$ 42,577.89	\$ 41,502.96	\$ 40,221.67	\$ 38,708.07
TOTAL DE GASTOS	\$ 206,480.34					
VALOR SALVAMENTO						\$ 112,972.68
FLUJO NETO ANUAL	-\$ 247,117.25	\$ 73,995.85	\$ 79,586.33	\$ 85,547.83	\$ 91,911.15	\$ 211,682.75
VAN	\$ 146,907.36					
TIR	27.28%					

Fuente: Estado Perdidas y Ganancias

Elaboración: Las Autoras

Costo Financiero de Capital	0.10
-----------------------------	-------------

5.2.1. COSTOS MUERTOS.

Para el presente estudio, los costos muertos no lo hemos considerado por cuanto pensamos que no son relevantes al momento de construir el flujo de fondos para la comparación de alternativas de Inversión tendiente a seleccionar los más convenientes desde el punto de vista financiero.

"Los costos muertos no se toman en cuenta, ni se deben asignar a ninguna de las alternativas, puesto que no establecen diferencias al compararlas y han ocurrido antes de tomar la decisión." (2)

Por otro lado, no hemos considerado estos costos por cuanto éstos son costos ya causados, que resultan necesarios e ineludibles, independientemente de la decisión de inversión que se tome, en definitiva se convierten en costos inevitables, aunque se decida no realizar el proyecto que se está evaluando.

2.-Vélez Pareja, Ignacio. 2006. *Decisiones de inversión: para la valoración financiera de proyectos y empresas*. Pontificia Universidad Javeriana, Quinta Edición.

5.3. ANALISIS SIN CONSIDERAR EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO.

El análisis de tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo ya que éstas son esenciales en el análisis financiero y resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades mismas que corresponden a diferentes cuentas de Balance General del Complejo Turístico.

5.3.1. INDICES FINANCIEROS.

Para el presente estudio hemos considerado los siguientes:

1.- Razón de liquidez.- Este índice financiero mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo.

a) Tasa circulante.- Se obtiene dividiendo los activos circulantes sobre los pasivos circulantes o corrientes. Su formula es:

Razón Circulante =	Activo Circulante/ Pasivo Corriente
---------------------------	--

Tasa de Deuda = 11.770,35 / 21.838.22

Tasa de Deuda = **0.54**

Esto significa que por cada dólar de deuda que mantenga la empresa se cuenta con 0.54 centavos de dólar para cubrir dicha deuda en el corto plazo

2.- Tasas de apalancamiento.- mide el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Están incluidas:

a). Razón de deuda total a activo total. También llamada tasa de deuda, mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. La deuda incluye los pasivos circulantes. Su formula es:

$$\text{Tasa de Deuda} = \text{Deuda Total} / \text{Activo Total}$$

$$\text{Tasa de Deuda} = 145.426,85 / 256.961,00$$

$$\text{Tasa de Deuda} = 56.59\%$$

Con lo descrito se determina que para invertir en el Complejo Turístico se necesita un financiamiento del 56.59%. del total de la inversión en la cual se incluía el porcentaje de imprevistos.

3.- Tasas de actividad.- Este tipo de tasas no se debe aplicar en la evaluación de un proyecto, ya que, como su nombre lo indica, mide la efectividad de la actividad empresarial y cuando se realiza el estudio no existe tal actividad.

a) Rotación del activo total.- Es la tasa que mide la actividad final de la rotación de todos los activos de la empresa, su formula es:

$$\text{Rotación activos Totales} = \text{Ventas Anuales} / \text{Activos Totales}$$

$$\text{Rotación activos Totales} = 107.520,00 / 256.961,00$$

$$\text{Rotación activos Totales} = 41.84\%$$

4.- **Tasas de rentabilidad.**- La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, las tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa.

a) **Tasa de margen de beneficio sobre ventas.**- se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuestos sobre las ventas. En realidad, tanto el ingreso neto como las ventas son una corriente de flujos de efectivo a lo largo de un periodo de un año y aquí está implícita el supuesto de que ambas se dan en el mismo momento. Su fórmula es:

$\text{Tasa de Margen de Beneficio} = \frac{\text{Utilidad Neta después de pagar Impuestos/Ventas}}{\text{totales}}$
--

Tasa de Margen de Beneficio = 36.748,83 / 107.520,00

Tasa de Margen de Beneficio = 34.18%

5.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está considerada como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

En ese sentido, el criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- Si $TIR \geq r \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (r = coste de oportunidad) o TMAR Tasa Mínima Atractiva de Rentabilidad.

- Si $TIR < r \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida ($r =$ coste de oportunidad).

Con las consideraciones realizadas procedemos a realizar el análisis de sensibilidad financiera, y para ese fin, se considera someter al flujo del efectivo financiero, a una variación de los ingresos del + - 10% y del + - 15%, con tasas de descuentos (costo de capital) del 10 %.

Los resultados obtenidos lo observamos en el siguiente: Cuadro: 57

CUADRO: 57
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	-0.15	-0.10	0.10	0.15
0	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25
1	64,050.25	54,442.71	57,645.23	70,455.28	73,657.79
2	69,242.91	58,856.47	62,318.62	76,167.20	79,629.35
3	74,790.67	63,572.07	67,311.60	82,269.74	86,009.27
4	80,723.71	68,615.15	72,651.34	88,796.08	92,832.27
5	200,047.80	170,040.63	180,043.02	220,052.58	230,054.97
COSTO CAPITAL%	0.10	0.12	0.12	0.12	0.12
VAN	106,145.56	33,753.47	50,275.28	116,362.50	132,884.31
TIR	22.56%	16.45%	18.54%	26.40%	28.27%

Fuente: Cuadro: 55

Elaboración: Las Autoras

costo capital	0.10
----------------------	-------------

Con los resultados obtenidos en el cuadro anterior podemos ver que el Tasa Interna de Retorno es superior al costo de oportunidad, consecuentemente es conveniente invertir en el Complejo Turístico.

