



**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CUENCA**  
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

*Diseño del proyecto de  
inversión y gerencia de los servicios*

*turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo*



**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CUENCA**  
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL**

**TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y  
cabecera parroquial de Cojitambo

**TRABAJO DE TITULACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
Ingeniera Empresarial**

**NOMBRE DE LA ESTUDIANTE**

**Martha Janneth Calle Méndez**

**DIRECTOR**

**Ing. Ramiro Oswaldo González Rodríguez, MBA**

**AÑO**

**Azogues - 2018**



## **DECLARACIÓN**

Yo Martha Janneth Calle Méndez estudiante de la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues de la carrera de Ingeniería Empresarial con números de CI. 0302614607 con el trabajo previo a graduarse titulado "Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo", declaro bajo juramento que el trabajo en mención es de mi autoría, he aceptado las normas internacionales de citas y referencias a fuentes consultadas, el proyecto no ha sido auto plagiado ni ha sido presentado con anterioridad para obtener algún grado académico, los datos presentados en el estudio económico financiero son reales no han sido duplicados ni copiados, de identificarse la presencia de plagio, autoplagio o falsificación me hago responsable de ello asumiendo las consecuencias que de mi acción provenga sometiéndome a la normativa vigente de la Universidad Católica de Cuenca.

---

Martha Janneth Calle Méndez

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Martha Janneth Calle Méndez, bajo mi supervisión.

---

Ing. Ramiro Oswaldo González Ramírez  
DIRECTOR  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA



### **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación está dedicado a las personas más importantes de mi vida mis padres Luis Calle y Martha Méndez por su sacrificio y esfuerzo por darme siempre lo mejor ustedes han sido mi motor fundamental y mi apoyo incondicional moral y económicamente para llegar a ser una profesional, humildemente son mi pilar esencial para cumplir este sueño, no hay palabras para expresar lo mucho que estoy agradecida.



## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por darme la vida por la salud las fuerzas y el empeño de seguir adelante, gracias a Dios y a la virgen de la Nube por la vida de mis padres y permitir que sean mis mayores promotores durante este proceso, a mis padres por su amor su paciencia y esfuerzo con el que cada día velan por mí, a la vida por permitirme cumplir una nueva meta, gracias a mi Universidad por haberme permitido formarme a mis apreciados docentes por sus conocimientos brindados y a todas las personas que confiaron y creyeron en mi un millón de gracias por todo el apoyo recibido.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	XI
ABSTRACT .....	XII
CAPITULO I.....	13
1.1. Marco Teórico .....	13
1.1.1 NUEVAS PERSPECTIVAS PARA ENTENDER EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL .....	13
1.1.2 RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS: LAS PRÁCTICAS RECREATIVAS EN LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO .....	14
1.1.3 PROPUESTA DE UN MODELO DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS .....	15
1.1.4 TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR. COMPRENDIENDO EL COMMUNITY-BASED TOURISM DESDE LA COMUNIDAD .....	15
1.1.5 TEORÍA DE PETER DRUCKER: “INNOVACIÓN” .....	18
1.1.6 TEORÍAS SOBRE MODELOS DE NEGOCIOS.....	19
1.1.6.1. MODELO DE NEGOCIO: EL ESLABÓN PERDIDO EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	19
1.1.7. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE EMPRENDIMIENTOS DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN ECUADOR.....	21
1.1.8. UN NUEVO MARCO LEGAL PARA LA EVALUACIÓN .....	24
1.1.9. EVALUACIONES DE PLANES, PROGRAMAS Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL ÁMBITO AUTONÓMICO Y SU PUBLICIDAD ACTIVA.....	25
1.1.10. MANUAL DE GERENCIAMIENTO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) PARA LAS PYMES DE LA CIUDAD DE CUENCA.....	27
1.1.11. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN .....	29
1.2. Modelo de negocios.....	30
1.2.2. El turismo sustentable.....	31
1.2.3. Complejo arqueológico Cojitambo .....	32
1.2.4. Actividades que puede realizar en el lugar: .....	33
CAPITULO II.....	38
2. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	38
2.1. Problema de Investigación.....	39

2.2. Antecedentes .....	39
2.3. Justificación .....	40
2.4. Preguntas iniciales del investigador.....	40
2.5. Objetivo general .....	41
2.6. Objetivos específicos .....	41
2.7. Resumen Ejecutivo .....	42
2.8. Argumentación Teórica .....	42
2.9. Viabilidad del modelo de Negocios .....	42
2.10. Conclusiones .....	42
2.11. Marco administrativo .....	49
2.11.1. Presupuesto .....	49
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>51</b>
<b>3. DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIOS Y GERENCIAMIENTO .....</b>	<b>51</b>
3.1. Fundamentación del proyecto .....	51
3.2. Idea empresarial y alcance .....	51
3.1.2 Objetivos .....	51
3.1.2.1 Objetivo General .....	51
3.1.3. Antecedentes .....	52
3.1.4. Justificación y requerimientos a satisfacer .....	53
3.1.5. Mercado Objetivo.....	54
3.1.6. Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas .....	54
3.2. Estudio de mercado.....	55
3.2.1. Objetivo .....	55
3.2.2. Definición del producto ( bien o servicio).....	55
3.3. Demanda .....	56
3.3.1. Población y muestra .....	57
3.3.2. Interpretación de los resultados de la encuesta .....	58
3.3.3 Información secundaria y terciaria .....	64
3.4. Información Primaria .....	65
3.5. Oferta .....	66
3.6. Demanda Potencial Insatisfecha .....	66
3.7. Precios .....	67
3.8. Comercialización .....	68
3.8.1. Estrategias de introducción al mercado .....	68
3.8.1.1. Promoción .....	68
3.8.1.2. Publicidad .....	69

