



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN EMPRESAS Y NEGOCIOS

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

***PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO
TURÍSTICO EN LA QUINTA “MIRAFLORES”***

AUTOR(A)

DANIELA ALEJANDRA VACA ALBAN

DIRECTOR

ING. NELSON CERDA

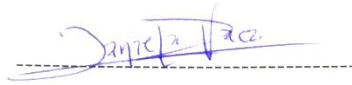
QUITO -ECUADOR

2016

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Responsabilidad

Yo, Daniela Alejandra Vaca Albán, con el número de cédula 171623141-8, por medio de la presente declaro que el trabajo realizado es de mi autoría y no constituye copia ni plagio, constituyéndome como un documento único.



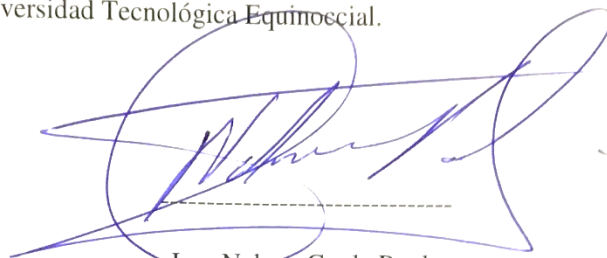
Daniela Alejandra Vaca Albán

171623141-8

AUTORA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la señorita Daniela Alejandra Vaca Albán, bajo mi dirección cumpliendo con los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial.



Ing. Nelson Cerda Prado

DIRECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Marcelo y Cecilia, quienes me han brindado su apoyo y amor para poder lograr mis sueños y alcanzar mis metas, quienes gracias a su sacrificio han sido un ejemplo de trabajo y perseverancia.

A mi hija, Fiorella, quien no solo es mi motor sino mi motivación para culminar mi carrera y alcanzar todos mis sueños. Por ella y para ella.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera especial al Ing. Nelson Cerda Prado, director de mi plan de titulación, quién su preciado tiempo para la terminación de este trabajo.

A Dios, quién me ha bendecido con salud y vida para concluir felizmente cada etapa de mi vida.

A mis padres y hermano quienes nunca dejaron de creer en mí y siempre se han sentido orgullosos de todos mis logros.

A mi hija Fiorella, quien me ha prestado el tiempo que le pertenecía para culminar mis estudios y por ser mi motivación todos los días de mi vida.

A mi esposo, Jacob, quién me ha brindado de su apoyo y comprensión en los buenos y malos momentos y quién me ha sabido impulsar a seguir adelante.

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1716231418
APELLIDO Y NOMBRES:	VACA ALBÁN DANIELA ALEJANDRA
DIRECCIÓN:	LINO CURIMA OE5-42 Y PIO DURE
EMAIL:	daniela.vaca14@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022668352
TELÉFONO MOVIL:	0999929874

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA QUINTA “MIRAFLORES”
AUTOR O AUTORES:	DANIELA ALEJANDRA VACA ALBÁN
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	10/10/2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	ING. NELSON CERDA
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN EMPRESAS Y NEGOCIOS
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>En la actualidad se ha podido percibir que la recreación turística juega un papel importante en nuestro país siendo uno de los principales ingresos económicos para el mismo, por lo tanto en el presente trabajo se planteará la creación de un nuevo producto turístico en la Quinta Miraflores ubicada en la ciudad de Machachi, el cual permitirá reconocer y puntualizar los principales aspectos operativos, técnicos y financieros para definir la factibilidad del proyecto.</p> <p>La Quinta turística Miraflores se distinguirá por ofrecer varios servicios entre estos: servicio de alimentación, área de piscinas y actividades recreativas con la naturaleza. La quinta tiene una hectárea de extensión, es muy amplia y acogedora para todos sus futuros visitantes.</p> <p>Este proyecto parte de la iniciativa para empezar un negocio aprovechando un bien familiar con el fin de fructificar la quinta para proponer una alternativa turística diferente e innovadora, de esta manera captar la atención de los potenciales clientes y generar auge turístico a la ciudad de Machachi.</p>

	<p>captar la atención de los potenciales clientes y generar auge turístico a la ciudad de Machachi.</p> <p>El plan de titulación tiene 6 capítulos, dónde se especifican los estudios de: mercado, técnico y financiero para comprobar la factibilidad del proyecto.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>Nowadays, we are able to see that recreational tourism plays an important role in our country being one of the main source of income. Therefore here we will show the creation of a new tourism product in the Quinta Miraflores located in the town of Machachi, in which we will recognize and point out the major operative, technical and financial aspects to define the workability of this project.</p> <p>The tourist Quinta Miraflores will distinguished by offering several services such as: food, pool areas, and recreational activities in the nature. The Quinta has an extension of a hectare it is very wide and welcoming for future visitors.</p> <p>This project is part of the initiative to start a business taking advantage of a family property to propose a different and innovative tourism alternative to capture the attention of potential customers and generate tourism to bloom in the town of Machachi.</p> <p>The plan has 6 chapters, where is specified the studies of market, technical and financial to prove the workability of the project.</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



VACA ALBÁN DANIELA ALEJANDRA

1716231418

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VACA ALBÁN DANIELA ALEJANDRA**, CI. **1716231418** autor/a del proyecto titulado: **Plan de negocios para la creación de un producto turístico en la quinta “Miraflores”**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN EMPRESAS Y NEGOCIOS** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 10 de octubre de 2016.



VACA ALBÁN DANIELA ALEJANDRA

1716231418

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	1
1.1 El problema de investigación	1
1.1.1 Problema a investigar	1
1.1.2 Objeto de estudio teórico	1
1.1.3 Objeto de estudio práctico	1
1.1.4 Planteamiento del problema	1
1.1.5 Formulación del problema	1
1.1.6 Sistematización del problema	2
1.1.7 Objetivo general	2
1.1.8 Objetivos específicos	2
1.2 Marco Referencial	3
1.2.1 Marco teórico	3
CAPÍTULO 2	15
2.1 Metodología General	15
2.1.1 Nivel de estudio	15
2.1.2 Modalidad de investigación	15
2.1.3 Método	16
2.1.4 Población y muestra	16
2.1.5 Selección de instrumentos	18
2.1.6 Procesamiento de datos	18
2.2 Metodología Específica	19
Objetivo 1: Realizar un estudio de mercados para determinar los posibles consumidores, competidores, proveedores y estrategias comerciales para garantizar la viabilidad de la Quinta Miraflores.	19
Objetivo 2: Ejecutar un estudio técnico por medio del cual se establecerá el tamaño, ingeniería, organización y tecnología para la Quinta Miraflores.	19
Objetivo 3: Elaborar un estudio financiero que permita determinar la inversión para la creación del proyecto y su rentabilidad de la Quinta Miraflores.....	20
CAPÍTULO 3	23

3.1 Recolección y tratamiento de datos	23
3.2 Proyección de la demanda.....	32
3.3 Oferta.....	34
3.3.1 Determinación de la oferta	34
3.3.2 Cuantificación de la oferta.....	34
3.4 Canales de comercialización	35
3.5. Proveedores	35
CAPÍTULO 4.....	36
4.1 Macro localización	36
4.2 Micro localización.....	36
4.3 Tamaño del proyecto.....	37
4.3.1 Aplicación de tamaño óptimo de la planta	37
4.4 Proceso Operacional.....	39
4.4.1 Flujograma de proceso.....	39
4.5 Organigrama estructural.....	40
CAPÍTULO 5.....	41
5.1 Inversiones	41
5.2 Plan de inversiones.....	42
5.3 Análisis salarial	43
5.4 Costos de producción	44
5.5 Gastos administrativos	45
5.6 Gasto ventas	46
5.7 Capital de trabajo	47
5.8 Estado de fuentes y usos.....	48
5.9 Gasto financiero	49
5.10 Ingresos	50
5.11 Estado de pérdidas y ganancias	51
5.12 Balance general	52
5.13 Flujo de caja directo	53
5.14 Costo de oportunidad	54
5.15 Valor actual neto	54

5.16 Tasa interna de retorno.....	55
5.17 Período de recuperación de la inversión	55
CAPÍTULO 6.....	56
6.1 Conclusiones	56
6.2 Recomendaciones.....	57
BIBLIOGRAFÍA	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Diagrama de Producto Turístico	7
Gráfico No. 2 Mapa de ubicación cantón Mejía	9
Gráfico No. 3 Mapa político del cantón Mejía	9
Gráfico No. 4 Edad	23
Gráfico No. 5 Género	24
Gráfico No. 6 Lugar de procedencia	25
Gráfico No. 7. ¿Practica usted actividades relaciones con la naturaleza?	26
Gráfico No. 8 ¿De las siguientes actividades cual es la que más le gusta?	27
Gráfico No. 9 ¿Conoce usted un lugar en Machachi donde se realicen este tipo de actividades?	28
Gráfico No. 10 ¿Estaría dispuesto a visitar una quinta agro turística en la ciudad de Machachi?	29
Gráfico No. 11 Si usted ha visitado un lugar agro turístico con anterioridad indique su grado de satisfacción?	30
Gráfico No. 12 ¿Cuál considera es la característica más relevante para la Quinta agro turística?	31
Gráfico No. 13 Proyección de la demanda	34
Gráfico No. 14 Macro localización (Mapa político cantón Mejía)	36
Gráfico No. 15 Micro localización (Croquis Quinta Miraflores)	36
Gráfico No. 16 Proceso: Servicio al cliente	39
Gráfico No. 17 Organigrama estructural	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Estructura plan de negocios	6
Tabla No. 2 Registro de visitantes nacionales y extranjeros a las áreas naturales de Ecuador año 2010 - 2014 (dentro o cerca el cantón Mejía)	17
Tabla No. 3 Tabulación Edad	23
Tabla No. 4 Tabulación Género	24
Tabla No. 5 Tabulación Lugar de procedencia	25
Tabla No. 6 Tabulación ¿Practica usted actividades relaciones con la naturaleza?	26
Tabla No. 7 Tabulación ¿De las siguientes actividades cuál es la que más le gusta?	27
Tabla No. 8 Tabulación ¿Conoce usted un lugar en Machachi donde se realicen este tipo de actividades?	28
Tabla No. 9 Tabulación ¿Estaría dispuesto a visitar una quinta agro turística en Ciudad de Machachi?	29
Tabla No. 10 Tabulación Si usted ha visitado un lugar agro turístico con Anterioridad indique su grado de satisfacción	30
Tabla No. 11 Tabulación ¿Cuál considera es la característica más relevante para la quinta agro turística?	31
Tabla No. 12 Registro de visitantes nacionales y extranjeros a las áreas naturales de Ecuador año 2010 - 2014 (dentro o cerca el cantón Mejía)	32
Tabla No. 13 Regresión lineal simple	33
Tabla No. 14 Proyecciones de la demanda para los próximos 10 años en personas	33
Tabla No. 15 Tamaño óptimo de la planta – mano de obra	37

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía No. 1	11
Fotografía No. 2	12
Fotografía No. 3	13
Fotografía No. 4	14

ÍNDICE DE CUADROS FINANCIEROS

Cuadro financiero No. 1 Inversiones	41
Cuadro financiero No. 2 Plan de inversiones	42
Cuadro financiero No. 3 Análisis salarial	43
Cuadro financiero No. 4 Costos de producción	44
Cuadro financiero No. 5 Gastos administrativos	45
Cuadro financiero No. 6 Gasto ventas	46
Cuadro financiero No. 7 Capital de trabajo	47
Cuadro financiero No. 8 Estado de fuentes y usos	48
Cuadro financiero No. 9 Gasto financiero	49
Cuadro financiero No. 10 Ingresos	50
Cuadro financiero No. 11 Estado de pérdidas y ganancias	51
Cuadro financiero No. 12 Balance general	52
Cuadro financiero No. 13 Flujo de caja directo	53
Cuadro financiero No. 14 Costo de oportunidad	54
Cuadro financiero No. 15 Valor actual neto	54
Cuadro financiero No. 16 Tasa interna de retorno	55
Cuadro financiero No. 17 Periodo de recuperación de la inversión	55

RESUMEN

En la actualidad se ha podido percibir que la recreación turística juega un papel importante en nuestro país siendo uno de los principales ingresos económicos para el mismo, por lo tanto en el presente trabajo se planteará la creación de un nuevo producto turístico en la Quinta Miraflores ubicada en la ciudad de Machachi, el cual permitirá reconocer y puntualizar los principales aspectos operativos, técnicos y financieros para definir la factibilidad del proyecto.

La Quinta turística Miraflores se distinguirá por ofrecer varios servicios entre estos: servicio de alimentación, área de piscinas y actividades recreativas con la naturaleza. La quinta tiene una hectárea de extensión, es muy amplia y acogedora para todos sus futuros visitantes.

Este proyecto parte de la iniciativa para empezar un negocio aprovechando un bien familiar con el fin de fructificar la quinta para proponer una alternativa turística diferente e innovadora, de esta manera captar la atención de los potenciales clientes y generar auge turístico a la ciudad de Machachi.

El plan de titulación tiene 6 capítulos, dónde se especifican los estudios de: mercado, técnico y financiero para comprobar la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

Nowadays, we are able to see that recreational tourism plays an important role in our country being one of the main source of income. Therefore here we will show the creation of a new tourism product in the Quinta Miraflores located in the town of Machachi, in which we will recognize and point out the major operative, technical and financial aspects to define the workability of this project.

The tourist Quinta Miraflores will distinguished by offering several services such as: food, pool areas, and recreational activities in the nature. The Quinta has an extension of a hectare it is very wide and welcoming for future visitors.