5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA.

Para tal fin se considera someter al flujo del efectivo económico, a una variación de los ingresos del + - 10% y del + - 15%, con tasas de descuentos (costo de capital) de 10%, dando los siguientes resultados: Cuadro: 58

CUADRO: 58
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONOMICA

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	-0.15	-0.10	0.10	0.15
0	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25	-247,117.25
1	73,995.85	62,896.47	66,596.27	81,395.44	85,095.23
2	79,586.33	67,648.38	71,627.70	87,544.97	91,524.28
3	85,547.83	72,715.66	76,993.05	94,102.62	98,380.01
4	91,911.15	78,124.48	82,720.04	101,102.27	105,697.83
5	211,682.75	179,930.34	190,514.47	232,851.02	243,435.16
COSTO CAPITAL%	0.10	0.12	0.12	0.12	0.12
VAN	146,907.36	66,473.59	84,920.11	158,706.19	177,152.70
TIR	27.28%	20.67%	22.93%	31.47%	33.50%

Fuente: Cuadro: 56

Elaboración: Las Autoras

Como podemos observar en los cuadros anteriores, con las variaciones negativas del ingreso, se evidencian TIR positivos, lo que demuestra que:

La rentabilidad financiera así como la económica aun en condiciones adversas de ingreso es favorable para quienes invertirán en el Complejo Turístico “ Puertas del Sol S.A.”.

VI ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

6. GENERALIDADES.

El concepto de Impacto Ambiental refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural.

Las acciones del hombre sobre el medio ambiente en orden a conseguir determinadas finalidades provocarán siempre efectos colaterales sobre el medio natural o social en el cual actúan. Aunque bien los efectos que se persigan sean positivos, al menos para quien protagoniza la actuación en cuestión, los efectos pueden resultar ser positivos también, pero, y aquí viene lo complicado, también pueden tener una consecuencia altamente negativa.

En este sentido, la creación del Complejo Turístico estará emplazado en la parroquia Guapán, misma que se encuentra ubicada en el Austro de la región Interandina, está ocupando la parte norte del cantón Azogues, capital de la provincia del Cañar, a una altura aproximadamente 2.600 metros sobre el nivel del mar, dista de la Cabecera Cantonal del Centro Parroquial 3 Km.

En tal virtud, el Complejo Turístico estará emplazado en el sector de planeamiento SP3 denominado como Guapán-Centro, sector Cachipamba, constituye el núcleo más representativo de la Parroquia por ser un lugar de concentración de la población, presenta el mayor grado de consolidación; abarca actividades de comercio, intercambio, gestión - administración, producción de bienes y servicios, agricultura, etc. cuenta con todos los servicios de infraestructura básica y engloba el 80% de los equipamientos.

Esta zona o sector de planeamiento goza de las bondades de la naturaleza y tiene un clima templado, cuya temperatura es la media mensual de 15° C, el mismo que favorece a los cultivos de maíz, frutas, hortalizas, etc, siendo los meses de mayor frío junio, julio y agosto con temperaturas que oscilan entre los 4° C y 8° C.

La humedad relativa para la zona es el valor medio anual de 82% (humedad relativa anual), expresado en porcentaje correspondiente al período 1978 – 1993.y de acuerdo al Plan de Desarrollo de la Parroquia.

La dirección predominante del viento en el sector es la Sureste –Noroeste, la velocidad media del viento mensual es de 6.0 Km/h, según datos obtenidos en la estación base Cañar, correspondientes al período 1978-1993

El ámbito de estudio va orientado a prever de mejor manera las acciones que debemos considerar en la implementación y/o creación del Complejo Turístico en ésta Parroquia rural del cantón Azogues, ya que como es de conocimiento público, los habitantes del país en general y del cantón Azogues y sus parroquias en particular debemos cuidar el ecosistema, mismo que se encuentra sometido a un constante e injusto deterioro, producto de la falta de concienciación de quienes nos servimos del mismo en nuestra vida diaria.

Por ello y como una norma ética y técnica el impacto ambiental debe ser analizado bajo la óptica de una serie de características y metodologías mismas que permitirán evaluar el grado de impacto al cual está sometido el medio ambiente por la presencia de nuevas formas de la acción humana en general y de la creación del Complejo Turístico en particular.

El Marco Legal Local Institucional a ser considerado en el presente estudio es el siguiente:

- Ley Orgánica de Régimen Municipal, actualmente Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD).
- Ordenanza Municipal Sustitutiva de Reglamentación de Uso del suelo Urbano y Rural, publicado en Registro Oficial número 131 Edición Especial del 26 de junio del 2.009,
- Ordenanza para la Gestión de Desechos Sólidos en el cantón Azogues (parte pertinente del articulado), 2.008,
- Ordenanza Municipal de creación de la Unidad de Gestión Ambiental de la Ilustre Municipalidad de la ciudad de Azogues, de fecha 10 de enero del 2.002,

De igual manera el Marco Legal Nacional a considerarse será:

- Constitución Política del Estado, Capítulo segundo: Biodiversidad y recursos naturales, Sección primera, Naturaleza y ambiente, Artículos 395, 396, 397, 398, y ; 399
- Ley de Aguas Decreto Supremo 396, publicado en Registro oficial número 69 del 30 de mayo de 1972, (artículos pertinentes 14),
- Reglamento de Seguridad de los mecanismos de Participación Social establecidos en la Ley de Gestión Ambiental mediante Decreto Ejecutivo 1.040,
- Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, publicada en Registro Oficial N° 97, Decreto Supremo N° 374 del 31 de mayo de 1976 (articulado pertinente),
- Ley de Gestión Ambiental, codificación 19, publicada en Registro Oficial N° 418 del 10 de julio del 2004 (articulados pertinentes).

6.1 CARÁCTER DEL IMPACTO.

El impacto ambiental puede ser considerado según su característica en positivo o negativo y los cambios o modificaciones efectuadas en el ambiente lo podemos valorar en términos cuantitativos y cualitativos.