<b>CAPITULO IV</b> .....	70
<b>4.1. Estudio Técnico</b> .....	70
4.1.1. <b>Objetivos</b> .....	70
4.1.2. <b>Localización Óptima</b> .....	70
4.1.3. <b>Objetivo</b> .....	70
4.1.4. <b>Tamaño Óptimo (Capacidad)</b> .....	72
4.1.5. <b>Ingeniería de Proyectos</b> .....	73
4.1.6. <b>Flujograma</b> .....	73
4.1.7. <b>Proceso Productivo</b> .....	74
4.1.8. <b>Distribución Externa</b> .....	75
4.1.9. <b>Distribución Interna</b> .....	77
<b>4.2. Estructura Organizacional</b> .....	78
4.2.1. <b>Organigrama Estructural</b> .....	78
4.2.2. <b>Organigrama Funcional</b> .....	80
4.2.3. <b>Marco Legal y Factores Legales Relevantes</b> .....	81
<b>CAPITULO V</b> .....	86
<b>5. Estudio económico y financiero</b> .....	86
5.1. <b>Objetivos</b> .....	86
5.2. <b>Inversión Inicial</b> .....	86
5.3. <b>Depreciación</b> .....	87
5.4.1. <b>Estructura de Costos y Gastos</b> .....	88
5.5. <b>Presupuesto de Gastos Operativos</b> .....	89
5.6. <b>Capital de Trabajo</b> .....	90
5.7. <b>Ingresos</b> .....	91
5.8.1 <b>Estado de Resultados (cuenta de pérdidas y ganancias)</b> .....	92
5.9. <b>Balance General o Estado de situación Financiera Proyectado</b> .....	93
5.10. <b>Flujo de efectivo proyectado</b> .....	94
5.11. <b>Evaluación Económica Financiera</b> .....	95
5.11.1 <b>Objetivos</b> .....	95
5.11.2 <b>Análisis considerando el valor del dinero en el tiempo</b> .....	96
5.11.3 <b>Costo de Capital (TMAR)</b> .....	96
5.11.4. <b>VAN</b> .....	97
5.11.5. <b>TIR</b> .....	98
5.12. <b>Análisis de sensibilidad de la VAN y la TIR</b> .....	98
5.13. <b>Conclusiones generales y Recomendaciones</b> .....	100

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. METODOS TÉCNICOS .....	44
Tabla 2. Matriz de Pertenencia y relevancia .....	46
Tabla 3 Estructura general del perfil del modelo de negocios del proyecto de inversión privada. ....	47
Tabla 4 Presupuesto durante el Proyecto.....	49
Tabla 5 Cronograma .....	50
Tabla 6 De la Muestra.....	56
Tabla 7 Información turística Azogues 2017 .....	64
Tabla 8 Demanda Potencial Insatisfecha .....	66
Tabla 9 Tamaño Optimo .....	72
Tabla 10 Rol de pagos.....	78
Tabla 11 Inversión inicial .....	87
Tabla 12 Depreciación .....	88
Tabla 13 Estructura de costos y gastos .....	88
Tabla 14 Presupuestos de Gastos operativos .....	89
Tabla 15 Capital de trabajo .....	90
Tabla 16 Capital de trabajo .....	91
Tabla 17 Estado de resultados.....	93
Tabla 18 Balance General o Estado de situación financiera proyectado.....	94
Tabla 19 Flujo de efectivo proyectado.....	95
Tabla 20 Calculo del TIR.....	98

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Arqueología de la Parroquia Cojitambo .....	34
Ilustración 2 Iglesia San Alfonso de Cojitambo .....	35
Ilustración 3 La Cueva del Mashujuctu .....	35
Ilustración 4 El Chorro .....	36
Ilustración 5 Rutas de escalada .....	36
Ilustración 6 Fiesta del maíz .....	36
Ilustración 7 Le gustaría conocer Cojitambo .....	58
Ilustración 8 Sexo.....	59
Ilustración 9 Edad .....	59
Ilustración 10 Lugar de origen.....	60
Ilustración 11 Con qué frecuencia Viaja .....	60
Ilustración 12 A escuchado de la Parroquia Cojitambo.....	61
Ilustración 13 Que le desagrada cuando viaja .....	61
Ilustración 14 Que prefiere visitar .....	62
Ilustración 15 Que medio utiliza para viajar .....	62
Ilustración 16 Que considera esencial .....	63
Ilustración 17 Que prefiere al hospedarse.....	63

<b>Ilustración 18 Croquis de cómo llegar al lugar .....</b>	<b>71</b>
<b>Ilustración 19 Distribución Externa .....</b>	<b>76</b>
<b>Ilustración 20 Distribución Interna .....</b>	<b>77</b>
<b>Ilustración 21 Análisis de sensibilidad de la VAN y la TIR .....</b>	<b>99</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación consiste en un Diseño de Proyecto de Inversión y Gerenciamiento de Servicios Turísticos en la Parroquia Cojitambo, que permitirá potenciar el turismo accediendo a los beneficios de recursos naturales sociales y económicos.