This project is part of the initiative to start a business taking advantage of a family property to propose a different and innovative tourism alternative to capture the attention of potential customers and generate tourism to bloom in the town of Machachi.

The plan has 6 chapters, where is specified the studies of market, technical and financial to prove the workability of the project.

CAPÍTULO 1

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Problema a investigar

Inexistente plan de negocios para la creación de un producto turístico en la Quinta “Miraflores” en la ciudad de Machachi, 2016.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

- Plan de negocios para la creación de un producto turístico

1.1.3 Objeto de estudio práctico

- Quinta “Miraflores”
- Machachi, 2016

1.1.4 Planteamiento del problema

La Quinta “Miraflores” se encuentra en una zona estratégica con gran potencial turístico en el cantón Mejía ciudad de Machachi y puede ser una alternativa de turismo, en donde se ofrezca actividades de recreación con la flora y fauna, servicios de restaurante y recreación deportiva. Por este motivo y notando que la actividad turística en Machachi está creciendo se ha considerado la necesidad de proponer un nuevo producto turístico que brinde un servicio de calidad, el cual además de rendir utilidad también pueda incrementar la popularidad de Machachi como sitio turístico y de recreación.

El gran interés particular de los propietarios de la Quinta “Miraflores” por emprender en la actividad turística, estrechamente relacionado con la sostenibilidad, concibe el estudio de plan de negocios para este proyecto, ya que se desea conseguir líneas de negocios productivos relacionados con las características especiales de la Quinta.

Debido a la contribución de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial se justifica la ejecución de este plan de negocios en el ámbito de Conocimientos y Usos Relacionados con la Naturaleza y el Universo y además por la generación de productos turísticos que permiten el apogeo sostenible del turismo en la ciudad de Machachi.

1.1.5 Formulación del problema

¿Es necesario la creación de un producto turístico en la Quinta “Miraflores” en la ciudad de Machachi, 2016?

1.1.6 Sistematización del problema

- ¿Cómo se podrá realizar un estudio de mercados para determinar los posibles consumidores, competidores, proveedores y estrategias comerciales para garantizar la viabilidad de la Quinta turística Miraflores?
- ¿Cómo se deberá ejecutar un estudio técnico por medio del cual se establecerá el tamaño, ingeniería, organización y tecnología para la Quinta turística Miraflores?
- ¿Cómo se podrá elaborar un estudio financiero que permita determinar la inversión para la creación del proyecto y su rentabilidad la Quinta turística Miraflores?

1.1.7 Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocios para la creación de un producto turístico en la Quinta “Miraflores” en la ciudad de Machachi, 2016.

1.1.8 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercados para determinar los posibles consumidores, competidores, proveedores y estrategias comerciales para garantizar la viabilidad de la Quinta turística Miraflores.
- Ejecutar un estudio técnico por medio del cual se establecerá el tamaño, ingeniería, organización y tecnología para la Quinta turística Miraflores.
- Elaborar un estudio financiero que permita determinar la inversión para la creación del proyecto y su rentabilidad la Quinta turística Miraflores.

1.2 Marco Referencial

1.2.1 Marco teórico

A. *PLAN DE NEGOCIOS*

- **CONCETUALIZACIÓN**

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establece las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto (Definicion.de, 2008).

Un plan de negocios es básicamente una hoja de ruta para el éxito de tu negocio. Muchas personas tienen grandes ideas para los negocios, pero no pueden conseguir que la empresa funcione. Un plan de negocios detalla todas las facetas del mismo y explica la forma en que este será un éxito. Si estás pensando en comenzar un negocio, empieza con el plan de negocios. Hay pocos planes de negocios distintos, ya que como propietario de una empresa, debes utilizar esto como una guía para pensar en cómo hacer que tu negocio funcione (Ireland, 2014)

Un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrían de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borello, 1994)

Un plan de negocios constituye un proceso lógico porque sus análisis, desarrollo, elaboración, objetivos y planes de acción, deben responder a planteamientos racionales: es decir, que estén sustentados por información racional y cuyas conclusiones, a su vez, respondan a un enfoque eminentemente racional. (Center, 1994)

- **CARACTERÍSTICAS**

- i. Debe ser realista.
- ii. Debe ser medible.
- iii. Deben establecerse metas a corto y medio plazo, establecidas como especie de etapas que puedan ser evaluadas.
- iv. Los resultados esperados deben ser claros, no basta con decir que quiere aumentar la participación de mercado, debe establecer cuál es el porcentaje de participación que pretende alcanzar en ese período de tiempo.
- v. Los objetivos no son algo que se escribe para presentar al banco, o al ente que financia, los objetivos son un planteamiento sobre lo que quiere para la empresa, y por tanto deben incluirse los programas y acciones necesarias para el logro de los mismos.
- vi. Los resultados se evalúan, para de esta forma retroalimentar e iniciar el proceso administrativo nuevamente.(Pymmerang, 2013)

Otras características

- Lógico: Su elaboración responde a planteamientos racionales
- Progresivo: Cada parte depende de la anterior siguiendo una “cadena” en secuencia.
- Realista: Constituye un documento eminentemente práctico, basado en la “realidad” de la empresa y sus potencialidades.
- Coherente: Todas las partes de un plan de negocios deben ser consistentes y armónicas entre sí.
- Orientado a la acción: Todas las partes de un plan de negocios deben conducir a la ejecución de acciones específicas, claras y precisas. (Center, 1994)

- **TIPOS**

- i. Según su alcance en el tiempo
 - Planes a corto plazo. Las acciones planteadas no van más allá de un año.
 - Planes a medio plazo. No más allá de 7 años.
 - Planes a largo plazo. Más de 7 años.

ii. Según su alcance en la empresa

- Estratégicos. Estos planes se aplican a toda la empresa, y van dirigidos al logro de los objetivos generales de la empresa.
- Operacionales. Contrariamente a los estratégicos, los planes operacionales se limitan a cierta área operativa de la empresa. Son más limitados que los estratégicos.

iii. Según su especificidad

- Direccionales. Estos planes suelen ser poco específicos, dan una visión bastante general de los objetivos y acciones a realizar para lograrlas.
- Concretos. En contraposición tenemos los planes concretos o específicos, que como su nombre indica concretan claramente las pautas a seguir, no presentan ambigüedad.

iv. Según su frecuencia de uso

- Únicos. Estos son planes que se definen para el logro de algo muy puntual, por ejemplo, la organización de una feria o la introducción de un producto en un nuevo mercado. Son planes que en teoría no se volverán a aplicar una vez logrado dicho objetivo.
- Permanentes. Al contrario que los anteriores, éstos son disposiciones ordenadas para el cumplimiento de objetivos permanentes en una empresa, como puede ser el plan de atención al cliente, o el plan de desarrollo de los recursos humanos. (Pymerang,2013).

- ESTRUCTURA

TABLA No.1

SECCIONES	PROPÓSITO DE LA SECCIÓN
1. Misión de la empresa	Responder a las preguntas: ¿Para qué existe en realidad la empresa? ¿Cuál es su propósito?
2. Objetivos	Establecer con precisión lo que se pretende lograr como resultado de la gestión de la empresa.
3. Análisis FODA	Identificar los obstáculos que se interponen al logro de los objetivos y las condiciones positivas que favorecen dicho logro.
4. Planes de acción	Determinar las acciones que se deben realizar para alcanzar los objetivos establecidos con anterioridad.
5. Presupuestos	En función de los objetivos y los planes de acción, prever los ingresos y gastos de la empresa y las previsiones de rentabilidad.

(Center, 1994)

Elaborado por: Daniela Vaca

B. PRODUCTO TURÍSTICO

- CONCEPTUALIZACIÓN

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de consumidores y en la aceptación del mercado. (Ruiz, 2011)

El producto es el “conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades”. El producto turístico incluye los atractivos del destino, así como las industrias “soporte” de la actividad turística. Pero es un error pensar que el producto es solo hotel + restaurante + recurso. Éste debe incluir el valor experiencial, ayudar a vender el destino. La experiencia turística incluye el proceso de obtención de información, la planeación y la reserva del viaje, la guía, el transporte, la interacción con la población local, y por supuesto el compartir. Para entender el concepto de producto turístico, debemos conocer los

conceptos de patrimonio, recursos y destino. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) el patrimonio turístico es el “Conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre”. Una playa o una montaña, por ejemplo. . (Turistic Innovación del Turismo, 2012)

GRÁFICO No.1

Diagrama de Producto Turístico



Fuente: Turistic Innovación del Turismo

El recurso turístico son “los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. Es por ejemplo esa misma playa, pero ya con infraestructura de acceso, para poder llegar a ella y disfrutarla. El destino es “un espacio físico que incluye productos turísticos, atracciones e industria soporte así como recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos”. (Turistic Innovación del Turismo, 2012)

- **CARACTERÍSTICAS**

- v. Generación de empleos, activar el sector económico de la localidad. Generación de trabajos para la población con experiencia o sin experiencia en el ramo turístico.
- vi. Estimulan la creación de pequeñas empresas: el turismo es una actividad económica en la que dominan la micro, pequeña y mediana empresa, si se

planifican con cuidado pueden desarrollar muchas oportunidades para los productores locales.

- vii. Atraen inversión extranjera: los principales motivos para el desarrollo turístico es atraer inversión extranjera, se ponen en marcha muchos proyectos, se da una fuerte inversión a la infraestructura y se generan ingresos para las empresas locales y por supuesto para lo comunidad.
- viii. Creación de nuevas actividades turísticas: con el desarrollo nuevos productos y destinos, se crean muchas actividades que el turista podrá disfrutar, ya sean recreativas, culturales y de diversión. (Entrepreneur, 2012)

C. MACHACHI

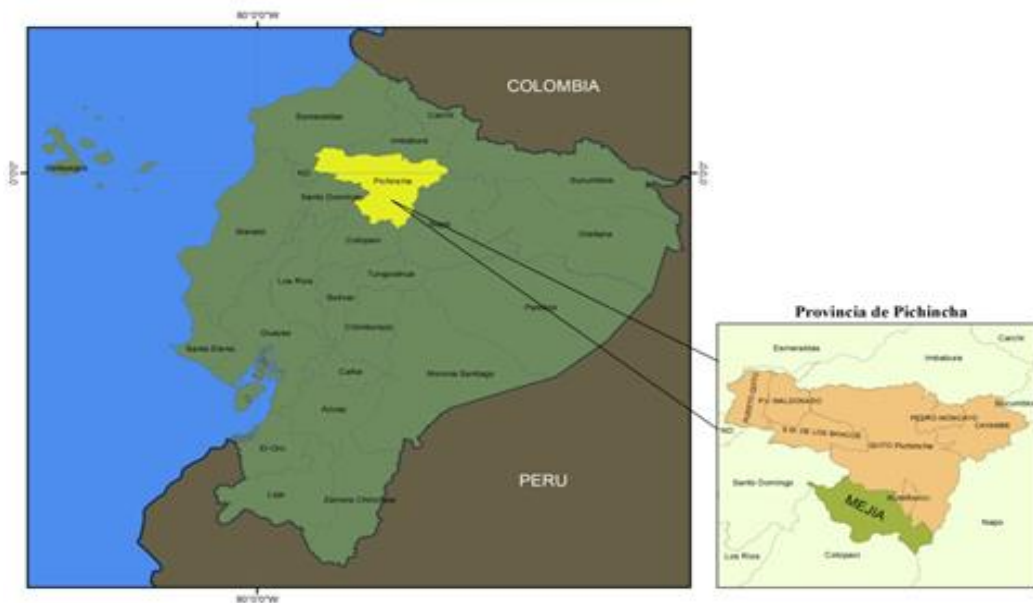
- **LOCALIZACIÓN**

Machachi, capital del Cantón Mejía en la provincia de Pichincha. Está ubicada aproximadamente a 40 minutos al sur de Quito.

El cantón Mejía está ubicado al sur-orientado de la provincia de Pichincha, a tan solo 45 minutos de la ciudad de Quito, Capital del Ecuador. Se asienta majestuoso en un valle de suelo fértil, envuelto de una infinidad de paisajes naturales entre montañas y nevados, que lo convierten en un maravilloso lugar visitado por turistas nacionales e internacionales.

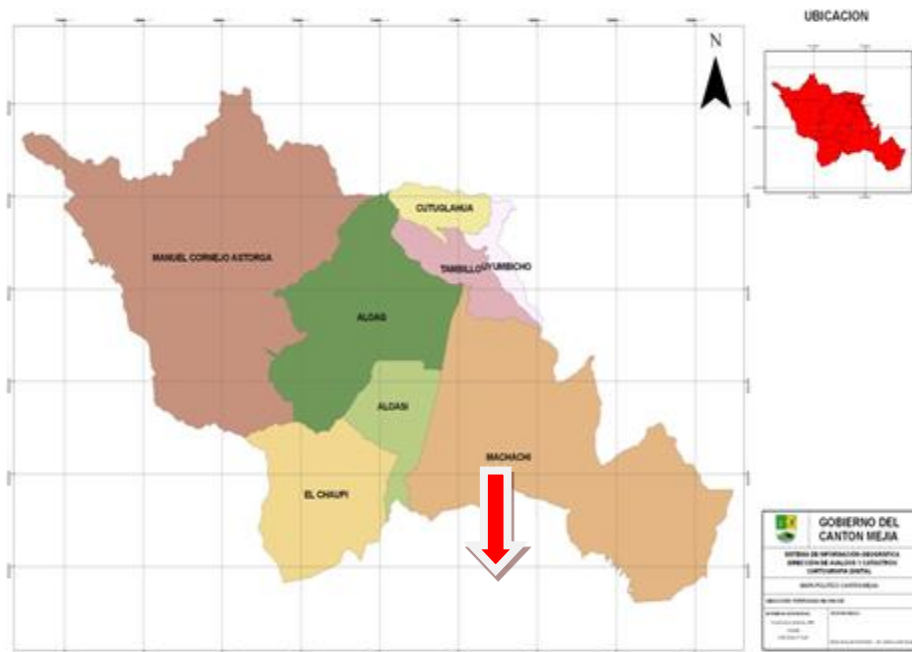
Mejía fue creado, mediante Decreto Oficial, el 23 de julio de 1883 y lleva su nombre en honor al ilustre quiteño José Mejía Lequerica. Está conformado por su Cabecera Cantonal, Machachi, y siete parroquias rurales: Alóag, Aloasí, Cutuglagua, El Chaupi, Manuel Cornejo Astorga (Tandapi), Tambillo y Uyumbicho. (Municipiodemejia.gob.ec, s.f.)