6.2 MAGNITUD DEL IMPACTO.

En realidad se refiere a la dimensión del impacto que puede acarrear este tipo de uso y en este caso particular no se corre riesgo de que exista problemas mayores de tipo ambiental por la presencia del Complejo Turístico ya que en la zona donde se emplazará el mismo presenta todas las ventajas para su construcción y funcionamiento general, mismo que estará ligado a favor de la comunidad y los demandantes del servicio.

6.3 TIPO DE ACCION PARA EL IMPACTO.

La forma o el modo como se van a llevar a cabo las actividades en dicho balneario, implicará un impacto ambiental muy indirecto nada complicado y no representa un riesgo para el entorno natural ni para el colectivo que visitará sus instalaciones.

6.4 DURACION DEL IMPACTO.

El tipo de impacto por las actividades propias a realizarle tanto en la fase de construcción como en la de funcionamiento del Complejo Turístico serán para el primer caso coyuntural es decir durará el tiempo en el cual se realice la construcción del Complejo Turístico, y; en la fase de funcionamiento, se realizará acciones permanentes a fin de no lesionar la naturaleza y se mitigará de existir impactos negativos realizándose actividades tendientes a un control continuo de las instalaciones para un perfecto funcionamiento de las mismas cuando se encuentren ya en servicio.

6.5 REVERSIBILIDAD DEL IMPACTO.

Concebida la reversibilidad como la recuperación en el tiempo del cese de una acción del proyecto que permite retornar a cumplir las mismas actividades, consideramos que para este específico caso, y; en el supuesto de un mejor funcionamiento y/o mantenimiento de las instalaciones, se suspenderá de forma parcial las actividades del Balneario hasta que nuevamente preste las comodidades necesarias para brindar el servicio al colectivo.

En virtud de lo manifestado creemos que las piscinas que se van a construirse y entrar en funcionamiento, así como todas las instalaciones; deberán tener un constante mantenimiento y la limpieza sumado al cambio de aguas, permitirán asegurar su funcionamiento y así eliminar los riesgos del que los usuarios se contagien de alguna enfermedad a cambio de una suspensión temporal del servicio.

6.6 EL AREA ESPACIAL DEL IMPACTO.

Las instalaciones del Complejo Turístico estarán reguladas bajo las especificaciones técnicas y ambientales y requerimientos tanto del Departamento de Planificación Sección Control Urbano y de la Unidad de Gestión ambiental de la Municipalidad de Azogues respectivamente, así como también de todo el Marco Legal Institucional Municipal y Nacional como lo planteamos a un inicio de este estudio de impacto ambiental en el punto Generalidades.

6.7 METODOLOGIA PARA LA IDENTIFICACION Y VALORACION DE IMPACTOS.

Para el presente estudio de impacto ambiental, el método a seguir será mediante la matriz causa efecto (Matriz de Leopold) misma que nos servirá para la identificación y

valoración de impactos que se ajustan a las distintas fases del proyecto ya sea en su construcción como en su funcionamiento, mediante este método identificamos un listado de factores ambientales que son susceptibles de contaminación por la intervención humana como suelo, agua, atmósfera, flora, fauna, entre otros.

En este sentido, la matriz de Leopold que utilizaremos se constituirá en una herramienta que nos permitirá de manera simple resumir y jerarquizar los impactos ambientales, y concentrar el esfuerzo en aquéllos que se consideren mayores, siendo además su ventaja: La de servir como recordatorio de toda la gama de acciones, factores, e impactos determinados en el presente estudio de impacto ambiental previo la construcción y funcionamiento del Complejo Turístico.

6.7.1 Suelo.- El uso del suelo en este caso por las características principales del terreno no implican una incompatibilidad para la construcción y funcionamiento del Complejo Turístico, sin embargo; este factor tendrá impactos negativos cuando se realicen los diferentes trabajos o acciones sobre él como: excavación del terreno, desalojo de tierra, canalización entre otras.

6.7.2 Agua.- Al ser el elemento básico para el funcionamiento del Complejo Turístico merece un tratamiento especial con el traslado hacia las instalaciones, mismo que se lo realizará a través de canales de conducción del líquido hasta una fuente de acopio y distribución continua hacia las piscinas y el resto de instalaciones.

6.7.3 Atmósfera.- Este tipo de uso no provocará ninguna contaminación atmosférica, más sin embargo en el momento en el que entre en funcionamiento el Complejo Turístico, consideramos que a lo mucho el ruido que producirá el tener un ambiente con música estará enmarcado bajo los rangos permisibles de audición y no constituirá una acción negativa que influya en las actividades mismas del Complejo Turístico.

6.7.4 Flora.- En el entorno cercano no existe vegetación que puede ser afectada seriamente, por el contrario únicamente existe la presencia de llano (quicuyo), mismo que servirá en parte para la adecuación del área verde que se tiene previsto tener en el Complejo.

6.7.5 Fauna.- Ningún tipo de animal se vería afectado por el emplazamiento de este tipo de uso, en este sentido se puede considerar nula la incidencia sobre los recursos paisajísticos del sector.

6.8 IDENTIFICACION, VALORACION Y EVALUACION DE IMPACTOS.

Para una evaluación de los impactos ambientales es necesario primeramente, realizar una identificación de las Actividades o Acciones que se realizarán durante las distintas fases de ejecución o construcción del proyecto susceptible de provocar impactos, los cuales servirán para la confección de la matriz de identificación y evaluación de impactos.