El propósito de este proyecto es promocionar las Ruinas Arqueológicas y brindar a los turistas servicios de calidad, de la misma forma generar oportunidades de negocio y mejorar las condiciones de vida del Pueblo Cojitambeño.

Para ello se realiza el estudio de mercado donde se analiza las necesidades de los turistas y las expectativas que tienen de un lugar al momento de visitar, como también el estudio técnico donde se tratara de utilizar los mejores recursos para conseguir el servicio de calidad y deseado por los turistas, así mismo, el estudio financiero que nos permitirá evaluar la situación actual del proyecto como también proyectar su situación futura, finalmente la gran potencialidad que tiene Cojitambo tanto por sus atractivos turísticos como por la capacidad de acoger a los visitantes, son muy importantes para poner en marcha este proyecto.

## PALABRAS CLAVES

Turismo, potenciar, Cojitambo, naturaleza, servicio turístico

## ABSTRACT

The present titling work consists of an Investment Project Design and Management of Tourist Services in the Cojitambo Parish, which will boost tourism by accessing the benefits of natural social and economic resources.

The purpose of this project is to promote the Archaeological Ruins and provide tourists with quality services, in the same way to generate business opportunities and improve the living conditions of the Cojitambeño people.

To this end, a market study is carried out to analyze the needs of tourists and the expectations they have of a place at the time of visiting, as well as a technical study where the best resources are used to obtain the quality and desired service. by tourists, likewise, the financial study that will allow us to evaluate the current situation of the project as well as to project its future situation, finally the great potential that Cojitambo has both for its tourist attractions and for the ability to welcome visitors, are very important to launch this project.

## KEYWORDS

Tourism, enhance, Cojitambo, nature, tour service



## CAPITULO I

### 1.1. Marco Teórico

#### 1.1.1 NUEVAS PERSPECTIVAS PARA ENTENDER EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Las dimensiones teóricas sobre los constructos o nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial se las aprecia desde la visión de (Ramírez & Rodríguez, 2009) dentro de esta teoría se puede entender que el emprendimiento es comprendido como algo práctico, sencillo y complejo, que varias personas experimentan directamente en sus actividades y funciones, como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad. Se pretende analizar y proponer perspectivas de estudio del emprendimiento, sus características personales y sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales. (Ramírez, 2010)

Para (Casson, 2010) el término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

De esta forma, el emprendimiento hallase contenido en la definición dada por (Ramírez, 2010) Que nos da a conocer lo que es emprendimiento, emprendedor y emprender está más enfocada a preguntar: ¿cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean más operacionales? Para ayudar a descubrir algunas respuestas, primero, se debe analizar el comportamiento.

Es decir, dentro del proyecto que se está diseñando se está tomando en cuenta partes importantes de esta teoría como es el mejoramiento y superación personal a nivel de la Parroquia y del País ya que el turismo es una entrada de lucro importante en los últimos tiempos. (Timmons, s.f.) 2010

### **1.1.2 RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS: LAS PRÁCTICAS RECREATIVAS EN LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO**

En estas líneas teóricas se desarrolla el concepto de renovación y reestructuración de los destinos turísticos, que según se determina en el enfoque de la necesidad de progresar hacia una reestructuración y gestión turística avanzada que permita mantener la competitividad dentro de las coordenadas del desarrollo turístico sostenible, se plantea la necesidad de acometer estrategias de reestructuración, como espacios receptores de turismo, en una etapa en la que resulta clave el papel que desempeñan las actividades recreativas como impulsoras de nuevas dinámicas. (Castiñeira, 2010, pág. 1) p. 1

Esta perspectiva de análisis supera los enfoques meramente descriptivos para convertirse en una herramienta de apoyo a la planificación que puede aplicarse en los destinos litorales consolidados para impulsar las estrategias e instrumentos de intervención en el proceso de renovación de las áreas turísticas. Una necesidad ampliamente reconocida por agentes públicos y privados ante los efectos negativos que reportaría el descenso de la rentabilidad económica y social de los principales destinos turísticos del país y sus notables consecuencias en el plano territorial y medioambiental. (Castiñeira, 2010, pág. 4)

La evolución de los destinos turísticos ha sido objeto de análisis desde la consolidación del turismo internacional como fenómeno de masas.

El impulsar el turismo empieza desde la ayuda en reestructurar los lugares turísticos mantenerlos limpios para que el visitante se lleve una buena impresión de cada uno de los lugares.

### **1.1.3 PROPUESTA DE UN MODELO DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS**

Para fundamentar un modelo de competitividad de destinos turísticos, se basa en lo expresado por (Jimenez, 2009) comenta que este artículo se construye sobre el reconocimiento de la naturaleza compleja del turismo dado su carácter normal y múltiple, la manera como interactúan los distintos agentes dentro de un destino, su relación con el entorno, el disfrute de los atractivos y servicios y las diferentes percepciones de los turistas.