GRAFICO No.2
 MAPA DE UBICACIÓN CANTÓN MEJÍA



Fuente: Municipio de Mejía

GRÁFICO No.3
 MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN MEJÍA



Fuente: Municipio de Mejía

- **GEOGRAFÍA**

Machachi se encuentra asentada en el sur de la provincia de Pichincha, en el centro norte de la Región Interandina del Ecuador. La ciudad está asentada sobre un extenso valle a 2945 metros sobre el nivel del mar, en medio de los volcanes: Pasochoa, Rumiñahui y Corazón; también se encuentra muy próximo a las cumbres nevadas Cotopaxi e Iliniza que influyen mucho en el clima de Machachi. (Municipiodemejia.gob.ec, s.f.)

- **CLIMA**

La temperatura anual promedio en Machachi es de 15,4 °C, con mínimas anuales promedio de 11,7 °C y máximas anuales promedio de 21,2 °C. En el año la temperatura mensual promedio es bastante estable, no existe variaciones extremas de cambios de temperatura de un mes con otro. (Municipiodemejia.gob.ec, s.f.)

- **POBLACIÓN**

Según los datos del Inec en el Censo del 2010 la población de Machachi es de 27.623 habitantes dentro de una superficie de 467,98 km². (Municipiodemejia.gob.ec, s.f.)

- **RESEÑA**

Es un pueblo dedicado a la agricultura y ganadería, donde además se puede disfrutar de la naturaleza, las tradiciones y las fiestas populares. Capital del cantón Mejía, tiene una altura de 2.933 msnm (9679 pies). Se encuentra ubicada al sur de la provincia de Pichincha. En idioma Panzaleo significa: Gran terreno activo. Como vocablo quechua significa: Valle que con su belleza de colorido al embriagarse produce sueño proviniendo de Ma = extensión, Chi = vivo, Machang = marearse. Las montañas de Machachi son la cuna de muchas vertientes y el mismo suelo es un perenne afloramiento de aguas termales y minerales. Se puede mencionar a las Vegas de San Pedro que están saturadas de aproximadamente 22 fuentes cuyas propiedades químicas y terapéuticas son invalorable. Este rincón se distingue por su gastronomía es basada en recetas ancestrales elaboradas con los productos de nuestra tierra. Entre las delicias que ofrece se destacan las tortillas con hornado y el caldo de patas. (Ecuale, 2011)

D. QUINTA “MIRAFLORES”

La Quinta Miraflores tiene aproximadamente una hectárea de extensión cuenta con dos edificaciones: la principal que tiene 500 m² de construcción, y la secundaria que tiene 200 m² de construcción. Como atractivos recreacionales tiene una cancha de vóley, una cancha para jugar cocos (juego nacional), una laguna de patos, aves de corral, juegos infantiles y hermosas jardines

FOTOGRAFÍA No.1



Fuente: Daniela Alejandra Vaca Albán

FOTOGRAFÍA No.2



Fuente: Daniela Alejandra Vaca Albán

FOTOGRAFÍA No. 3



Fuente: Daniela Alejandra Vaca Albán

FOTOGRAFÍA No. 4



Fuente: Daniela Alejandra Vaca Albán

CAPÍTULO 2

2.1 Metodología General

2.1.1 Nivel de estudio

Para la creación del producto turístico en la Quinta “Miraflores” en Machachi se considera adecuado utilizar estudios **exploratorios y descriptivos**.

Estudios exploratorios porque debido a no tener previo estudio sobre la creación del producto turístico, fue necesario que se examine información relevante por medio de estudios de campo, consiguiendo como resultado información esencial que se utilizó como plataforma para el desarrollo del proyecto.

Estudios descriptivos ya que uno de los objetivos de la investigación es conocer características significativas de las personas, de las comunidades aledañas y del entorno en general relacionado con la Quinta “Miraflores”, para consecuentemente a través de investigación documental evaluar varias dimensiones como la situación actual de la Quinta “Miraflores” en la necesidad de promoverla como producto turístico siguiendo los procedimientos correspondientes para la ejecución del proyecto como tal.

2.1.2 Modalidad de investigación

La modalidad a aplicar será la **documental y de campo**, ya que los resultados obtenidos de estas modalidades llevarán a la creación de un producto turístico tangible en la Quinta “Miraflores” que responderán a necesidades e intereses culturales de la ciudad de Machachi.

Se utilizó la modalidad documental porque se basó en los registros históricos electrónicos y documentos impresos sobre la demanda turística en la ciudad de Machachi para conocer y analizar el mercado dirigido apoyándose de la modalidad de campo donde se recogerá directamente datos esenciales de la Quinta “Miraflores” ya que este es el objeto de estudio como sus principales atractivos a ofertar.

La modalidad de este proyecto se considera la más apropiada para aplicar porque es empleada a una situación existente en este caso un quinta familiar para convertirla en producto turístico. Es una propuesta netamente tangible basada en necesidades previamente establecidas y

ayudándose de procesos innovadores, herramientas de diseño y planificación rigurosa para presentarlas como soluciones creativas y novedosas ante problemas determinados que hacen posible mejorar las condiciones de entretenimiento para los habitantes de Machachi o para todos los turistas que en sus viajes atraviesen por esta ciudad.

2.1.3 Método

El método a utilizar será **inductivo – deductivo** con la finalidad de que pueda aportar conocimientos generales y particulares acerca de la creación de un producto turístico para dar como solución de alternativa de turismo en la ciudad de Machachi la Quinta “Miraflores” ofreciendo actividades de recreación con la flora y fauna, servicios de restaurante y recreación deportiva, cumpliendo con las necesidades de entretenimiento para los posibles clientes en esta ciudad

1.1.4 Población y muestra

Población

Para la población de estudio se consideró a un grupo primordial dentro del sector turístico, que serán los consumidores potenciales. La población serán turistas nacionales y extranjeros que viajen hacia o cerca la ciudad de Machachi.

Tomando en cuenta las principales áreas naturales turísticas dentro el cantón Mejía, considerando su entrada desde su cabecera cantonal Machachi, estos son los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el Anuario de Estadísticas Turísticas de los años 2010 - 2014.

TABLA No. 2

REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A LAS ÁREAS NATURALES DE ECUADOR AÑO 2010 - 2014 (DENTRO O CERCA EL CANTÓN MEJÍA)

No.	ÁREA NATURAL	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
1	Parque Nacional Cotopaxi	121.149	57.504	178.653
2	Reserva Ecológica Los Illinizas	10.659	3.824	14.483
3	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa	14.422	554	14.976
4	Área Nacional Recreación Boliche	34.534	1.634	36.168
		TOTAL		244.280

Fuente: Dirección Nacional de Biodiversidad – Ministerio del Ambiente

Elaborado: Fuente: Daniela Alejandra Vaca Albán

Muestra

Para este criterio se utilizó la siguiente fórmula estadística de elección de la muestra se toma un nivel de confianza del 95% y una margen de error del 5%.

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 p * q}$$

Donde:

N: tamaño de la población

Za: 1.96²

p: proporción esperada = 0.05

q: 1-p = 0.95

d: precisión (5%)

$$n = \frac{244.280*(1.96)^2*(0.05)*(0.95)}{(0.05)^2 (244.280-1) + (1.96)^2*(0.05)*(0.95)}$$

$$n= 72,97$$

$$n= 73$$

2.1.5 Selección de instrumentos

- Focus group: Este instrumento se utilizará con un grupo pequeño de posibles consumidores generalmente esta grupo abarca de 6 a 12 personas con el fin de reunir las y generar opiniones en torno a la creación del producto turístico en la Quinta “Miraflores” de esta manera se podrá recolectar información valiosa que servirá para el desarrollo de la investigación.
- Encuestas: Mediante un cuestionario con una serie de preguntas sobre la creación del producto turístico en la Quinta “Miraflores” se procederá a encuestar al tamaño de la muestra de personas seleccionadas para de este modo poder conocer las opiniones, expectativas y necesidades de los encuestados
- Análisis y fundamentación de documentos: revistas, anuncios, libros, vía internet.

2.1.6 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de la investigación se utilizará un programa estadístico llamado SPSS para la tabulación de las encuestas; y para la observación del focus group y los procedimientos experimentales se considerarán opiniones analíticas de expertos

2.2 Metodología Específica

Objetivo 1: Realizar un estudio de mercados para determinar los posibles consumidores, competidores, proveedores y estrategias comerciales para garantizar la viabilidad de la Quinta Miraflores.

La metodología a implementar para el desarrollo del estudio de mercado es la aplicación de herramientas de recolección de información en este caso una encuesta la que permitirá identificar, cuantificar y proyectar la demanda para la Quinta Miraflores; de esta manera se procede a la tabulación de los resultados que arroje la encuesta para una mejor utilización y así divisar los posibles conflictos para establecer el proyecto. Consecuentemente se prosigue el procesamiento de la información para análisis utilizando métodos de regresión lineal o curva exponencial. De esta manera se realiza la cuantificación de la oferta de lugares turísticos en la ciudad de Machachi: La oferta se determinará a través de la cantidad de empresas que ofrezcan el mismo servicio y que pueden ser vendidos a los consumidores a diferentes precios de mercado. Finalmente se sucederá la identificación de las estrategias comerciales más apropiadas para la creación de producto turístico en la Quinta Miraflores: Se definirá una estrategia comercial adecuada para el proyecto la cual ayudará a maximizar las ventas y a posicionarse en la mente del consumidor mejorando la imagen del proyecto, se utilizará el mix de marketing. (Producto, Precio, Plaza y Promoción). La información recolectada ayudará

Objetivo 2: Ejecutar un estudio técnico por medio del cual se establecerá el tamaño, ingeniería, organización y tecnología para la Quinta Miraflores.

Después de haber identificado los puntos específicos como la demanda, oferta y proveedores en el estudio de mercado se procederá a la realización de una investigación descriptiva en el estudio técnico para poder definir procesos importantes los cuales se implementarán al proyecto utilizando las necesidades del cliente para satisfacerlas. De esta manera se determinará del tamaño óptimo del proyecto y las dimensiones de las maquinarias y equipos necesarias para el desarrollo del proyecto; para lo cual se comparará cuantitativamente la demanda y los proveedores. El tamaño óptimo del proyecto en este caso en particular ya no es necesario determinarlo debido a que la Quinta “Miraflores” está ya establecido en la

ciudad de Machachi. Dentro del estudio técnico es sumamente importante proseguir a la definición de las operaciones principales y secundarias para la ingeniería del proyecto, describiendo los procesos operativos y funcionales mediante un diagrama de flujo. Finalmente pero no menos significado es la selección de equipos y maquinarias para utilizar en el proyecto tomando en cuenta los siguientes factores: proveedores, precio, dimensiones y capacidad; así como también la distribución de la planta mediante un diagrama SLP porque este diagrama propone en escala un plano donde se muestra la distribución de todas las áreas del proyecto.

Objetivo 3: Elaborar un estudio financiero que permita determinar la inversión para la creación del proyecto y su rentabilidad de la Quinta Miraflores.

Posteriormente se desarrolla el estudio financiero donde se recopila la información financiera del proyecto para proyectarla en cuadros analíticos para una mejor evaluación. Como primer paso se determinará los costos totales y la inversión inicial del proyecto mediante el estudio de ingeniería porque depende de la tecnología que se eligió para el proyecto, también se determinará las depreciaciones y amortizaciones de toda la inversión que se especifica al inicio del proyecto, además el cálculo del capital de trabajo y la determinación de gastos, ingresos y otros indicadores financieros. Para un mejor estudio financiero es imprescindible la determinación de la Tasa de rendimiento, cálculo de flujos netos de efectivo, cálculo del costo de oportunidad, valor actual neto, tasa interna de retorno y periodo de recuperación de la inversión para la óptima evaluación financiera del proyecto. De esta manera se llegará a la comprobación de la viabilidad del proyecto y determinación de rentabilidad.

ENCUESTA

PRODUCTO TURÍSTICA QUINTA “MIRAFLORES”

La siguiente encuesta se realizará con el objetivo de conocer la opinión de la población de Machachi acerca de la creación de un producto turístico en la Quinta “Miraflores”

1. EDAD _____

2. GÉNERO
 - FEMENINO
 - MASCULINO

3. LUGAR DE PROCEDENCIA
 - NACIONAL
 - EXTRANJERO PAÍS _____

4. ¿PRACTICA USTED ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA NATURALEZA?
 - SI
 - NO ¿POR QUÉ? _____

5. ¿DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES CUÁL ES LA QUE MÁS LE GUSTA?
 - CABALGATAS
 - FOGATAS
 - OBSERVACIÓN DE ANIMALES DE CAMPO
 - RECREACIÓN DEPORTIVA
 - RESTAURANTE
 - PISCINA
 - CANCHA DE PAINTBALL

6. ¿CONOCE USTED UN LUGAR EN MACHACHI DONDE SE REALICEN ESTE TIPO DE ACTIVIDADES?