Lo anunciado podemos ver en el Cuadro: 59 siguiente:

CUADRO: 59
LISTA DE ACCIONES DEL PROYECTO QUE PUEDEN CAUSAR IMPACTO

CATEGORIA	DESCRIPCION	F C	F F
A1: Modificación de Régimen	1 Canalización	X	X
	2 Nivelación y Pavimento	X	
	3 Ruido		X
A2: Transformación del Suelo y Construcción	1 Excavación y desalojo	X	
	2 Adecuaciones del local	X	
A3: Renovación de Recursos	1 Reciclaje de Residuos		X
A4: Cambios en el Tráfico	1 Circulación		X
A5: Acumulación y Tratamiento de Residuos	1 Acumulación de Sobrantes		X
	2 Vertidos e Influyentes Líquidos		X
	3 Tanques		X
A6: Proceso Productivo	1 Disposición de Desechos		X
TOTAL		4	8

Simbología:

FC = Fase de Construcción, **FF** = Fase de Funcionamiento

Posteriormente se ha procedido a la identificación de los Factores Ambientales susceptibles de recibir impacto, tanto en la fase de construcción cuanto en la fase de funcionamiento del Complejo Turístico, mismos que lo detallamos y categorizamos en el Cuadro: 60 siguiente:

CUADRO: 60
LISTA DE LOS FACTORES AMBIENTALES SUCEPTIBLES DE RECIBIR IMPACTO

CATEGORIA		DESCRIPCION	F C	F F
Factor 1: Características Físicas y Químicas	F.1.1 Tierra	F.1.1.1 Suelos		X
	F.1.2. Agua	F.1.2.1 Calidad		X
Factor.2: Condiciones Biológicas	F.2.1 Flora	F.2.1.1. Cultivos		X
Factor 3 : Factores Culturales	F.3.1 Estéticos y de Interés Humano	F.3.1.1 Vistas	X	
		F.3.1.2 Cualidades de Espacio Abierto	X	
		F.3.1.3 Paisaje	X	
	F.3.2 Estatus Cultural	F.3.2.1 Empleo		X
	F.3.3 Instalaciones y Actividades	F.3.3.1. Servicios		X
F.3.3.2 Circulación-Vías			X	
Factor. 4: Relaciones Ecológicas	F.4.1 Cambios	F.4.1 .1. Naturaleza		X
TOTAL			3	7

Simbología:

FC = Fase de Construcción, **FF** = Fase de Funcionamiento

Finalmente, se ha realizado la Valoración y Evaluación del Impacto, tanto en la fase de construcción, como en la fase de funcionamiento, para lo cual hemos colocado en las matrices de interacciones de cada una de estas fases los Factores y Acciones Ambientales y se ha determinado que el número total de impactos por Acción y por Factor (interacción) en la fase de Construcción son 19 , y por otro lado el número de impactos por Acción y por Factor (interacción) en la fase de Funcionamiento alcanzan a 17, lo cual lo podemos ver en los Cuadros: 61 y 62 respectivamente.

CUADRO: 61
MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE CONSTRUCCION

FACTORES AMBIENTALES	ACCIONES AMBIENTALES										NUMERO IMPACTOS POR FACTOR	TOTAL NUMERO IMPACTOS POR FACTOR Y POR ACCION										
	A.1.1. Canalización	A.1.2. Nivelación y pavimento	A.1.3. Ruido	A.2.1 Excavación y desajoljo	A.2.2. Adecuaciones del local	A.3.1 Reciclaje de residuos	A.4.1. Circulación	A.5.1 Acumulación sobrantes	A.5.2. Vertidos e influentes líquidos	A.5.3. Tanques			A.5.4 Disposición desechos									
F.1.1.1 Suelos	X	X		X	X			X			X	6	19									
F.1.2.1. Calidad																						
F.2.1.1. Cultivos																						
F.3.1.1. Vistas								X			X	2										
F.3.1.2. Cualidades de espacio abierto		X										1										
F.3.1.3. Paisaje		X								X		3										
F.3.2.2. Empleo	X	X		X	X	X						5										
F.3.3.1 Servicios										X		1										
F.3.3.2 Circulación-Vías							X					1										
F.4.1.1. Naturaleza																						
NUMERO DE IMPACTOS POR ACCION											2	4		2	2	1	1	3		4	19	
NUMERO TOTAL DE IMPACTOS POR ACCION Y FACTOR																						

Simbología:

F = Factor A = Acción

CUADRO: 62
MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE FUNCIONAMIENTO

COMPLEJO TURISTICO: FASE DE FUNCIONAMIENTO		ACCIONES AMBIENTALES										NUMERO IMPACTOS POR FACTOR	TOTAL NUMERO IMPACTOS POR FACTOR Y POR ACCION	
		A.1.1. Canalización	A.1.2. Nivelación y pavimento	A.1.3. Ruido	A.2.1. Excavación y desalojo	A.2.2. Adecuaciones del local	A.3.1. Reciclaje de residuos	A.4.1. Circulación	A.5.1. Acumulación sobrantes	A.5.2. Vertidos e influientes líquidos	A.5.3. Tanques			A.5.4. Disposición desechos
FACTORES AMBIENTALES	F.1.1.1. Suelos	X									X		2	TOTAL NUMERO IMPACTOS POR FACTOR Y POR ACCION
	F.1.2.1. Calidad	X							X				2	
	F.2.1.1. Cultivos	X											1	
	F.3.1.1. Vistas										X		1	
	F.3.1.2. Cualidades de espacio abierto													
	F.3.1.3. Paisaje										X		1	
	F.3.2.2. Empleo						X		X		X		3	
	F.3.3.1. Servicios						X				X		2	
	F.3.3.2. Circulación-Vías			X				X					2	
	F.4.1.1. Naturaleza	X							X	X			3	
	NUMERO DE IMPACTOS POR ACCION		4		1			2	1	1	2	2	4	
NUMERO TOTAL DE IMPACTOS POR ACCION Y FACTOR													17	

Simbología:

F = Factor A = Acción

Con los resultados obtenidos en las matrices anteriores y la cuantificación de posibles impactos tanto en la fase de construcción como en la de funcionamiento, procedemos a realizar la valoración de los mismos de acuerdo a su magnitud e importancia, teniendo en cuenta tres parámetros, siendo éstos:

- La intensidad que puede ser: baja, media, alta y muy alta.
- La afectación que puede ser baja, media y alta, y ;
- La importancia según su duración (temporal, media o permanente) e influencia (barrio, parroquia, cantón, región).