El modelo presenta de manera agrupada, según características y efectos comunes en la relación turista-destino, los determinantes de la competitividad de un destino turísticos y sus competidores a fin de conocer los aspectos problemáticos de cada uno de ellos con objetivos a volver más eficiente la toma de decisiones. (Jiménez, 2009)

El Turismo dentro del medio ambiente es todo tipo de actividad, basada en la naturaleza que en el rigor de la OMT, (2002) es la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales. (OMT, 2002)

Es decir, potenciar cada sitio turístico de la zona empezando por reconstruir si es necesario para mejorar estos lugares sin perder la esencia natural que cada sitio tiene porque las decisiones que se tome respecto al lugar serán beneficiadas o afectadas al mismo.

### **1.1.4 TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR. COMPRENDIENDO EL COMMUNITY-BASED TOURISM DESDE LA COMUNIDAD**

La preocupación por un turismo sostenible ha animado crecientemente (Esteban Ruiz, 2008, pág. 2) a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y en el medio ambiente. A su vez, la impotencia para reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos de una gran parte de la humanidad, ha convertido al turismo en estrategia emergente para el desarrollo.

No es extraño, por tanto, que el community-based tourism (CBT) esté hoy fuertemente auspiciado por organizaciones internacionales, Estados, ONG's, organizaciones internacionales de ayuda al desarrollo y pueblos indígenas, convirtiéndose en muchos países en una panacea del desarrollo turístico desde abajo, protagonizado por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos antes que sujetos del desarrollo. (Esteban Ruiz, 2008, pág. 2)

En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestión turística comunitaria se convierten en el auténtico elemento distintivo del CBT: es la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad lo definitorio en el CBT. Desde esta perspectiva precisamos estudios que se anclen teórica y metodológicamente en las propias comunidades, esta es nuestra apuesta metodológica.

No significa esto que la dimensión de mercado o institucional queden fuera de interés, sino más bien que la atención lógica al mercado, al estado, a otras organizaciones, a la protección ambiental y respeto cultural, deberían enfocarse desde una rigurosa sensibilidad analítica con la comunidad y sus formas organizativas. (Esteban Ruiz, 2008, pág. 10)

En el Turismo comunitario (Esteban Ruiz, 2008, pág. 10) nos dan a conocer que la comunidad como concepto socio antropológico tiene al menos dos caras. Una se refiere casi exclusivamente a contextos simbólicos apoyados en discursos y prácticas de identificación colectiva en los que pesan más las adscripciones personales que las relaciones y redes propiamente dichas. La otra evidencia que la comunidad constituye principalmente un contexto organizativo, de control y gestión social, en el que los individuos se encuentran integrados y desde el cual se gobierna gran parte de sus vidas (las comunidades tradicionales). En realidad, la vertiente simbólica y la vertiente socio organizativa conforman un continuum que debe integrarse convenientemente para comprender qué es una comunidad.

Desde la perspectiva que nos interesa aquí, la comunidad debe ser entendida más bien como una trama organizativa de las relaciones sociales con lógica propia.

La comunidad precisa ser desmitificada pero asimismo hemos de reconocer su evidente existencia y funcionalidad. En Ecuador, ‘comunidad’ es un término con una acusada dimensión histórica, jurídica, socio-organizativa, de gestión de recursos y de reivindicación política indígena campesina que encamina la vida cotidiana de muchos ecuatorianos. Así el debate académico sobre qué sea comunidad se supera irónicamente por vía jurídico administrativa: las comunidades están determinadas legalmente. Esta circunstancia facilita el desarrollo del CBT y asimismo su investigación ya que demarca claramente los propios ámbitos comunitarios. No obstante, el funcionamiento comunitario y la existencia de realidades comunitarias van más allá de la mera denominación jurídico-administrativa, y no pueden ser reducidas a ésta. (Esteban Ruiz, 2008, pág. 15)

La conformación actual de las comunidades ecuatorianas se asocia a las figuras de la encomienda y el huasipungo como formas de articular el territorio y la mano de obra indígena en la época colonial, agrupando geográficamente a los indígenas en virtud de la lógica de la explotación agraria capitalista.

Posteriormente, se constituyó el régimen de las haciendas que reeditaba prácticamente los mismos intereses y que fue en cierta medida desactivado con la Reforma Agraria de 1964. Las comunidades ecuatorianas se constituyen formalmente a partir de finales de los años treinta como forma de restituir la vinculación originaria entre los pueblos indígenas y sus territorios una vez que el régimen de haciendas había perdido gran parte de su sentido económico. Las comunidades, están reguladas desde la Ley de Comunas de 1937, con diferentes revisiones que llegan hasta la Ley de Organización y Régimen de Comunas de 2004 que define la organización, el gobierno y las facultades de las comunidades. (Esteban Ruiz, 2008, pág. 24)