- SI
- NO

7. ¿ESTARÍA DISPUESTO A VISITAR UNA QUINTA AGROTURÍSTICA EN LA CIUDAD DE MACHACHI?

- SI
- NO ¿POR QUÉ? _____

8. ¿SI USTED HA VISITADO UN LUGAR AGROTURÍSTICO CON ANTERIORIDAD INDIQUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN SIENDO 1 BAJO Y 10 ALTO Y SU COMENTARIO

- POCO SATISFACTORIO
- SATISFACTORIO
- MUY SATISFACTORIO

¿POR QUÉ? _____

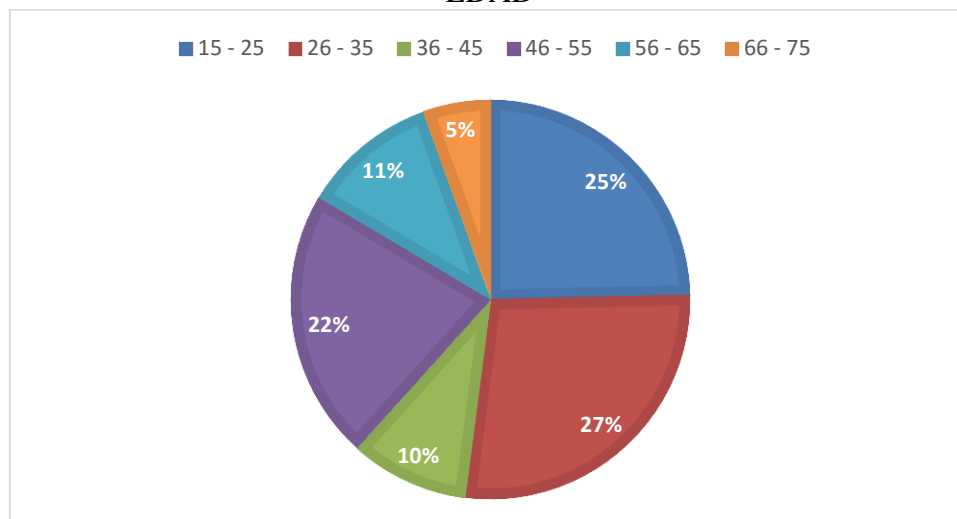
9. ¿CUÁL CONSIDERA ES LA CARACTERÍSTICA MAS RELEVANTE PARA UNA QUINTA AGROTURÍSTICA?

- CALIDAD
- VARIEDAD DE ACTIVIDADES
- PRECIOS ACCESIBLES
- DISTANCIA
- SERVICIOS DE PARQUEADERO

CAPÍTULO 3

3.1 Recolección y tratamiento de datos

GRÁFICO No.4
EDAD



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

TABLA No. 3
TABULACIÓN EDAD

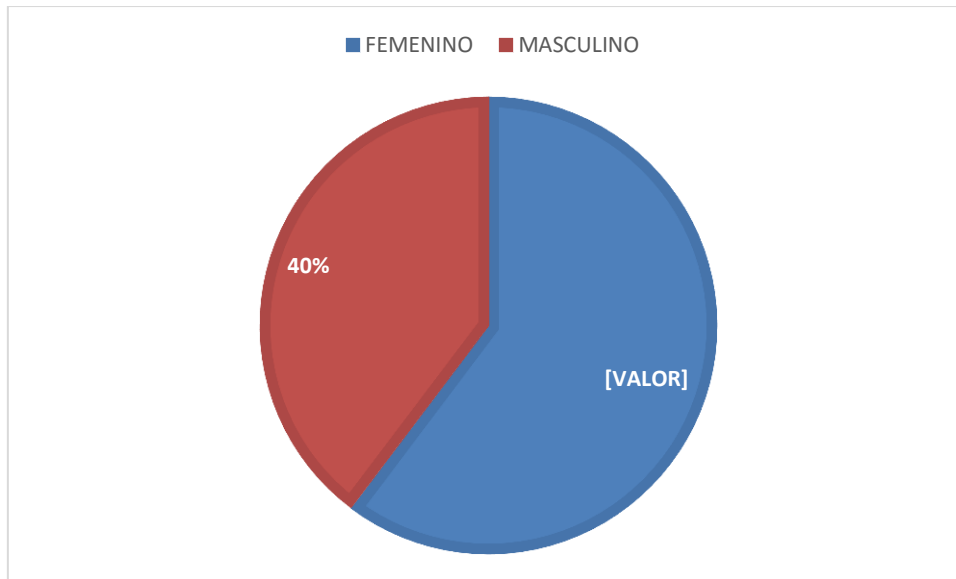
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
15 - 25	18	25%
26 - 35	20	27%
36 - 45	7	10%
46 - 55	16	22%
56 - 65	8	11%
66 - 75	4	5%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis:

De las 73 personas encuestados se ha determinado que la mayoría tienen entre 26 – 35 años con una 27%, seguido de las personas entre 15- 25 años con 25%, luego entre 46 – 55 años con 22%, 56 – 65 años con 11%, 36 – 45 años con 10% y por último 66 – 75 años con 5%.

GRÁFICO No. 5
GÉNERO



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

TABLA No. 4
TABULACIÓN GÉNERO

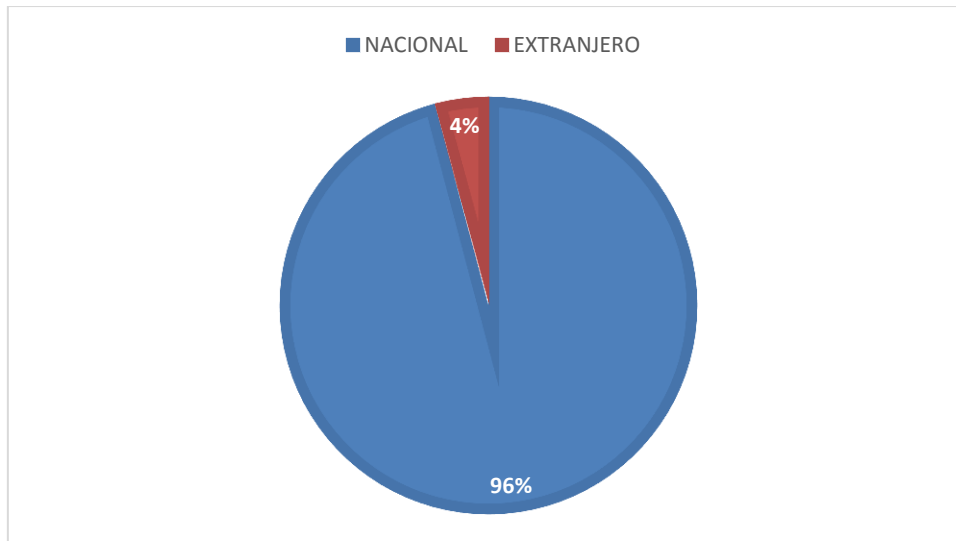
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
FEMENINO	44	60%
MASCULINO	29	40%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis:

Se puede apreciar que de las personas encuestadas la mayoría son mujeres con el 60%, mientras que los hombres son el 40%.

GRÁFICO No.6
LUGAR DE PROCEDENCIA



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

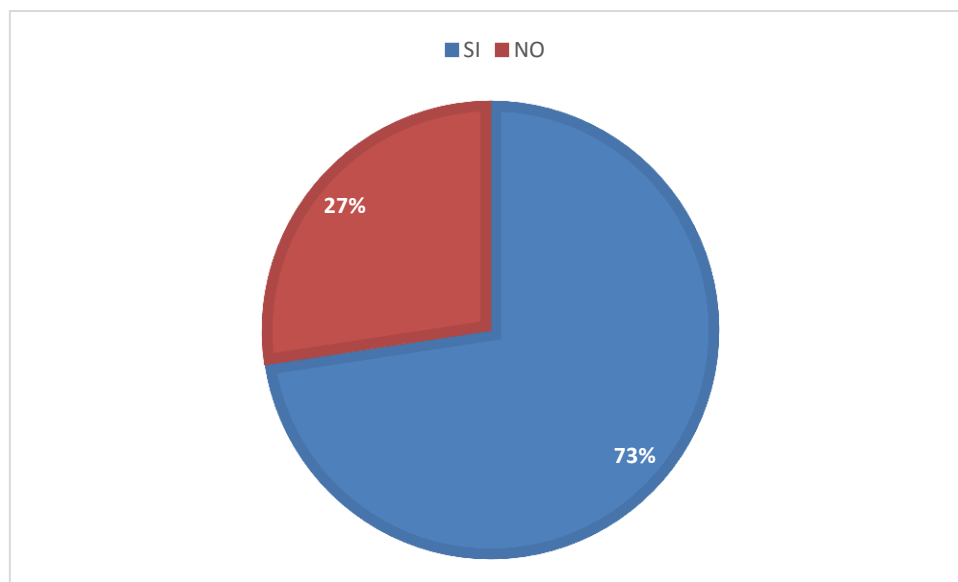
TABLA No. 5
TABULACIÓN LUGAR DE PROCEDENCIA

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
NACIONAL	70	96%
EXTRANJERO	3	4%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: Tan solo el 4% de las personas encuestadas tienen procedencia del extranjero entre ellas de Canadá, Aruba y España, mientras que el 96% es nacional.

GRÁFICO No. 7
 ¿PRACTICA USTED ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA NATURALEZA?



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

TABLA No. 6
 TABULACIÓN: ¿PRACTICA USTED ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA NATURALEZA?

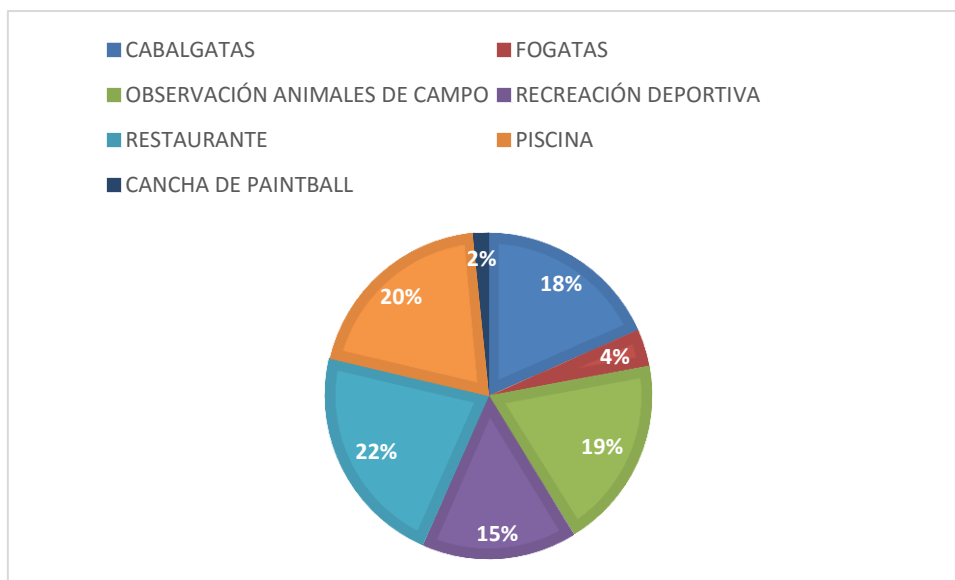
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SI	53	73%
NO	20	27%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis:

De las 73 personas encuestadas la mayoría si realiza actividades relacionadas con la naturaleza con el 73%, mientras que el 27% restante no lo practica por varias razones como por ejemplo falta de tiempo, simplemente no le gusta, no hay lugares apropiados en la ciudad o falta de organización familiar para este tipo de actividades.

GRÁFICO No.8
¿DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES CUÁL ES LA QUE MÁS LE GUSTA?



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

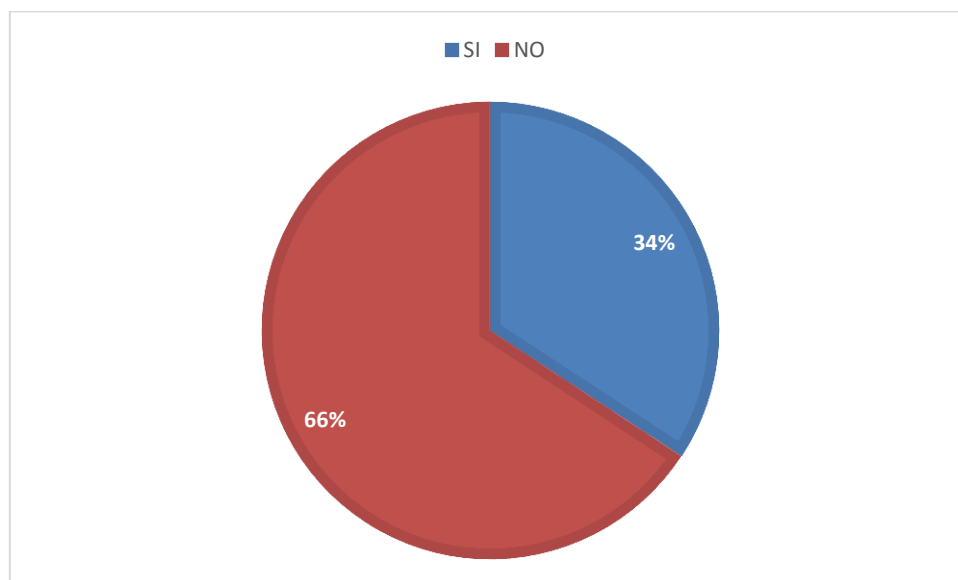
TABLAS No.7
TABULACIÓN: ¿DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES CUÁL ES LA QUE MÁS LE GUSTA?