En el Cuadro: 63 podemos observar el cuadro que nos permitirá realizar la valoración de los impactos.

CUADRO: 63
VALORACION DE IMPACTOS SEGÚN SU MAGNITUD E IMPORTANCIA

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
CALIFICACION	INTENSIDAD	AFECTACION	CALIFICACION	DURACION	INFLUENCIA
1	Baja	Baja	1	Temporal	Barrio
2	Baja	Media	2	Media	Barrio
3	Baja	Alta	3	Permanente	Barrio
4	Media	Baja	4	Temporal	Parroquia
5	Media	Media	5	Media	Parroquia
6	Media	Alta	6	Permanente	Parroquia
7	Alta	Baja	7	Temporal	Cantón
8	Alta	Media	8	Media	Cantón
9	Alta	Alta	9	Permanente	Cantón
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Austro

Fuente: Páez Zamora, Juan Carlos.(1996). Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental

Elaboración: Las Autoras

En esta virtud, la valoración realizada se encuentra detallada y desarrollada en el Cuadro:64 en él se observará la identificación realizada de los impactos y sus efectos en la fase de construcción mismos que fueron valorados de acuerdo a su magnitud e importancia.

CUADRO : 64
LISTA DE IMPACTOS, ACCIONES, FACTORES AFECTADOS, VALORACIÓN SIN MEDIDAS
Y EFECTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION

Nº	IMPACTOS	ACCIONES	FACTORES AFECTADOS	VALORACION	
				M	I
1.01	CAMBIO DE GEOMORFOLOGIA	A.1.1. CANALIZACION	F.1.1.1. SUELOS	-1	1
1.02	INCREMENTO DE EMPLEO		F.3.2.2 EMPLEO	1	1
1.03	CAMBIO EN MORFOLOGIA SUPERFICIAL	A.1.2. NIVELACION Y PAVIMENTO	F.1.1.1. SUELOS	-1	1
1.04	PERDIDA DE ESPACIO ABIERTO		F.3.1.2. CALIDADES ESPACIO ABIERTO	-1	1
1.05	CAMBIO EN PAISAJE		F.3.1.3. PAISAJE	-1	1
1.06	INCREMENTO EN EMPLEO		F.3-2-2- EMPLEO	1	1
1.07	CAMBIO DE GEOMORFOLOGIA, MORFOLOGIA		F.1.1.1. SUELOS	-1	1
1.08	INCREMENTO DE EMPLEO	DESALOJO	F.3.2.2 EMPLEO	1	1
1.09	CAMBIO EN MORFOLOGIA SUPERFICIAL	A.2.2 ADECUACION DEL LOCAL	F.1.1.1. SUELOS	-1	1
1.10	INCREMENTO DE EMPLEO		F.3.2.2 EMPLEO	1	1
1.11	INCREMENTO DE EMPLEO	A.3.1 RECICLAJE DE RESIDUOS	F.3.2.2 EMPLEO	1	1
1.12	DESMEJORAMIENTO DE LA VIA	A.4.1 CIRCULACION VIAS	F.3.3.2 CIRCULACION -VIAS	-1	1
1.13	CONTAMINACION DEL SUELO	A.5.1 ACUMULACION DE SOBRESANTES	F.3.1.3. PAISAJE	-1	1
1.14	ALTERACION DE VISTAS ESCENICAS		F.3.1.1. VISTAS	-1	1
1.15	ALTERACION DEL ENTORNO		F.3.1.3. PAISAJE	-1	1
1.16	DISMINUCION DE CONTAMINACION DE SUELO	A.5.4.DISPOSICION DE DESECHOS SÓLIDOS	F.1.1.1. SUELOS	1	1
1.17	ALTERACION DE VISTAS		F.3.1.1. VISTAS	1	1
1.18	ALTERACION DE PAISAJE		F.3.1.3. PAISAJE	1	1
1.19	ACUMULACION DE DESECHOS		F.3.3.1. SERVICIOS	-1	1

Simbología:

M = Magnitud **I** = Importancia

En el Cuadro: 65 siguiente, Matriz de interacciones en la fase de construcción, se identifica con su respectiva valoración la interrelación entre los factores y acciones ambientales, dando como resultado la comprobación de que en la fase de construcción del Complejo Turístico en la parroquia Guapán del cantón el impacto negativo determinado es mínimo permisible y aceptable en este tipo de uso (-3).

CUADRO: 65
MATRIZ DE INTERACCIONES EN LA FASE DE CONSTRUCCION

		ACCIONES AMBIENTALES										AGREGACIONES POSITIVAS	AGREGACIONES NEGATIVAS	TOTAL AGREGACIONES DE IMPACTOS	
		A.1.1. Canalización	A.1.2. Nivelación y pavimento	A.1.3. Ruido	A.2.1. Excavación y desalajo	A.2.2. Adecuaciones del local	A.3.1. Reciclaje de residuos	A.4.1. Circulación	A.5.1. Acumulación sobrantes	A.5.2. Vertidos e infiltrantes	A.5.3. Tanques				A.5.4. Disposición desechos
FACTORES AMBIENTALES	F.1.1.1 Suelos	-1	-1		-1	-1							1	-5	-4
	F.1.2.1. Calidad														
	F.2.1.1. Cultivos														
	F.3.1.1. Vistas								-1				1	-1	0
	F.3.1.2. Cualidades de espacio abierto		-1										0	-1	-1
	F.3.1.3. Paisaje		-1						-1				1	-2	-1
	F.3.2.2. Empleo	1	1		1	1	1						5	0	5
	F.3.3.1 Servicios												0	-1	-1
	F.3.3.2 Circulación-Vías							-1					0	-1	-1
	F.4.1.1. Naturaleza														
AGREGACIONES POSITIVAS		1	1		1	1	1	0	0				3		
AGREGACIONES NEGATIVAS		-1	-3		-1	-1	0	-1	-3				-1		
TOTAL AGREGACIONES DE IMPACTOS		0	-2		0	0	1	-1	-3				2		-3

En los Cuadros: 66 y 67 respectivamente, se categorizan los factores y acciones ambientales por el número de agregaciones negativas respectivamente, resultando lógico que dentro de los factores ambientales afectados negativamente se encuentra el suelo, y por otro lado; dentro de las acciones que causan dichos factores negativos principalmente tenemos la acumulación de sobrantes y la nivelación del terreno, sin embargo se debe resaltar las agregaciones de impactos positivos +5 (Cuadro: 65) al generar fuentes de trabajo y consecuentemente disminuir el nivel de desempleo, mismo que mejorará las condiciones de vida de muchos lugareños.