El objetivo de esta investigación es profundizar la comprensión del community-based tourism a través del estudio del turismo comunitario en Ecuador como también apuntar indicadores para evaluar la sostenibilidad de las experiencias de CBT. El estudio de TC en Ecuador nos sugiere un marco comprensivo del CBT que tiene tres pilares básicos: (1) la centralidad analítica de las comunidades, (2) el entendimiento de la actividad turística comunitaria como ‘traducción’ antes que como ‘adaptación’ al mercado, y (3) que el turismo suponga un afianzamiento antes que una amenaza para las comunidades. 1. Una aproximación consistente al CBT deberá hacerse desde un enfoque analítico y metodológico que contemple lo comunitario mediante estudio de caso etnográfico: es difícil entender lo que pasa en las comunidades sin comprenderlas desde dentro. Habrá que ampliar referencias e intuiciones a otros contextos y formas de CBT distintos del TC ecuatoriano. (Esteban Ruiz, 2008, pág. 25)

### **1.1.5 TEORÍA DE PETER DRUCKER: “INNOVACIÓN”**

Si se va a hablar de Emprendurismo, (Drucker, 1995), nos dice que “la Innovación es el instrumento específico del empresario innovador”

Drucker no siempre asoció la Innovación a la producción de “cosas”. En su pensamiento, eso era constreñir a límites reducidos este gran concepto. Recalcó en muchos de sus trabajos que la innovación es un asunto de disciplina sistemática, organizada y rigurosa. El logro de una actitud más que de una actividad de ID.

También nos da a conocer que existen dos áreas o Fuentes de Innovación en las que el empresario debe prestar suma atención o que sucede dentro de la empresa.

Lo inesperado: El éxito o fracaso que no se preveía tener, ¡Hay que reaccionar frente a uno u otro!

Lo incongruente: La distancia entre la realidad lo que uno suponía que debía suceder. ¡Hay que saber adaptarse!

Innovaciones basadas en los procesos: Estos tienen necesidades, y hay que cumplirlas siempre. ¡Que no se vuelvan obsoletas!

Cambios que se generan en la estructura de la industria y del mercado. Ya lo hemos dicho, nada es para siempre... ¡hay que estar atentos y vigilantes!

### **Lo que sucede fuera de la industria**

La otra área es lo que sucede fuera de la industria:

- ✚ Cambios demográficos.
- ✚ Resultarán en la conformación de los grupos de consumidores.
- ✚ Cambios en la percepción de la realidad. Lo que antes se rechazaba ahora se acepta, y viceversa.
- ✚ Nuevos conocimientos en cualquier campo de estudio. Pero Drucker hace notar que quizá esta sea el área menos confiable y predecible.

## **1.1.6 TEORÍAS SOBRE MODELOS DE NEGOCIOS**

### **1.1.6.1. MODELO DE NEGOCIO: EL ESLABÓN PERDIDO EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

En estas líneas Joan E. Ricart expresa que un modelo de negocios consiste en el conjunto de elecciones hechas por la empresa y el conjunto de consecuencias que se derivan de dichas elecciones. (Ricart, 2009)

(Rosenbloom y Chesbrough , 2009) Detallan que las funciones de un modelo de negocio son: articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva.

Es decir, un modelo de negocios es una herramienta que contiene múltiples elementos que permite expresar la razón de ser de una determinada empresa.

Existen 9 elementos de un modelo de negocio:

1. Proposición de valor cliente objetivo
2. Canal de distribución
3. Relaciones
4. Configuración de la cadena de valor
5. Competencias esenciales
6. Red de socios
7. Estructura de costes y modelo de ingresos.

El modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que permite definir con claridad qué se va a ofrecer al mercado y se caracteriza por un conjunto de elecciones hechas, la unión de estos conjuntos identifica el modelo de negocio. Sin embargo, el analista, el observador externo, difícilmente puede observar y explicar todo el modelo de negocio. Debe seleccionar un conjunto de elecciones que sean especialmente críticas para la organización en particular parece relevante identificar elecciones que contribuyen a explicar cómo la organización crea y captura valor. (Ramirez, scribd, 2016)

La conexión entre elecciones y consecuencias requiere del uso de teorías entendidas no sólo como teorías establecidas (como la elasticidad de la demanda) sino también creencias, suposiciones, etc.

(Ramirez, scribd, 2016) Estas teorías justifican el establecimiento de la relación de quienes son sus clientes y de conectar elecciones con consecuencias, éstas con otras y eventualmente dando soporte a otras consecuencias, es lo que llamaremos la representación del modelo de negocio, dicha representación es la mejor imagen que el analista es capaz de hacer de la realidad un “modelo de negocio.

Al relacionar este tipo de conceptos queda claro que todas las empresas tienen modelo de negocios, pero este puede no ser un buen modelo, no ser rentable o no ser sostenible.

Un modelo de negocio responde a cómo se ha construido la máquina (elecciones) y a cómo sus distintos elementos trabajan conjuntamente (consecuencias). Los criterios de efectividad nos caracterizan la bondad de la máquina para la tarea establecida. La representación del modelo de negocio es el plano de dicha máquina tal como la hemos concebido con las leyes de mecánica (teorías) dominantes. Sólo que, en ciencias sociales, estas teorías no son puramente experimentales y evolucionan como resultado del aprendizaje de las partes implicadas y su interacción. (School, s.f.)