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
CABALGATAS	25	18%
FOGATAS	5	4%
OBSERVACIÓN ANIMALES DE CAMPO	26	19%
RECREACIÓN DEPORTIVA	21	15%
RESTAURANTE	30	22%
PISCINA	27	20%
PAINTBALL	2	1%
	136	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: Las actividades más atractivas para las personas encuestadas fueron la piscina con 20%, observación de animales de campo con el 19%, cabalgatas 18%, recreación deportiva 15%, área de parrilla 13%, y fogatas y cancha de paintball con el 7%.

GRÁFICO No. 9
 ¿CONOCE USTED UN LUGAR EN MACHACHI DONDE SE REALICEN ESTE TIPO DE ACTIVIDADES?



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

TABLA No. 8
 TABULACIÓN: ¿CONOCE USTED UN LUGAR EN MACHACHI DONDE SE REALICEN ESTE TIPO DE ACTIVIDADES?

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SI	25	34%
NO	48	66%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: De las 73 personas encuestadas la mayoría no conoce un lugar donde se realicen este tipo de actividades con el 66%, mientras que el 34% restante si conoce poniendo como referencia el Café de la Vaca en Machachi.

GRÁFICO No. 10
¿ESTARÍA DISPUESTO A VISITAR A UNA QUINTA AGROTURÍSTICA EN LA CIUDAD DE MACHACHI?



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

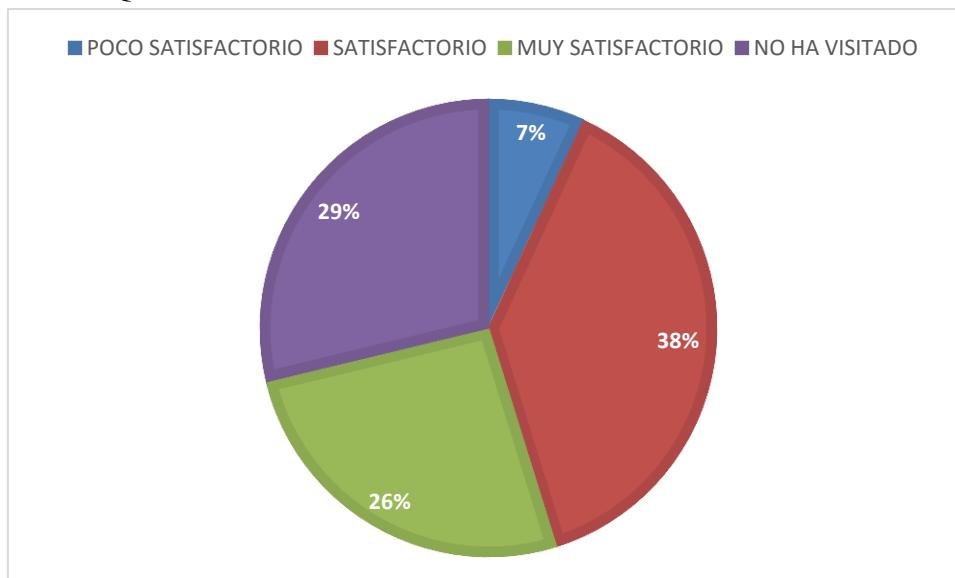
TABLA No. 9
TABULACIÓN: ¿ESTARÍA DISPUESTO A VISITAR UNA QUINTA AGROTURÍSTICA EN LA CIUDAD DE MACHACHI?

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
SI	73	100%
NO	-	-
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: El 100% de las personas encuestadas están dispuestas a visitar la nueva quinta agro turística.

GRÁFICO No. 11
SI USTED HA VISITADO UN LUGAR AGROTURÍSTICO CON ANTERIORIDAD
INDIQUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN Y SU COMENTARIO



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

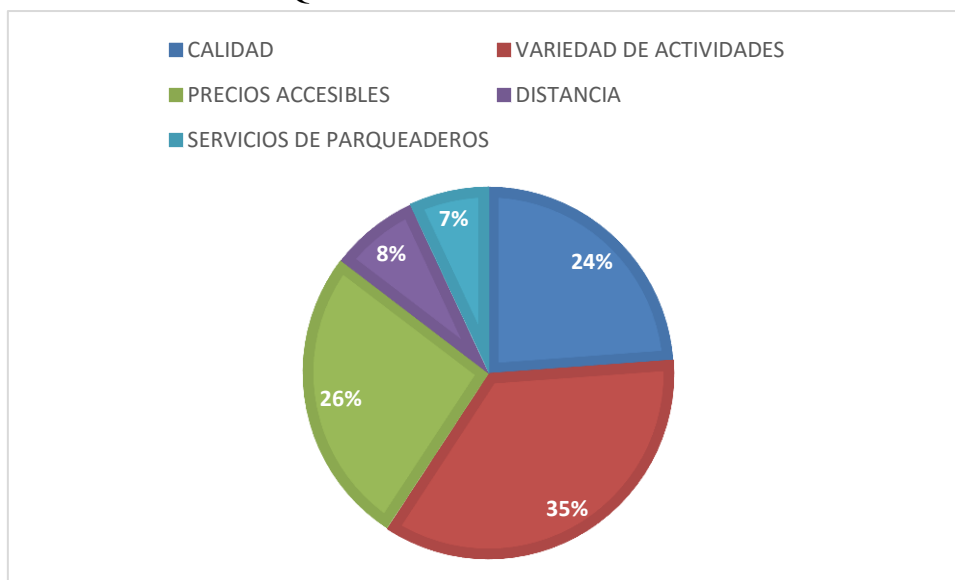
TABLA No. 10
TABULACIÓN: SI USTED HA VISITADO UN LUGAR AGROTURÍSTICO CON
ANTERIORIDAD INDIQUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN Y SU COMENTARIO

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
POCO SATISFACTORIO	5	7%
SATISFACTORIO	28	38%
MUY SATISFACTORIO	19	26%
NO HA VISITADO	21	29%
	73	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: El grado de satisfacción de las personas encuestadas ha variado, el más frecuente es satisfactorio con 38%, el 29% no ha visitado una quinta agro turística, el 26% ha indicado como muy satisfactorio comentado que fue divertido, que el campo da tranquilidad y que el lugar que visitaron fue bonito, mientras que el 7% como poco satisfactorio comentando que al lugar le faltaban instalaciones y variedad de actividades, que la atención fue mala y que el lugar estaba descuidado.

GRÁFICO No. 12
¿CUÁL CONSIDERA ES LA CARACTERÍSTICA MAS REVELANTE PARA LA QUINTA AGROTURÍSTICA?



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

TABLA No. 11
TABULACIÓN: ¿CUÁL CONSIDERA ES LA CARACTERÍSTICA MAS REVELANTE PARA LA QUINTA AGROTURÍSTICA?

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
CALIDAD	31	24%
VARIEDAD DE ACTIVIDADES	46	35%
PRECIOS ACCESIBLES	34	26%
DISTANCIA	10	8%
SERVICIOS DE PARQUEADEROS	9	7%
	130	100%

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

Análisis: A la mayoría de las personas encuestadas considera que la variedad de actividades es el factor más relevante para las características de la quinta, seguida por precios accesibles con el 26%, luego la calidad con el 24%, después la distancia con 8% y por último los servicios de parqueaderos con el 7%.

3.2 Proyección de la demanda

El método a utilizar para determinar la demanda proyectada en los próximos 10 años es regresión lineal simple mediante la cual se establece la ecuación para proyectar que es la siguiente:

$$y = a \pm bx$$

Según los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo se obtiene lo siguiente:

TABLA No. 12

**REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A LAS ÁREAS
NATURALES DE ECUADOR AÑO 2010 - 2014
(DENTRO O CERCA EL CANTÓN MEJÍA)**

		VISITANTES														
N o.	ÁREA NATURAL	2010			2011			2012			2013			2014		
		NACIONA	EXTRANJ	TOTAL	NACIONA	EXTRANJ	TOTAL	NACIONA	EXTRANJ	TOTAL	NACIONA	EXTRANJ	TOTAL	NACIONA	EXTRANJ	TOTAL
1	Parque Nacional Cotopaxi				104.516		153.611	122.481		168.499	161.942		223.836	121.149		178.653
2	Reserva Ecológica Los Illinizas	1.384	1.590	2.974	2.978	1.868	4.846	6.395	1.915	8.310	9.249	2.332	11.581	10.659	3.824	14.483
3	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa	13.303	1.030	14.333	17.396	395	17.791	19.202	739	19.941	18.200	703	18.903	14.422	554	14.976
4	Área Nacional Recreación Boliche	11.863	195	12.058	19.412	396	19.808	38.376	956	39.332	52.611	2.053	54.664	34.534	1.634	36.168
		TOT AL		125.337	TOT AL		196.056	TOT AL		236.082	TOT AL		308.984	TOT AL		244.280

Fuente: Dirección Nacional de Biodiversidad – Ministerio del Ambiente

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

La regresión lineal simple para la proyección de la demanda se calcula a continuación:

TABLA No. 13
REGRESIÓN LINEAL SIMPLE

	x		y	x ²	xy
	Año		Demanda		
	1	2010	125.337	1	125.337
	2	2011	196.056	4	392.112
	3	2012	236.082	9	708.246
	4	2013	308.984	16	1.235.936
	5	2014	244.280	25	1.221.400
Σ=	15		1.110.739	55	3.683.031

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

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

$$b = \frac{(5) 3'683.031 - (15 * 1'110.739)}{(5) 55 - (15)^2}$$

b = 35.081

$$a = \left(\frac{\sum y}{n}\right) - b\left(\frac{\sum x}{n}\right)$$

$$a = \frac{1'110.739}{5} - 35.081\left(\frac{5}{5}\right)$$

a = 116.904

ECUACIÓN PARA PROYECCIONES

y = a ± bx

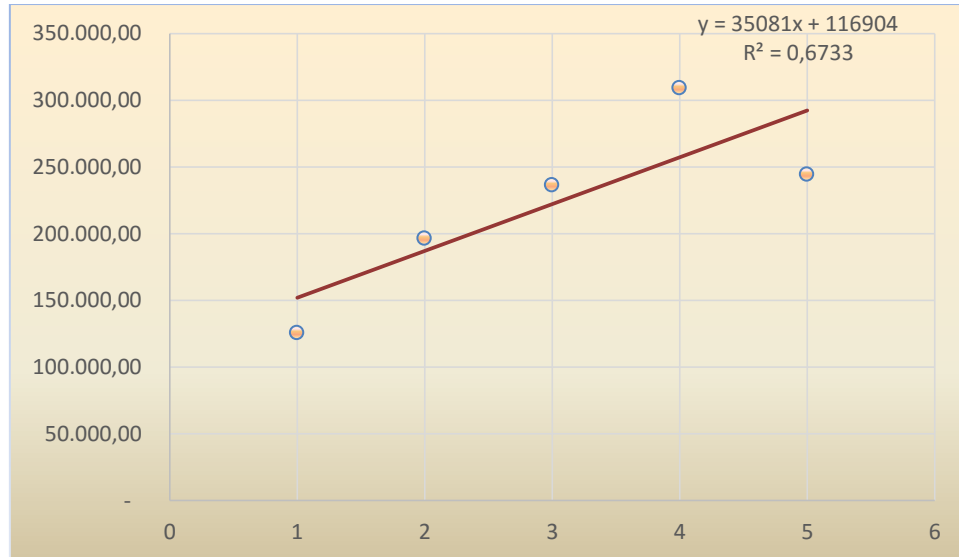
y = 116.904 + 35.081x

TABLA No. 14
PROYECCIONES DE LA DEMANDA PARA LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS EN PERSONAS

AÑO	PROYECCIÓN
2015	327.390,00
2016	362.471,00
2017	397.552,00
2018	432.633,00
2019	467.714,00
2020	502.795,00
2021	537.876,00
2022	572.957,00
2023	608.038,00
2024	643.119,00
2025	678.200,00

GRÁFICO No. 13

PRPYECCIÓN DE LA DEMANDA



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

3.3 Oferta

3.3.1 Determinación de la oferta

La oferta a determinar será la cantidad de áreas naturales turísticas que ofrezcan los mismos servicios y que pueden ser vendidos a los consumidores a diferentes precios de mercado.

3.3.2 Cuantificación de la oferta

En base a la determinación de la oferta se ha podido identificar a varias áreas naturales turísticas o empresas turísticas dedicadas a la actividad similar de este proyecto, la cual vendría a ser la competencia directa.

Áreas Naturales Turísticas o Empresas Turísticas en o cerca la ciudad de Machachi.

RESTAURANTES EN ÁREAS NATURALES TURÍSTICAS

- EL CAFE DE LA VACA
- LA POSADA DEL CHAGRA
- PIZZERÍA EL HORNERO
- TORO BRAVO

ÁREAS NATURALES TURÍSTICAS

- AGUAS MINERALES DE TESALIA
- HACIENDA GUITIG
- HACIENDA EL PEDREGAL
- SUR CAMPESTRE

Es importante considerar que la cuantificación de la oferta estaría incompleta en razón de que existen empresas familiares y unipersonales que no se encuentran legalmente constituidas o registradas; pero para este proyecto se ha tomado en cuenta las empresas turísticas más reconocidas por los consumidores y por su trayectoria.