CUADRO: 66
FACTORES AMBIENTALES AFECTADOS CON FACTORES NEGATIVOS Y
AGREGACION DE IMPACTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION

Nº	FACTORES AFECTADOS	AGREGACION DE IMPACTOS
1	F.1.1.1. Suelos	-4
2	F.3.1.2. Cualidades de espacio abierto	-1
3	F.3.1.3. Paisaje	-1
4	F.3.3.1. Servicios	-1
5	F.3.3.2. Circulación - vías	-1

Fuente: Cuadro: Matriz de interacciones en la fase de construcción

CUADRO: 67
ACCIONES QUE CAUSAN IMPACTOS NEGATIVOS Y AGREGACION
DE IMPACTOS EN LA FASE DE CONSTRUCCION

Nº	FACTORES AFECTADOS	AGREGACION DE IMPACTOS
1	A.5.1. Acumulación de Sobrantes	-3
2	A.1.2. Nivelación y Pavimentación	-2
3	A.4.1. Circulación	-1

Fuente: Cuadro: Matriz de interacciones en la fase de construcción

En definitiva, podemos concluir manifestando que una vez que se ha realizado la identificación, valoración y evaluación de los impactos que generaría la construcción y funcionamiento del Complejo Turístico en la parroquia Guapán, arroja como resultado definitivo la prácticamente nula incidencia de cualesquier tipo de impacto derivado de las diferentes acciones y factores, coligiéndose entonces desde todo punto de vista la viabilidad del proyecto en el ámbito ambiental.

6.9. VALORACION ECOLOGICA.

Para el presente estudio hemos considerado que la valoración realizada no es una valoración cuantitativa de la ecología, puesto que consideramos que ese no fue el objeto de estudio y solamente se está dando una visión generalizada del tema.

En este sentido consideramos que la evaluación del presente proyecto lo haremos de manera muy sucinta a: Calidad del suelo, estado de la biodiversidad, estructura arbórea y productividad, para con ésta información tener un referente de un sistema con mayor validez ecológica.

6.9.1 SUELO.

Existe una relación simbiótica entre el suelo y la vegetación forestaria análoga, por cuanto consideramos que a medida que se incrementa la diversidad vegetal se incrementa la fertilidad del suelo y por lo tanto su potencial, por lo que “La vegetación que vemos sobre el suelo, sitio o terreno en el que se emplazará el Complejo Turístico, tiene su origen debajo del mismo, esto permite entender que el suelo es tan importante como el bosque”. Los indicadores seleccionados para evaluar la calidad de suelo fueron: El perfil, densidad aparente y biodiversidad del suelo.

En nuestro caso específico lo que tenemos es un suelo compactado, esto es que afecta el crecimiento de las raíces de las plantas, afecta el movimiento del agua, afecta el desarrollo de plántulas y por lo tanto se restringe el crecimiento radicular, sin signos de actividad biológica, no se observan lombrices.

6.9.2. BIODIVERSIDAD.

La evaluación de la biodiversidad dentro de la parcela, lote o paisaje, se lo realizó mediante apreciación visual, y por la valiosa información proporcionada por la gente local y apoyo bibliográfico.

En nuestro caso específico después de la inspección ocular respectiva al lugar, se pudo determinar y detectar que existe muy poca variabilidad de especies arbóreas y no arbóreas, se podría enumerar en: Eucalipto (*Eucalyptus glóbulos*), Kikuyo (*Pennisetum clandestinum*) y; otras malezas sin importancia ecológica relevante.

El componente Fauna, de igual manera se debe verificar con observaciones visuales en el campo, y en el proyecto planteado se intuye que no existe especies visibles de animales, aves, insectos o mamíferos que puedan ser sacrificados.

6.9.3. ESTRUCTURA ARBOREA.

En el sitio y entorno del mismo se apreció la existente o nula presencia de bosques o árboles, más por el contrario es una zona deforestada a lo largo del tiempo por la

presencia de la industria cementera Guapán para explotar la caliza, elemento fundamental y materia prima principal en la elaboración de cemento.

6.9.4. PRODUCTIVIDAD.

La productividad del terreno se evalúa por la presencia de cultivos para la comercialización o el autoconsumo; sin embargo en nuestro caso, no existe ningún sistema productivo. (Ver Anexo: 6; Foto:6)

VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

De las encuestas realizadas se determinó que las personas están de acuerdo que en la parroquia Guapán perteneciente al cantón Azogues se ejecute y entre en funcionamiento el Complejo Turístico, a su vez se pronunciaron que el balneario generará fuentes de empleo tanto en la fase de construcción como en su funcionamiento, contribuirá por otro lado a reactivar el turismo lo cual permitirá el progreso y adelanto del cantón Azogues en general y de la parroquia Guapán en particular, así como mejora la calidad de vida de los habitantes de la zona.

Mediante el método de Puntos Ponderados se localizó el lugar óptimo en el cual se construirá el Complejo Turístico, mismo que permitirá satisfacer la cantidad demandada por parte de nuestros consumidores.

El Complejo Turístico estará constituido legalmente en una Compañía Anónima y tal conformación se lo hará basándonos estrictamente en lo que está estipulado en la Ley de Compañías Sección VI DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA, y la administración y funcionamiento del mismo estará a cargo del personal idóneo y capacitado.