(Ricart, 2009, pág. 20) cita que un modelo de negocio responde a cómo se ha construido la máquina (elecciones) y a cómo sus distintos elementos trabajan conjuntamente. Los criterios de efectividad nos caracterizan la bondad de la máquina para la tarea establecida. La representación del modelo de negocio es el plano de dicha máquina tal como la hemos concebido con las leyes de mecánica (teorías) dominantes.

Sólo que, en ciencias sociales, estas teorías no son puramente experimentales y evolucionan como resultado del aprendizaje de las partes implicadas y su interacción.

Por todo ello se ha llegado a la conclusión de que un modelo de negocios tiene una gran capacidad para integrar aspectos que muchas veces de manera artificial hemos separado en el campo de la estrategia y por ello constituye ese eslabón perdido en la dirección estratégica.

### **1.1.7. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE EMPRENDIMIENTOS DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN ECUADOR**

El Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en Ecuador ha animado a (Jhon Alejandro Boza-Valle I, 2016) a realizar un análisis

crítico a la Economía Popular y Solidaria (EPS) puso de relieve sus problemas, en especial los asociados al proceso de análisis de los emprendimientos que la integran. Partiendo de ello, se consideró necesario diagnosticar el desempeño de estos, como base para el diseño de estrategias que favorezcan su fortalecimiento. Indicaciones metodológicas para el diagnóstico estratégico de la EPS en un cantón ecuatoriano

Conocer las limitaciones y potencialidades de la EPS y los emprendimientos de su núcleo (Amorós, 2011)

1. Determinan la necesidad de un diagnóstico estratégico. Los resultados que se obtengan, son fuente para el diseño de las estrategias de fortalecimiento de la EPS y los emprendimientos analizados. Teniendo en cuenta las ventajas competitivas de la región. (Schemel 2012)
2. Partiendo del conocimiento internacional y nacional referido a la temática presentada, se puede desarrollar una propuesta que, soportada en las bases teórico-conceptuales existentes y los estudios empíricos que se desarrollan en torno a ella, contribuya a mitigar el vacío metodológico identificado. Para el diagnóstico de la EPS y los emprendimientos que integran su núcleo (Higuita 2012)
3. Se sistematizan un conjunto de etapas sucesivas mostradas en la figura 1 que se sintetizan como novedad en el trabajo que se propone.

El método de actores permite la previsión de futuro y a partir de ello se asume que: “el futuro nunca está totalmente determinado.

Sea cual sea el peso de las tendencias que provienen del pasado, cualquier sistema, sector, organización, empresa, territorio, se encuentra abierto a varios futuros posibles.

De hecho, los actores del sistema estudiado disponen de múltiples grados de libertad que podrán ejercitar a través de acciones estratégicas para alcanzar los fines propuestos a fin de realizar su proyecto o tratar de impedir el de un potencial competidor” (Boza-Valle., 2016)

### **Fundamentos metodológicos y prácticos del diagnóstico de la EPS en Ecuador**

Ecuador es uno de los países que se destaca por su alto espíritu emprendedor, motivo por el cual resalta en Iberoamérica 1 al analizarse esta temática. En este orden el fomento y apoyo a la EPS y los emprendimientos se ha convertido en los últimos años en una prioridad del gobierno. (Jhon Alejandro Boza-Valle I, 2016)

Consecuentemente en el país se hace referencia a las redes de emprendimientos e incubación y se fomenta la cultura de estos como una de las vías para atenuar la mortalidad de los proyectos de emprendimientos, contribuyendo de esta manera a sus sostenibilidad (Salinas, 2012)

Para ello, se creó el Instituto Nacional de la Economía Popular y Solidaria, el Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y la Ley de la EPS. En la Ley de Economía Popular y Solidaria ecuatoriana, se establece la institucionalidad pública para la rectoría, regulación, control y acompañamiento de los emprendimientos locales. (Boza, Jhon Alejandro, 2015)

En ella se instituye que los gobiernos locales deben incluir en sus planes y presupuestos la ejecución de programas y proyectos para fortalecer EPS y, se destaca que: El Estado debe promover la asociación a través de planes y programas públicos Facilitar el acceso a la innovación tecnológica y organizacional (Gálvez, 2012)

Comercio justo y solidario se incorpora el sistema financiero de la EPS al sistema nacional de pagos administrado por el Banco Central de Ecuador así mismo, se definen algunas premisas a desarrollar: Programas y proyectos de desarrollo personales y de las

organizaciones a nivel nacional, regional y local, bajo criterios de competitividad. (Boza, Jhon Alejandro, 2015, pág. 15)

Financiación pública Recursos canalizados por el sector financiero de la Economía Popular y Solidaria Diseño e implementación de productos y servicios financieros especializados y diferenciados con líneas de crédito a largo plazo destinada a las actividades productivas a través de los bancos públicos.

La contratación pública priorizará a la EPS Asesorar los emprendimientos para lograr marcas colectivas y registros de propiedad. En el desarrollo de la ciencia económica, la teoría considera la forma cooperativa como una alternativa o sustitución de la competencia además de la tecnología (Auquilla L, 2015).

Es decir, la Economía Popular y Solidaria (EPS) constituye una alternativa consolidada para las partes menos favorecidas dentro de la economía ecuatoriana.