3.4 Canales de comercialización

El canal de comercialización idóneo la actividad del proyecto que en este caso es de servicio es



3.5. Proveedores

Los proveedores se eligen de una manera cuidadosa debido a que de ellos dependerá la calidad, disponibilidad y variedad del producto así como también la accesibilidad a los precios.

A continuación se presentan los proveedores elegidos para este proyecto:

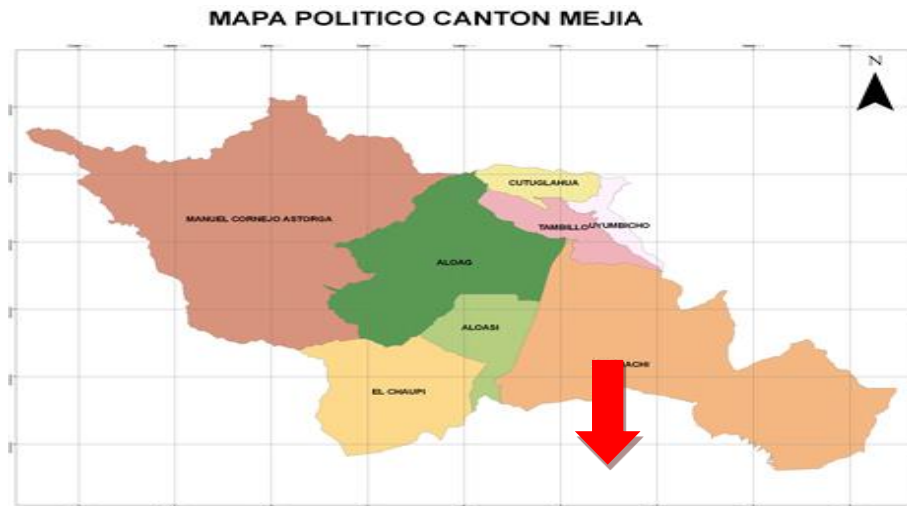
- **PRONACA**
Tiene la variedad más grande de productos alimenticios del país que podrá satisfacer las necesidades del proyecto.
- **TIA S.A**
Ofrece una gran gama de productos de consumo necesarios para el proyecto. Es el más cercano en la ciudad de Machachi.
- **AQUA SERVI**
Empresa dedicada a la construcción y mantenimiento de piscinas con los más altos estándares de calidad.

CAPÍTULO 4

4.1 Macro localización

El proyecto se establecerá en la ciudad de Machachi, cantón Mejía de la provincia de Pichincha.

GRÁFICO No. 14



Fuente: Municipio de Mejía

4.2 Micro localización

El proyecto se encuentra ya localizado en la Quinta Miraflores, a 600 metros de la parada La Avanzada en la Panamericana Sur.

GRÁFICO No.15
CROQUIS QUINTA MIRAFLORES



Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

4.3 Tamaño del proyecto

Se determina el tamaño y dimensión que debe tener la instalación de equipos así como la mano de obra para el proyecto. Después de haber realizado el estudio de mercado en donde la demanda fortalece la viabilidad del proyecto.

4.3.1 Aplicación de tamaño óptimo de la planta

MANO DE OBRA

La Quinta Miraflores tiene un área social ideal para el funcionamiento del restaurante con capacidad para 60 personas. Dispone de 5 meses para 6 personas cada una las que atenderán a clientes en 2 jornadas al día es decir desayunos y almuerzos.

Los días laborales a la semana son 6 es decir 288 días al año determinando la capacidad total anual de 17280 personas. Para poder satisfacer a los posibles consumidores se requiere de mano de obra la cual será primordial para brindar un servicio de calidad.

La mano de obra a necesitar depende generalmente del tamaño del proyecto, debido a que el proyecto es relativamente pequeño y ofrece servicios más no productos y su capacidad por jornada es de 60 personas; se considera primordial el personal detallado a continuación:

TABLA No. 15
TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA – MANO DE OBRA

ÁREA	No. DE PERSONAS	CARGO
ADMINISTRACIÓN	1	GERENTE GENERAL
	1	CAJERO
COCINA	1	CHEF
	2	ASISTENTE DE COCINA
LOGISTICA	3	MESEROS
	2	GUÍAS

Elaborado: Daniela Alejandra Vaca Albán

CAPACIDAD DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Es importante la adquisición de maquinaria y equipos para el funcionamiento del proyecto. Se determina ciertos factores para la adquisición de maquinaria y equipos dentro de los cuales los más influyentes para el proyecto son:

- PRECIO
- DIMENSIONES
- CAPACIDAD
- COSTO DE MANTENIMIENTO

A continuación se procede a enlistar la maquinaria y equipos para el proyecto:

Para el funcionamiento del restaurante dentro de la Quinta:

- Cocina industrial con horno y plancha

Cocina de acero inoxidable con parrillas de 40x40cm fabricadas de acero fundido y plancha asadora construida en lámina de acero al bajo carbono.

- Refrigerador industrial

Fabricado en lámina de acero inoxidable, puertas sólidas, estructura de la base en tubo cuadrado de 40x40x1, 5mm, sistema de refrigeración industrial.

- Mesa de trabajo

Fabricada de acero inoxidable con pernos para regulación de altura

- Campana extractora tipo isla

Fabricada en lámina de acero inoxidable

- Licuadora industrial

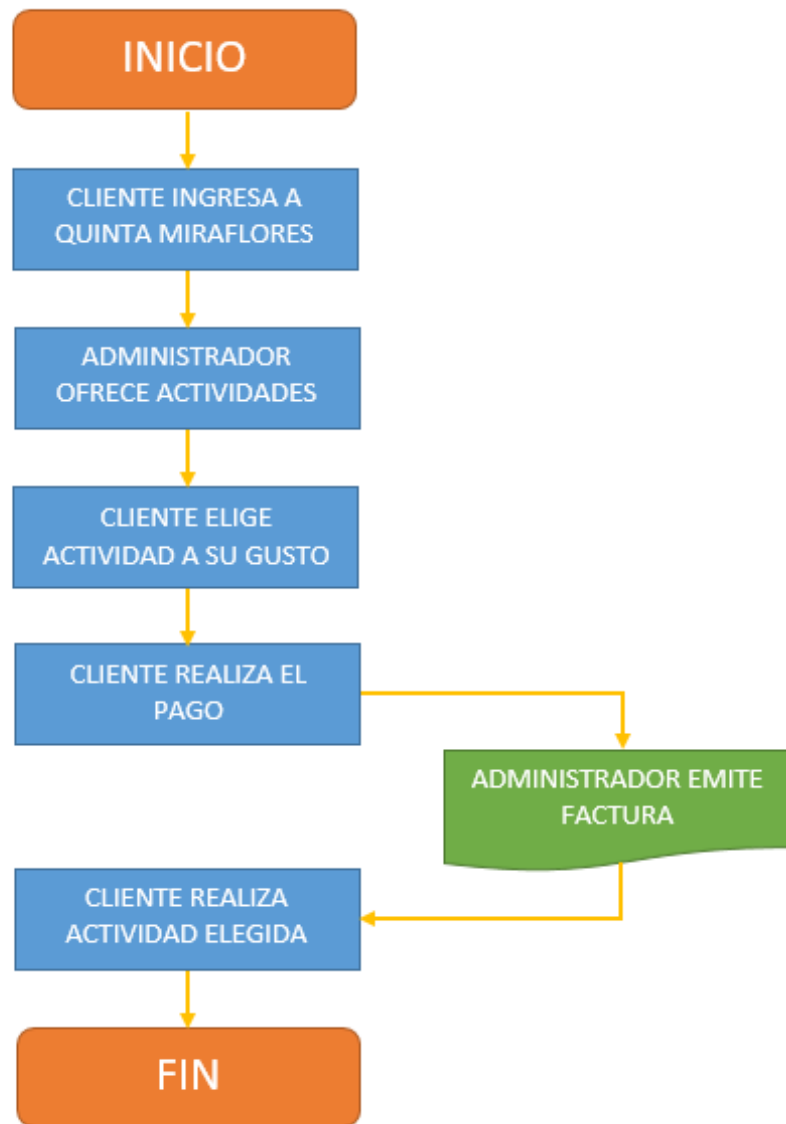
Vaso de acero inoxidable, cuchillas heavy duty.

Para el funcionamiento de la piscina dentro de la Quinta:

- Bomba Pentair Water
Ofrece una operación de eficiente en energía y silenciosa, facilidad de operación y una vida prolongada.
- Filtros Pentair Water
Ofrece filtración óptima con eficiencia, facilidad de instalación y de operación.
- Calentadores Pentair Water
Tiempos de calentamiento rápido, costos de operación bajos.

4.4 Proceso Operacional
4.4.1 Flujograma de proceso

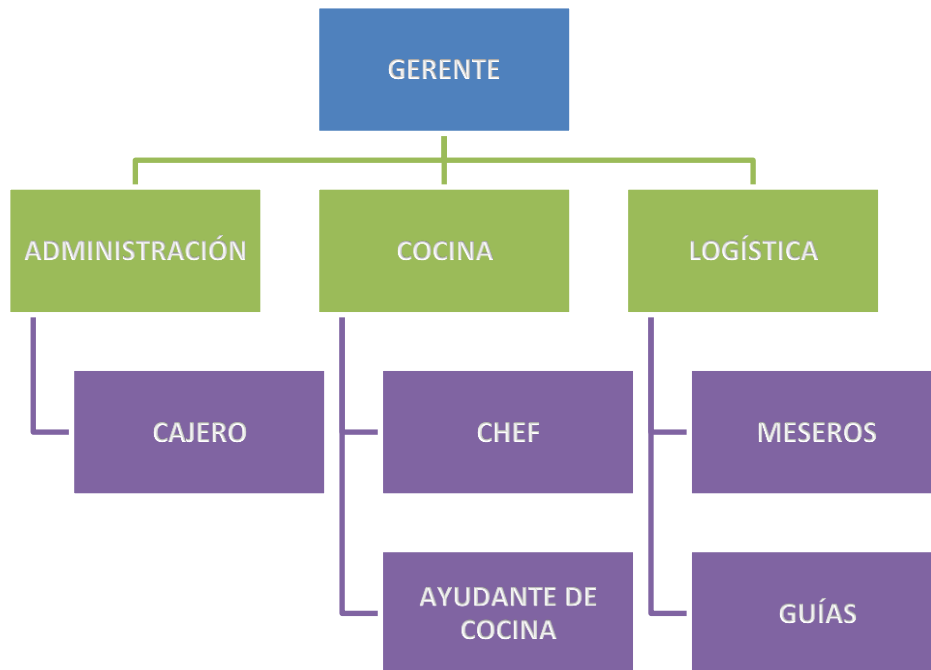
GRÁFICO No. 16
PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE



Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

4.5 Organigrama estructural

GRÁFICO No.17



Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

CAPÍTULO 5

5.1 Inversiones

En la siguiente tabla se observa los activos fijos tangibles, que se clasifican en activos operacionales, administrativos y de ventas. Son los activos necesarios para el desarrollo del proyecto. Como inversión se considera también el capital de trabajo.

CUADRO FINANCIERO No.1

DETERMINACIÓN DE INVERSIONES		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
<i>INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS</i>		<u>210.289,97</u>
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS - OPERACIONALES		201.183,41
Terreno	79.560,00	
Edificio	99.839,64	
Maquinaria y equipo	21.783,77	
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVOS		9.106,56
Equipo de computo	1.366,80	
Muebles y enseres	5.414,16	
Equipo de oficina	2.325,60	
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS - VENTAS		
<i>INVERSIONES INTANGIBLES OTROS ACTIVOS</i>		<u>210,00</u>
Permisos y patentes	150,00	
Tramites de funcionamiento	60,00	
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>		<u>2.531,31</u>
Capital de trabajo operacional	1.856,61	
Capital de trabajo administrativo	593,09	
Capital de trabajo ventas	81,60	
TOTAL INVERSIONES		213.031,28

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.2 Plan de inversiones

A continuación se aprecia el plan de inversiones en donde se define que los activos fijos a reemplazar se los hará cada 3 y 8 años, estos activos son: equipos de computación y maquinaria y equipo:

CUADRO FINANCIERO No. 2

PLAN DE INVERSIONES											
DETALLE	PRE-OPERATIVA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<i>INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS</i>	<u>210.289,97</u>	-	-	-	<u>1.366,80</u>	-	-	-	<u>1.366,80</u>	<u>21.783,77</u>	-
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS - OPERACIONALES	201.183,41	-	-	-	-	-	-	-	-	21.783,77	-
Terreno	79.560,00										
Edificio	99.839,64										
Maquinaria y equipo	21.783,77									21.783,77	
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVOS	9.106,56	-	-	-	<u>1.366,80</u>	-	-	-	<u>1.366,80</u>	-	-
Equipo de computo	1.366,80				<u>1.366,80</u>				<u>1.366,80</u>		
Muebles y enseres	5.414,16										
Equipo de oficina	2.325,60										
INVERSIONES INTANGIBLES OTROS ACTIVOS	210,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Permisos y patentes	150,00										
Tramites de funcionamiento	60,00										
CAPITAL DE TRABAJO	2.531,31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de trabajo operacional	1.856,61										
Capital de trabajo administrativo	593,09										
Capital de trabajo ventas	81,60										
TOTAL INVERSIONES	<u>213.031,28</u>	-	-	-	<u>1.366,80</u>	-	-	-	<u>1.366,80</u>	<u>21.783,77</u>	-

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.3 Análisis salarial

En este análisis salarial se define el talento humano necesario para el inicio del proyecto y sus remuneraciones respectivamente para el primer y segundo año:

CUADRO FINANCIERO No.3

ANALISIS SALARIAL											
DETALLE	# PERSONAS	SUELDO ANUAL	IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL AÑO 1 C/U	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2 C/U	TOTAL AÑO 2
SUELDOS Y SALARIOS DE PRODUCCION								23.984,59	46.062,71	26.377,09	50.645,21
Chef	1	6.000,00	561,00	500,00	365,00	500,00	250,00	7.426,00	7.426,00	8.176,00	8.176,00
Asistente de cocina	2	4.380,00	409,53	365,00	365,00	365,00	182,50	5.519,53	11.039,06	6.067,03	12.134,06
Meseros	3	4.380,00	409,53	365,00	365,00	365,00	182,50	5.519,53	16.558,59	6.067,03	18.201,09
Guías	2	4.380,00	409,53	365,00	365,00	365,00	182,50	5.519,53	11.039,06	6.067,03	12.134,06
SUELDOS Y SALARIOS DE ADMINISTRACION								15.769,93	15.769,93	17.367,43	17.367,43
Gerente	1	8.400,00	785,40	700,00	365,00	700,00	350,00	10.250,40	10.250,40	11.300,40	11.300,40
Cajero	1	4.380,00	409,53	365,00	365,00	365,00	182,50	5.519,53	5.519,53	6.067,03	6.067,03
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS								39.754,52	61.832,64	43.744,52	68.012,64

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.4 Costos de producción

En esta tabla se puede observar cuáles son los costos necesarios y requeridos para el funcionamiento del proyecto, determinando los costos directos e indirectos, y tomando en cuenta también el 2% de imprevistos y de igual manera las depreciaciones.