La inversión y/o costo total del Complejo Turístico asciende al monto USD. 247.177,25 dólares, de este monto el 50% (USD.123.588.63) será cubierto por los tres futuros accionistas del Complejo Turístico en montos iguales de USD. 41.196.23 cada uno, con participación de 100 acciones de USD.411.96 y el otro 50% USD. 123.588,63 será financiado por Instituciones financieras-crediticias locales, a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 10.33% anual.

Tanto la evaluación Financiera como Económica es la parte final de la secuencia de análisis de factibilidad del proyecto, por lo analizado anteriormente se ha determinado que es procedente la creación de un Complejo Turístico (Balneario) en la parroquia Guapán, misma que a más de cubrir la demanda de la población de Azogues y sus Parroquias, contribuirá sobremano a mejorar las condiciones de vida de la población de la zona, y permitirá además a incrementar las fuentes de empleo ya sea en el proceso de construcción misma del Complejo, así como en su ejecución.

En la Evaluación Financiera, siendo el (VAN) Valor Actual Neto el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial y a las inversiones posteriores, hemos llevado al valor presente todos los flujos con un TMAR del 10% dándonos como resultado de un VAN positivo igual a 106.145,56. La tasa interna de retorno TIR se calculó igualando la suma de los flujos descontados a la inversión; obteniendo un TIR es de 22.56% mayor al valor obtenido a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (Costo de oportunidad del Capital), es decir el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero

En la Evaluación Económica, siendo el (VAN) Valor Actual Neto el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial y a las inversiones posteriores, hemos llevado al valor presente todos los flujos con un TMAR del 10% sumado el Beneficio por ahorro que implica la movilización USD. 9.945,60 (consumo de gasolina) , nos da como resultado un VAN positivo igual a 146.907,36. La tasa interna de retorno TIR se calculó igualando la suma de los flujos descontados a la inversión; obteniendo un TIR es de 27.28% mayor al valor obtenido a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (Costo de oportunidad del Capital), es decir el proyecto es rentable desde el punto de vista económico al considerar el beneficio de ahorro por concepto de gasto en movilización

Los índices financieros analizadas garantizan la inversión, así como el análisis de sensibilidad tanto Financiera como Económica sometidas al flujo del efectivo económico a una variación de los ingresos del + - 10% y del + - 15%, con tasas de descuentos (costo de capital) de 10%, dan como resultados Valor Actual Neto positivos y Tasa Interna de Retorno mayores a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR 10% (Costo de oportunidad del Capital).

Del estudio de impacto ambiental se determinó la prácticamente nula incidencia de cualesquier tipo de impacto derivado de las diferentes acciones y factores, coligiéndose entonces desde todo punto de vista la viabilidad del proyecto en el ámbito ambiental.

Se recomienda invertir en el presente proyecto y una vez que entre en funcionamiento se deberá mantener como principal política del servicio: “La satisfacción integra al cliente, mediante un trabajo de equipo, con personal comprometido y consciente de de sus

deberes y obligaciones y con deseos de crecer junto con el Balneario para lograr la confianza de los demandantes de los servicios del Complejo Turístico “Puertas del Sol S.A.”.

VIII BIBLIOGRAFIA.

BID. Banco Interamericano de Desarrollo. (1979). *Proyectos de Desarrollo. Planificación, Implementación y Control*. México: Limusa.

BEDE. (1981) *Sistema de Valoración para un estudio de impacto ambiental* : Quito: Dirección de Evaluación Ambiental.

Bernard. J. Hargadon Jr. (1983). *Principios de contabilidad*, Grupo editorial Norma S.A.

Buarque, Cristovan, Ochoa, Hugo Javier. (1978). *Elementos para la Preparación y evaluación de Proyectos*. Cuenca: Volumen II.

Falconi, C. Ing. (1997-1998). *Estudio Técnico*. AME, Dirección Técnica, Notas utilizadas en las capacitaciones sobre preparación de Proyectos de Inversión.

Falconi, C. Ing. (1997-1998). *Estudio de Mercado*. AME. Dirección Técnica. Notas utilizadas en las capacitaciones sobre preparación de Proyectos de Inversión.

ILPES, (1973). *Guía para la Presentación de Proyecto*. México: Siglo XXI Editores.

ILPES, (1973). *Guía para la Formulación de Proyectos*. México: Siglo XXI Editores. 15ª Edición.

Infante Villarreal, Arturo. (1976). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Bogotá: Banco Popular.

INEC. (2001). *VI Censo de Población y V de Vivienda*.

Ley de Compañías, (2004). Quito: Corporación de estudios y Publicaciones.

Ley Orgánica de Régimen Municipal, (2004) *Legislación conexas*. Quito: Corporación de estudios y Publicaciones.

López, Leautaud. (1975). *Evaluación Económica*, México: Mc Graw Hill.

Melnick. Julio, (1958). *Manual de proyectos de Desarrollo Económico*, Programa CEPAL, Naciones Unidas, México.

Miranda Miranda, Juan José. (2005). *Gestión de Proyectos. Identificación-Formulación-Evaluación Financiera, Económica, Social, Ambiental*. MM Ediciones, Quinta Edición.