La misma que se está desarrollando mediante la creación e innovación de emprendimientos constantemente pero que en la mayoría de los casos no tiene larga vida, el objetivo de este trabajo es diagnosticar con carácter estratégico la economía popular y solidaria con sus emprendimientos. Se presenta una metodología de diagnóstico que consta de cuatro etapas orientadas a evaluar el estado de los emprendimientos de EPS en el Ecuador a partir de una clasificación taxonómica de estos. (Jhon Alejandro Boza-Valle I, 2016)

La implementación de este procedimiento permitirá conocer desde la fuente la situación real de los emprendimientos de la EPS y sus implicaciones, lo cual encuentra respaldo legal en la Constitución del Ecuador. (Martínez Carrillo, s.f.)

### **1.1.8. UN NUEVO MARCO LEGAL PARA LA EVALUACIÓN**

La evaluación del grado de aplicación de las disposiciones en materia de transparencia (Mercedes, Paja Fano, 2017) nos da a conocer que el grado de aplicación de las leyes de

transparencia constituye un denominador común de casi todas las normativas reguladoras de la materia (estatal y autonómica). «Casi» porque el término «evaluar» es sustituido en algunas de las normativas autonómicas por otros que conllevan una actividad de menor calado como «control» o «revisión».

Esta actividad evaluativa, de control o de revisión del grado de aplicación y cumplimiento de la normativa reguladora de la transparencia se encomienda, en su mayoría, a una autoridad administrativa independiente ya existente o creada.

La autora (Paja Fano, 2017) nos relata que la sujeción a publicidad activa de los planes y programas y su evaluación constituye normativa básica; no así la determinación de la unidad encargada de evaluar, que en el ámbito de la Administración General del Estado se atribuye a las inspecciones de servicios. Hay que esperar para comprobar cómo se despliega este mandato evaluativo a cargo de estas unidades, con un perfil más enfocado a la evaluación de la calidad de los servicios que a la evaluación de planes y programas.

Su normativa reguladora 7 expresamente señala que se constituyen como órganos especializados en el control interno y en la evaluación de la eficacia y calidad de los servicios prestados, el seguimiento de los objetivos asignados a las distintas unidades administrativas y la modernización de estructuras y mejora de procedimientos, tanto de los propios departamentos como de sus organismos públicos dependientes. (Paja Fano, 2017)

### **1.1.9. EVALUACIONES DE PLANES, PROGRAMAS Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL ÁMBITO AUTONÓMICO Y SU PUBLICIDAD ACTIVA**

Para un análisis de la normativa autonómica ( Mercedes Paja Fano, 2017, pág. 21) permite establecer diferentes grupos en materia de evaluación y su publicidad activa, en función del menor o mayor alcance del objeto de evaluación (planes y programas y en un estadio más avanzado, políticas públicas) y la participación ciudadana en los procesos evaluativos.

Al hablar de la participación ciudadana en la evaluación de políticas públicas con un mayor alcance en lo que se refiere a la evaluación se posicionan las restantes CC. AA, que cuentan con regulaciones de transparencia, aprobadas o en fase de proyecto, u otras disposiciones en vigor que desarrollan y complementan el panorama desde la perspectiva de la evaluación de las políticas públicas. Aunque la casuística puede ser ciertamente variada, en este segundo grupo se recoge un conjunto de CC. AA no obstante acotar en algunos casos la evaluación (y su publicidad) al grado de cumplimiento y resultados de los planes y programas, dan un paso adelante al reconocer de modo explícito el derecho de la ciudadanía a participar en la evaluación de las políticas públicas 18 como una manifestación del gobierno abierto. ( Mercedes Paja Fano, 2017, pág. 22)

Los términos del mandato evaluativo del grado de cumplimiento y resultados de los planes y programas de la normativa estatal se han replicado en la mayoría de la normativa autonómica, con alguna excepción muy puntual.

A partir de estos contenidos, algunas comunidades autónomas (CC.AA) han aprovechado la necesidad de regular esta materia para integrar en el contexto de la transparencia y rendición de cuentas la evaluación de la agenda política (Plan de Gobierno) o de las políticas públicas cuando aún no lo tuvieran previsto en otras disposiciones anteriores ( Mercedes Paja Fano, 2017, pág. 28)

La autora Mercedes Paja Fano nos comenta la íntima conexión existente entre transparencia y los procesos evaluativos se ha puesto de manifiesto, con mayor o menor desarrollo y alcance, en la normativa autonómica reguladora de la transparencia aprobada o en fase de proyecto. Se efectúa un recorrido por el panorama estatal y sobre todo, autonómico con el propósito de dar a conocer el tratamiento otorgado a la evaluación, que se inicia en planes y programas y culmina en políticas públicas, incluyendo en ocasiones participación ciudadana. Sea de uno u otro modo, la evaluación se constituye legalmente como una herramienta esencial para la rendición de cuentas. ( Mercedes Paja Fano, 2017, pág. 32)

### **1.1.10. MANUAL DE GERENCIAMIENTO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) PARA LAS PYMES DE LA CIUDAD DE CUENCA**

(Catalina, 2007) un grupo de investigadores de la ciudad de Cuenca dan a conocer un Manual de gerenciamiento de la cadena de abastecimiento (Supply Chain Management) para las Pymes de la ciudad de Cuenca. El objetivo central de este trabajo es el de exponer cuales son los aspectos más relevantes relacionados al SCM. Para ello abarcaremos la mayor cantidad posible de áreas relacionadas con el tema, de modo que el trabajo resulte en una introducción general al mismo, de manera posible al ser ampliado en sus diversos aspectos en trabajos de investigación posteriores. En el Capítulo 1, "El SCM" Es un conjunto de organizaciones independientes, las cuales operan coordinadamente para controlar y mejorar el flujo de materiales y de información desde los primeros proveedores hasta los clientes finales. Cumplen en forma conjunta las actividades necesarias para crear y entregar productos y servicios a los clientes.