CUADRO FINANCIERO No. 4

DETERMINACION DE COSTOS DE PRODUCCION										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos Directos										
MOD	46.062,71	50.645,21	52.357,02	54.126,69	55.956,17	57.847,49	59.802,73	61.824,06	63.913,72	66.074,00
Insumos	2.423,60	2.505,52	2.590,20	2.677,75	2.768,26	2.861,83	2.958,56	3.058,56	3.161,94	3.268,81
Gas	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Parcial Costos Directos	49.326,31	53.990,73	55.787,22	57.644,44	59.564,43	61.549,31	63.601,29	65.722,62	67.915,65	70.182,81
Costos Indirectos										
Servicios básicos	1.440,00	1.488,67	1.538,99	1.591,01	1.644,78	1.700,38	1.757,85	1.817,26	1.878,69	1.942,19
Mantenimiento quinta	3.840,00	3.969,79	4.103,97	4.242,69	4.386,09	4.534,34	4.687,60	4.846,04	5.009,84	5.179,17
Parcial Costos Indirectos	5.280,00	5.458,46	5.642,96	5.833,69	6.030,87	6.234,71	6.445,45	6.663,30	6.888,52	7.121,36
Subtotal	54.606,31	59.449,19	61.430,18	63.478,13	65.595,30	67.784,03	70.046,74	72.385,92	74.804,18	77.304,17
Imprevistos	1.092,13	1.188,98	1.228,60	1.269,56	1.311,91	1.355,68	1.400,93	1.447,72	1.496,08	1.546,08
Parcial	55.698,44	60.638,18	62.658,79	64.747,69	66.907,21	69.139,71	71.447,67	73.833,64	76.300,26	78.850,25
Gasto Depreciación	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32	6.453,32
TOTAL	62.151,76	67.091,50	69.112,11	71.201,02	73.360,53	75.593,03	77.900,99	80.286,97	82.753,58	85.303,57

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.5 Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos del proyecto se establecen los sueldos y salarios del personal en el área administrativa así como también los útiles de oficina, los permisos y patentes y los trámites de funcionamiento necesarios para el emprendimiento del proyecto.

CUADRO FINANCIERO No. 5

GASTOS DE ADMINISTRACION										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	15.769,93	17.367,43	17.954,45	18.561,31	19.188,68	19.837,26	20.507,76	21.200,92	21.917,51	22.658,32
Utiles de oficina	1.200,00	1.240,56	1.282,49	1.325,84	1.370,65	1.416,98	1.464,87	1.514,39	1.565,57	1.618,49
Permisos y patentes anual		155,07	160,31	165,73	171,33	177,12	183,11	189,30	195,70	202,31
Tramites de funcionamiento		62,03	64,12	66,29	68,53	70,85	73,24	75,72	78,28	80,92
Internet	474,00	490,02	506,58	523,71	541,41	559,71	578,63	598,18	618,40	639,30
Parcial	17.443,93	19.315,11	19.967,96	20.642,88	21.340,61	22.061,92	22.807,61	23.578,51	24.375,46	25.199,35
Imprevisto	348,88	386,30	399,36	412,86	426,81	441,24	456,15	471,57	487,51	503,99
Subtotal	17.792,81	19.701,41	20.367,32	21.055,73	21.767,42	22.503,16	23.263,76	24.050,08	24.862,97	25.703,34
Gasto depreciaciones	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58	1.106,58
Gasto amortizaciones	210,00									
Total	19.109,39	20.807,99	21.473,90	22.162,31	22.874,00	23.609,73	24.370,34	25.156,66	25.969,55	26.809,92

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.6 Gasto ventas

CUADRO FINANCIERO No.6

GASTOS DE VENTAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Publicidad	2.400,00	2.481,12	2.564,98	2.651,68	2.741,30	2.833,96	2.929,75	3.028,77	3.131,15	3.236,98
Parcial	2.400,00	2.481,12	2.564,98	2.651,68	2.741,30	2.833,96	2.929,75	3.028,77	3.131,15	3.236,98
Imprevistos	48,00	49,62	51,30	53,03	54,83	56,68	58,59	60,58	62,62	64,74
Subtotal	2.448,00	2.530,74	2.616,28	2.704,71	2.796,13	2.890,64	2.988,34	3.089,35	3.193,77	3.301,72
Gasto depreciación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	2.448,00	2.530,74	2.616,28	2.704,71	2.796,13	2.890,64	2.988,34	3.089,35	3.193,77	3.301,72

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.7 Capital de trabajo

CUADRO FINANCIERO No. 7

CALCULO DE CICLO DE CAJA	
DETALLE	
NUMERO DE DIAS DE CUENTAS POR COBRAR	1
NUMERO DE DIAS DE INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	3
NUMERO DE DIAS DE INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	0
NUMERO DE DIAS DE INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADO	0
NUMERO DE DIAS DE CUENTAS POR PAGAR	8

CICLO DE CAJA	12
----------------------	-----------

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO			
DETALLE	VALOR AÑO	VALOR DIA	VALOR CICLO
Capital de trabajo operacional	55.698,44	154,72	1.856,61
Capital de trabajo administrativo	17.792,81	49,42	593,09
Capital de trabajo de ventas	2.448,00	6,80	81,60
<u>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</u>	75.939,24	210,94	2.531,31

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.8 Estado de fuentes y usos

Para el estado de fuentes y usos, se ha considerado el 60% de recursos propios en este caso el aporte de los accionistas y el 40% de recurso ajeno es decir el crédito bancario.

CUADRO FINANCIERO No. 8

ESTADO DE FUENTES Y USOS			
USOS \ FUENTES	TOTAL INVERSION	APORTE ACCIONISTAS	CREDITO BANCARIO
Inversiones Tangibles - Activos Fijos	210.289,97	125.077,46	85.212,51
Inversiones Intangibles - Otros Activos	210,00	210,00	
Capital de Trabajo	2.531,31	2.531,31	
TOTAL INVERSIONES	213.031,28	127.818,77	85.212,51

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.9 Gasto financiero

Para el cálculo del préstamo bancario se toma en cuenta los siguientes indicadores:

CUADRO FINANCIERO No. 9

MONTO	85.212,51	
INTERES	8,84%	
PLAZO	10	AÑOS
PERIODO DE GRACIA	-	AÑOS
P. AMORTIZACION DE CAPITAL	10	AÑOS

PERIODO	SALDO	INTERES	AMORTIZACION CAPITAL	DIVIDENDO
1	76.691,26	7.532,79	8.521,25	16.054,04
2	68.170,01	6.779,51	8.521,25	15.300,76
3	59.648,76	6.026,23	8.521,25	14.547,48
4	51.127,51	5.272,95	8.521,25	13.794,20
5	42.606,26	4.519,67	8.521,25	13.040,92
6	34.085,00	3.766,39	8.521,25	12.287,64
7	25.563,75	3.013,11	8.521,25	11.534,37
8	17.042,50	2.259,84	8.521,25	10.781,09
9	8.521,25	1.506,56	8.521,25	10.027,81
10	-	753,28	8.521,25	9.274,53
INTERES TOTAL		41.430,32		

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.10 Ingresos

En esta tabla se determina los ingresos estimados en un periodo de 10 años. En este proyecto se establecen varios servicios ofrecidos por la Quinta Miraflores:

CUADRO FINANCIERO No. 10

DETERMINACION DE INGRESOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Restaurante										
Personas atendidas	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Precio promedio plato	15,00	15,51	16,03	16,57	17,13	17,71	18,31	18,93	19,57	20,23
TOTAL INGRESOS RESTAURANTE	81.000,00	83.737,80	86.568,14	89.494,14	92.519,04	95.646,19	98.879,03	102.221,14	105.676,21	109.248,07
Piscina										
Personas atendidas	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Precio por uso piscina	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71	5,90	6,10	6,31	6,52	6,74
TOTAL INGRESOS PISCINA	27.000,00	27.912,60	28.856,05	29.831,38	30.839,68	31.882,06	32.959,68	34.073,71	35.225,40	36.416,02
Cabalgatas										
Personas atendidas	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Precio promedio	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57	4,72	4,88	5,05	5,22	5,39
TOTAL INGRESOS CABALGATAS	21.600,00	22.330,08	23.084,84	23.865,10	24.671,74	25.505,65	26.367,74	27.258,97	28.180,32	29.132,82
Observacion animales de campo										
Personas atendidas	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Precio promedio	2,50	2,58	2,67	2,76	2,86	2,95	3,05	3,15	3,26	3,37
TOTAL INGRESOS OBS. ANIMALES	13.500,00	13.956,30	14.428,02	14.915,69	15.419,84	15.941,03	16.479,84	17.036,86	17.612,70	18.208,01
TOTAL INGRESOS	143.100,00	147.936,78	152.937,04	158.106,32	163.450,31	168.974,93	174.686,28	180.590,68	186.694,64	193.004,92

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.11 Estado de pérdidas y ganancias

En este estado se determina si se obtiene como resultado utilidad o pérdida en un periodo de 10 años, en este proyecto se consigue una utilidad a partir del primer año.

CUADRO FINANCIERO No. 11

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	143.100,00	147.936,78	152.937,04	158.106,32	163.450,31	168.974,93	174.686,28	180.590,68	186.694,64	193.004,92
(-) Costo de ventas	(55.698,44)	(60.638,18)	(62.658,79)	(64.747,69)	(66.907,21)	(69.139,71)	(71.447,67)	(73.833,64)	(76.300,26)	(78.850,25)
(=) Utilidad bruta en ventas	87.401,56	87.298,60	90.278,26	93.358,62	96.543,10	99.835,22	103.238,61	106.757,04	110.394,38	114.154,67
(-) Gastos administrativos	(17.792,81)	(19.701,41)	(20.367,32)	(21.055,73)	(21.767,42)	(22.503,16)	(23.263,76)	(24.050,08)	(24.862,97)	(25.703,34)
(-) Gastos de ventas	(2.448,00)	(2.530,74)	(2.616,28)	(2.704,71)	(2.796,13)	(2.890,64)	(2.988,34)	(3.089,35)	(3.193,77)	(3.301,72)
(=) Utilidad operacional	67.160,76	65.066,45	67.294,66	69.598,18	71.979,55	74.441,42	76.986,50	79.617,61	82.337,64	85.149,61
(-) Gasto Financiero	(7.532,79)	(6.779,51)	(6.026,23)	(5.272,95)	(4.519,67)	(3.766,39)	(3.013,11)	(2.259,84)	(1.506,56)	(753,28)
(-) Depreciaciones y amortizaciones	(7.769,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)	(7.559,90)
(=) Utilidad antes de participaciones e impuestos	51.858,07	50.727,04	53.708,53	56.765,32	59.899,98	63.115,13	66.413,49	69.797,87	73.271,18	76.836,43
(-) 15% Participación de trabajadores	(7.778,71)	(7.609,06)	(8.056,28)	(8.514,80)	(8.985,00)	(9.467,27)	(9.962,02)	(10.469,68)	(10.990,68)	(11.525,47)
(=) Utilidad antes de impuestos	44.079,36	43.117,99	45.652,25	48.250,53	50.914,98	53.647,86	56.451,46	59.328,19	62.280,51	65.310,97
(-) 22% impuesto a la renta	(9.697,46)	(9.485,96)	(10.043,49)	(10.615,12)	(11.201,30)	(11.802,53)	(12.419,32)	(13.052,20)	(13.701,71)	(14.368,41)
(=) utilidad / Pérdida del ejercicio	34.381,90	33.632,03	35.608,75	37.635,41	39.713,69	41.845,33	44.032,14	46.275,99	48.578,79	50.942,56

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.12 Balance general

El Balance General también es conocido como Estado de Situación Inicial en el cual se aprecian los activos, pasivos y patrimonio del proyecto. Dentro los activos están los activos fijos necesarios para la iniciación del proyecto al igual que en los pasivos se encuentra el crédito bancario requerido para el financiamiento del proyecto y en el patrimonio está el capital social es decir la aportación de los accionistas.