- Miranda Miranda, Juan José. (1992). *Los Proyectos, la unidad operativa del desarrollo*. Colombia: Bogotá
- Municipalidad de Azogues. (2003). *Plan Estratégico Cantonal Azogues 2015*. Azogues.
- Municipalidad de Azogues. (2009). *Ordenanza Municipal Sustitutiva de Reglamentación de Uso del suelo Urbano y Rural*, Quito: Registro Oficial número 131 Edición Especial.
- Municipalidad de Azogues. (2008). *Ordenanza para la Gestión de Desechos Sólidos en el cantón Azogues*. Quito.
- Municipalidad de Azogues. (2002). *Ordenanza Municipal de creación de la Unidad de Gestión Ambiental de la Ilustre Municipalidad de la ciudad de Azogues*, Quito.
- Municipio de Azogues. (2004). *El Libro de Azogues*. Edimpres.S.A. Quito.
- Ortega Vivanco, Mayra. Alvarez G, Luz Esther. (2008). *Guía para Diseñar el Proyecto de Tesis*, UTPL, Loja.
- Páez Zamora, Juan Carlos.(1996). *Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental*, Quito, Autoedición e impresión Crearimagen.
- Pearce, D. (1985). *Economía Ambiental*. México: Fondo de Cultura Económica. Ramirez, R. Carlos, *Curso de Legislación Societaria*, Loja: UTPL.
- Ramirez, R. Carlos. (1999). *Curso de Derecho Societario*, Loja: UTPL.
- Vélez Pareja, Ignacio. (2006). *Decisiones de inversión: para la valoración financiera de proyectos y empresas*. Pontificia Universidad Javeriana, Quinta Edición.

IX ANEXOS

ANEXO: 1

1.7 TÉCNICAS UTILIZADAS.

1.6.1. Investigación Bibliográfica.

La información que se requiera para la elaboración del presente trabajo lo obtendremos de Instituciones tales como: Municipio de Azogues (Departamentos de Planificación, Desarrollo Social, Medio Ambiente), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, Registro Civil del Cañar, Cámara de Turismo Provincial del Cañar, Consejo Provincial del Cañar, (Departamento de Planificación), Colegio de Arquitectos del Cañar, Colegio de Economistas del Cañar, Colegio de Ingenieros del Cañar, Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo del Cañar, Ministerio del Ambiente, Junta Parroquial de Guapán entre otras, así como de: Plan Estratégico Azogues 2015 y Libros, Revistas, Periódicos e Internet.

1.6.2. Investigación de campo.

Para la investigación de campo utilizaremos la técnica de encuestas, de tal forma que se pueda obtener datos e información para el análisis de mercado y sus proyecciones futuras. De igual forma se realizará la tabulación de datos en base de los cuales se harán las proyecciones de la demanda así como de los precios por el servicio a brindar.

ANEXO: 2

Encuesta

ENCUESTA			
Buenos días: Con el objeto de realizar el estudio que permita determinar la Viabilidad socioeconómica de la creación de un Complejo Turístico en la parroquia Guapán, y que cubra la demanda de la población de Azogues y sus Parroquias, solicitamos comedidamente responder con veracidad el siguiente cuestionario. Fechade.....de.....2.010			
1.-INFORMACIÓN GEOGRAFICA			
Cantón.....		Parroquia.....	
2. DATOS GENERALES			
Sexo: Masculino		Femenino	
Nro. Miembros de la Familia		Nro. Miembros que trabajan	
Edad:		Instrucción:	
		a) Primaria	
		b) Secundaria.....	
		c) Superior.....	
		d) Otra	
3.- DATOS ESPECIFICOS (CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS)			
3.1.- Existe cerca de su hogar un balneario en donde pueda recrearse ?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.2.- Usted y su familia acuden a algún balneario ?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.3.-Con que frecuencia acuden al balneario: Semanalmente		Mensualmente.....Otros.....	
3.4.- Que balneario visita usted?			
Cuenca			
Sageo			
Tambo			
Azogues			
Ninguno			
3.5.- De los servicios que brinda el balneario, cuál de ellos prefiere?		
3.6.- Cada vez que acude al balneario, Cuánto gasta? Usd.....		
3.7.- En caso de entrar en funcionamiento el balneario, estaría dispuesto a utilizarlo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.8.-Indique que servicio le gustaría que le brinde el balneario?		
3.9.- Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por el uso de la piscina, baños turco, sauna e hidromasajes, por adulto y niño?			
	<u>Adultos</u>	<u>Niños</u>	
a) <1.50	<input type="checkbox"/>	<1.50	<input type="checkbox"/>
b) \$ 2.00	<input type="checkbox"/>	\$ 2.00	<input type="checkbox"/>
c) \$ 3.00	<input type="checkbox"/>	\$ 3.00	<input type="checkbox"/>
d) \$ 4.00	<input type="checkbox"/>	\$ 4.00	<input type="checkbox"/>
e) \$ 5.00	<input type="checkbox"/>	\$ 5.00	<input type="checkbox"/>
f) >5.00	<input type="checkbox"/>	>5.00	<input type="checkbox"/>
3.10.- Cree usted que en el momento en que se abra el balneario mejorara los ingresos de la zona?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.11.- Considera usted que al iniciar la construcción y entrar en funcionamiento el balneario, permitirá disminuir el desempleo en la zona?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.12.- Cree usted que los residentes de la zona serán beneficiarios directos de las nuevas fuentes de empleo que se generen?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.13.- Cree usted que al aperturarse el balneario, los residentes cercanos al mismo, estarían en capacidad de abrir nuevos negocios?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.14.- Cree usted que este proyecto mejorará las condiciones de vida de la población residente en esta zona?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.15.- Considera Ud.que al entrar en funcionamiento el balneario, permitirá reactivar el comercio en las zonas aledañas al Complejo.		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3.16.- Considera Ud.que al entrar en funcionamiento el balneario, contribuirá a incrementar el turismo en la Parroquia Guapán?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
GRACIAS POR SU COLABORACION Y QUE TENGA UN BUEN DIA.			

ANEXO: 3

MICROLOCALIZACION, CENTRO CONSOLIDADO DE LA PARROQUIA GUAPAN

FOTO: 1



FOTO: 2

VISTA PANORÁMICA DE LA PARROQUIA



ANEXO: 4

FOTO: 3

FUENTES DE CAPTACION DE AGUAS TERMALES



FOTO: 4



ANEXO: 5

FOTO: 5
VIA PRINCIPAL DE ACCESO



ANEXO: 6

FOTO: 6

TERRENOS SIN PRODUCTIVIDAD EN SITIO