CUADRO FINANCIERO No. 12

BALANCE GENERAL		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS		213.031,28
Activos Corrientes		2.531,31
Caja - Bancos	2.531,31	
ACTIVOS FIJOS - OPERACIONALES		201.183,41
Terreno	79.560,00	
Edificio	99.839,64	
Maquinaria y equipo	21.783,77	
ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVOS		9.106,56
Equipo de computo	1.366,80	
Muebles y enseres	5.414,16	
Equipo de oficina	2.325,60	
ACTIVOS FIJOS - VENTAS		
OTROS ACTIVOS		210,00
Permisos y patentes	150,00	
Tramites de funcionamiento	60,00	
PASIVOS		85.212,51
Pasivos Largo Plazo		85.212,51
Crédito	85.212,51	
PATRIMONIO		127.818,77
Capital Social	127.818,77	
PASIVO + PATRIMONIO		213.031,28

5.13 Flujo de caja directo

Como flujos de caja se considera a todas las entradas y salidas del dinero que tendrá a lo largo de la vida del proyecto, obteniendo flujos positivos desde el primer año hasta el año 10.

CUADRO FINANCIERO No. 13

FLUJO DE CAJA DIRECTO											
DETALLE	PREOPERATIVA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
I. INGRESOS OPERACIONALES		143.100,00	147.936,78	152.937,04	158.106,32	163.450,31	168.974,93	174.686,28	180.590,68	186.694,64	193.004,92
Ventas		143.100,00	147.936,78	152.937,04	158.106,32	163.450,31	168.974,93	174.686,28	180.590,68	186.694,64	193.004,92
II. EGRESOS OPERACIONALES		75.939,24	82.870,33	85.642,39	88.508,14	91.470,75	94.533,51	97.699,78	100.973,07	104.357,00	107.855,31
Costos de producción		55.698,44	60.638,18	62.658,79	64.747,69	66.907,21	69.139,71	71.447,67	73.833,64	76.300,26	78.850,25
Gastos de administración		17.792,81	19.701,41	20.367,32	21.055,73	21.767,42	22.503,16	23.263,76	24.050,08	24.862,97	25.703,34
Gastos de ventas		2.448,00	2.530,74	2.616,28	2.704,71	2.796,13	2.890,64	2.988,34	3.089,35	3.193,77	3.301,72
III. (I-II) FLUJO OPERACIONAL		67.160,76	65.066,45	67.294,66	69.598,18	71.979,55	74.441,42	76.986,50	79.617,61	82.337,64	85.149,61
IV. NO OPERACIONALES	213.031,28				136,68		-		136,68	2.178,38	2.531,31
Aporte Accionistas	127.818,77										
Crédito	85.212,51										
Recuperación de activos					136,68		-		136,68	2.178,38	
Recuperación Capital de Trabajo											2.531,31
V. EGRESOS NO OPERACIONALES	213.031,28	33.530,21	32.395,77	32.647,25	34.290,92	33.227,22	33.557,44	33.915,71	35.669,77	56.503,97	35.168,41
Inversiones	213.031,28				1.366,80		-		1.366,80	21.783,77	
Gasto Financiero		7.532,79	6.779,51	6.026,23	5.272,95	4.519,67	3.766,39	3.013,11	2.259,84	1.506,56	753,28
Pago de la Deuda		8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25	8.521,25
15% Participación trabajadores		7.778,71	7.609,06	8.056,28	8.514,80	8.985,00	9.467,27	9.962,02	10.469,68	10.990,68	11.525,47
22% Impuesto a la renta		9.697,46	9.485,96	10.043,49	10.615,12	11.201,30	11.802,53	12.419,32	13.052,20	13.701,71	14.368,41
VI. (IV-V) FLUJO NO OPERACIONALES	-	(33.530,21)	(32.395,77)	(32.647,25)	(34.154,24)	(33.227,22)	(33.557,44)	(33.915,71)	(35.533,09)	(54.325,59)	(32.637,10)
VII. (III + VI) FLUJO DE CAJA NETO GENERADO	-	33.630,55	32.670,68	34.647,40	35.443,94	38.752,34	40.883,98	43.070,79	44.084,52	28.012,05	52.512,51
VIII SALDO INICIAL	-	-	33.630,55	66.301,23	100.948,63	136.392,57	175.144,91	216.028,89	259.099,68	303.184,20	331.196,24
IX SALDO FINAL	-	33.630,55	66.301,23	100.948,63	136.392,57	175.144,91	216.028,89	259.099,68	303.184,20	331.196,24	383.708,76

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.14 Costo de oportunidad

CUADRO FINANCIERO No. 14

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

$$\text{COP} = (\% \text{RP} * \text{TPR}) + (\% \text{RA} * \text{TAR} * (1 - \text{T})) + \text{TLR} + \text{INFLACION}$$

COP= 22,90%

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.15 Valor actual neto

En esta tabla se determina el valor actual neto que es positivo lo cual favorece la prosperidad del proyecto.

CUADRO FINANCIERO No. 15

VALOR ACTUAL NETO											
	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DETALLE	PREOPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE CAJA NETO GENERADO	(127.818,77)	33.630,55	32.670,68	34.647,40	35.443,94	38.752,34	40.883,98	43.070,79	44.084,52	28.012,05	52.512,51
FSA	1,00	0,81	0,66	0,54	0,44	0,36	0,29	0,24	0,19	0,16	0,13
FLUJOS DE CAJA NETOS GENERADOS ACTUALIZADOS	(127.818,77)	27.364,45	21.630,36	18.665,04	15.536,50	13.821,71	11.865,06	10.170,73	8.470,49	4.379,45	6.680,22
VAN	10.765,24										
VAN EXCEL	10.765,24										

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.16 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es positiva lo que determina la factibilidad del proyecto.

CUADRO FINANCIERO No. 16

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
TIR	25%
Ki - Tm	20,90%
VANs - VAN Tm	20.658,21
Ks - TM	25%
VAN i - VAN TM	(0,82)
TIR	25%

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

5.17 Período de recuperación de la inversión

Analizando los resultados se determina que a partir del año 9 se recuperará la inversión.

CUADRO FINANCIERO No. 17

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)											
DETALLE	PREOPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJOS DE CAJA NETOS GENERADOS ACTUALIZADOS	(127.818,77)	27.364,45	21.630,36	18.665,04	15.536,50	13.821,71	11.865,06	10.170,73	8.470,49	4.379,45	6.680,22
FLUJOS DE CAJA NETOS GENERADOS ACTUAL ACUMULAD	(127.818,77)	(100.454,32)	(78.823,96)	(60.158,91)	(44.622,42)	(30.800,71)	(18.935,65)	(8.764,91)	(294,43)	4.085,03	10.765,24

Elaborado por: Daniela Alejandra Vaca Albán

CAPÍTULO 6

6.1 Conclusiones

- Después de todos los estudios realizados tanto como el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero se puede obtener como resultado la factibilidad del proyecto en razón que todo se encuentra dentro de los parámetros aceptables para la iniciación del proyecto.
- Se establece que la demanda proyectada para el primer año es decir para el 2017 es de 397.552 y para el año 2025 es de 678.200. Se determina que la oferta de quintas turísticas en la ciudad de Machachi está establecida por su trayectoria y nombre como es el caso del Café de la Vaca y Pizzería El Hornero; pero eso no resta la buena acogida que el nuevo proyecto turístico va a obtener.
- El proyecto turístico ya se encuentra localizado en la ciudad de Machachi en la Quinta Miraflores, a 600 metros de la parada La Avanzada en la Panamericana Sur. Proyecto inspirado en brindar el mejor servicio en restaurante y recreación basado en varios procesos operacionales para lograr estos objetivos.
- Para el funcionamiento del proyecto se requiere una inversión inicial de \$213.031,28 para obtener el primer año una utilidad de \$34.381,90. Adicionalmente se aprecia que los flujos de caja para el proyecto son positivos es decir se cuenta con la liquidez necesaria para asumir todos los gastos y requerimientos para el funcionamiento del proyecto y así obtener el primer año contribuciones de \$33.630,55.
- Los índices financieros arrojan como resultado un VAN (Valor actual neto) POSITIVO de \$10.765,24 y una TIR (Tasa interna de retorno) de 25,36% mayor a la tasa mínima rentable y mayor al costo de oportunidad, además un PRI (Período de recuperación de la inversión) en el 9no año: demostrando así la factibilidad y viabilidad del proyecto.

6.2 Recomendaciones

- Es importante tener controles y adaptaciones constantemente de varios procesos que pueden proveer la mejora del proyecto.
- Para la prosperidad del proyecto es necesario cumplir responsablemente con las obligaciones legales, técnicas y ambientales para el funcionamiento del mismo.
- Con el fin de ofrecer un excelente servicio al cliente es trascendental el reclutamiento de personal preparado y capacitado para brindar un servicio significativo.
- A través de capacitaciones buscar la mejora continua tanto para el personal como para la implementación de nueva tecnología y estrategias para posicionarse en el mercado.
- Para un mejor acogimiento del proyecto buscar nuevas y actualizadas formas de publicidad que pueden tener mejor recepción que las tradicionales.
- Finalmente se recomienda iniciar el proyecto debido a que los resultados obtenidos de los estudios realizados demuestran que es factible.

BIBLIOGRAFÍA

- Abell, D. F. (1990). *Planeación estratégica de mercado: Problemas y enfoques analíticos*. México: Compañía Editorial Continental.
- Alarcón, Y. Z. (02 de 2011). *Plataforma corporativa de fidelización de cliente* . Obtenido de <http://www.aplicaciones.com.co/portal/portal/aplicaciones/Fideliaci%C3%B3n+PLU>
- Alcaraz, R. (2005). *El Emprendedor de éxito* . México D.F: Mc. Graw Hill.
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Buffet, W. (s.f.). *LifeDer Psicología y Motivación*. Obtenido de Frases de Warren Buffett: <http://lifeder.com/frases-de-warren-buffett/>
- Center, M. P. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Cooper, D. y. (1989). *eumed.net*. Obtenido de Principales determinantes del éxito y fracaso las PyMES: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>
- Definicion.de*. (2008). Obtenido de Definicion Plan de Negocios: <http://definicion.de/plan-de-negocios/>
- Definicion.de*. (2008). Obtenido de Definición Producto turístico: <http://definicion.de/producto-turistico/>
- Drucker P.F. (1997). *La innovación y el empresario innovador*. Apóstrofe.
- Ecuale. (2011). *Reseña Histórica Machachi*. Obtenido de Ecuale: <http://www.ecuale.com/pichincha/mejia.php>
- Entrepreneur*. (2012). Obtenido de Tipos de Plan de Negocios: <http://www.soyentrepreneur.com/los-tipos-de-plan-de-negocio.html>
- García. (2001). *Ágora Consultora* . Obtenido de Trabajar con Calidad es una elección estratégica: <https://agoraconsultoraeco.wordpress.com/2013/12/17/trabajar-con-calidad-es-una-eleccion-estrategica/>
- Gestiopolis.com*. (08 de 10 de 2002). Obtenido de Características Plan de Negocios : <http://www.gestiopolis.com/que-caracteristicas-debe-tener-un-plan-de-negocios/>
- INEC. (2015). *INEC*. Obtenido de Población Ibarra: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Ireland, K. (30 de 12 de 2014). *ehowenespanol*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/diferentes-tipos-planegocios-sobre_445979/

- Jobs, S. (05 de 2015). *Revista digital*. Obtenido de *Emprender un estilo de vida*:
<http://ucom.ec/wp/emprender-un-estilo-de-vida/>
- Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*. España: Edición del Milenio.
- Longenercher, M. (2007). *Administración de Pequeñas empresas "Enfoque emprendedor"*. México DF: Thomson.
- Markides, C. C. (2000). *En la estrategia está el éxito*. Bogotá: Norma.
- Mason, H. y. (1984). *eumed.net*. Obtenido de *Concepto del éxito y fracaso de las PyMES*:
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>
- Monk. (2000). *eumed.net*. Obtenido de *Principales determinantes del éxito y fracaso las PyMES*: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>
- Moore, L. (2007). *Administración de Pequeñas empresas Enfoque emprendedor*. México DF: Thomson.
- Municipiodemejia.gob.ec*. (s.f.). Obtenido de *Cabecera Cantonal: Machachi*:
<http://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/cabecera-cantonal/machachi>
- Pearce, R. y. (1983). *eumed.net*. Obtenido de *Principales determinantes del éxito y fracaso las PyMES*: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>
- Piñeiro, M. J. (1993). *Innovation, competitiveness and agroindustrial development*. París.
- Porter, M. (2010). *Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business.
- Resentera, A. U. (2013). *Pymerang.com*. Obtenido de *Pymerang.com*:
<http://pymerang.com/direccion-de-negocios/estrategia-de-negocios/objetivos-estrategicos/527-tipos-de-plan-y-caracteristicas-que-los-hacen-utiles>
- Ruiz, Z. B. (2011). *Monografias.com*. Obtenido de *Características de Plan de Negocios*:
<http://www.monografias.com/trabajos82/producto-turistico/producto-turistico2.shtml>
- Serra. (2002). *eumed.net*. Obtenido de *Concepto del éxito y fracaso de las PyMES*:
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>

SRI. (2015). *SRI*. Obtenido de PERMISOS PARA FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Timmons. (1999). *eumed.net*. Obtenido de Principales determinantes del éxito y fracaso las PyMES: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec/Concepto%20del%20exito%20y%20fracaso%20de%20las%20PyMES.htm>

Toro, I. y. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.

Trespalacios, V. y. (2005). *Investigación de Mercados*. International Thomson Editores.

Turistic Innovación del Turismo. (2012). Obtenido de Definición Producto Turístico: <http://turistic.co/servicios/producto-turistico>

Varela, R. (2001). *La Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Prentice Hall.