(Muñoz, 2017) En el Capítulo 2, "El servicio al cliente" observamos que el poder de los clientes a llevado a rediseñar la forma de trabajar de las empresas, y asociado a esto cómo las empresas tienden a pasar de producir de esquemas de tipo "push" en los cuales se produce contra stock, a esquemas de tipo "pull" en los cuales se produce lo que los clientes demandan. Con lo que se intenta reducir los tiempos en los cuales se puede satisfacer las demandas del mercado.

En el Capítulo 3, "El valor de la información" la importancia de poseer una mayor disponibilidad y calidad de información que permita una mejor administración de los recursos de la cadena de abastecimiento. La información electrónica ayuda a que los pedidos se propaguen hasta los niveles necesarios, con lo que se podrá reducir enormemente los tiempos de respuesta de la cadena. En el Capítulo 4, "La gestión logística" esta es una coordinación entre sí, para lograr mayor eficiencia en todo el sistema productivo. (Muñoz, 2017)

La Logística no es una función aislada, sino un proceso global de generación de valor para el cliente, esto es un proceso integrado de tareas que da mayor velocidad de respuesta al mercado con costos mínimos. En el Capítulo 5, "El sistema logístico" es una sincronización de sus funciones componentes, que permite lograr un flujo ágil para responder velozmente a una demanda cambiante y cada vez más exigente. Este sistema se subdivide en: abastecimiento, planta y distribución. Capítulo 6, "Alianzas Estratégicas" no siempre la mejor forma de relacionarse resulta ser la realización de una alianza estratégica, ya que no siempre se requiere tal grado de integración, compromiso e inversión de las partes, pudiendo bastar con relaciones puntuales para la realización de ciertas actividades dadas determinadas circunstancias. Capítulo 7 y 8, el uso de diferentes herramientas de control de gestión que hacen visibles la importancia de poseer una cadena integrada, la utilización de herramientas financieras como no financieras ayudan al gerenciamiento de la cadena en busca de minimizar costos y obtener mayores beneficios, como a la medición de los mismos. Capítulo 9, "Tecnología aplicada al SCM" esta busca unir la cadena a partir de sistemas de comunicación electrónica como el Internet, así como con el intercambio eléctrico de datos, transmitiendo información entre las empresas. (Muñoz, 2017)

Facilitando un comercio electrónico. Capítulo 10 y 11. El SCM en el Ecuador es una herramienta no conocida pero aplicada empíricamente, sin un control ni medición técnico.

En nuestro medio las empresas no abarcan todos los aspectos; estos no solo vinculan a la logística, sino que considera todas las áreas de gestión. Los objetivos no solo se logran a través de una mayor eficiencia en el manejo de materiales, sino también en los demás niveles de su actividad.

Lo que se expresa es que conjuntamente con la sociedad se puede lograr que el turismo crezca a nivel de la Parroquia y del País.

### **1.1.11. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**

(Callao, 2013, pág. 5) nos habla de la evaluación de proyectos de inversión y nos dice que la evaluación económica en forma completa mediría el impacto del proyecto sobre cada uno de los elementos de la función del bienestar y asignaría valor a cada impacto, según las utilidades marginales del elemento afectado. En términos generales, la evaluación económica consiste en medir la derivada de la utilidad (o bienestar) "con respecto al proyecto.

La identificación del impacto del proyecto sobre los distintos elementos de la función de bienestar, o sea, la estimación de las derivadas con respecto a p. La asignación de valor de cada impacto, a través de la estimación de las utilidades marginales de cada elemento de la función de bienestar (las derivadas de U con respecto a cada elemento. (Garzon, 2015)

El objetivo de la evolución económica social de proyectos de inversión es incluir el proyecto en el entorno económico y social conociendo sus elementos metodológicos, determinar las fases que integren el estudio de mercado y la oportunidad competitiva que el proyecto tiene en el medio donde operara determinar los elementos que integran los costos y beneficios de un proyecto también se desarrollara los presupuestos de ingresos y gastos del proyecto. (Garzon, 2015)

A todo ello conlleva el identificar los diferentes impactos tanto negativos como positivos que el proyecto genera sobre el bienestar de la colectividad.

(Garzon, 2015) Para la estimación de precios Helen Sánchez toma en cuenta la matriz de coeficientes técnicos Se requiere de un análisis de la matriz por columnas Coeficiente técnico y estimación de Razones, Precio, cuenta (RPC).

Razón de precios cuenta de eficiencia:  $a_{ij}$ = unidad de valor del insumo i necesarias para producir una unidad de valor en el sector  $j$   $f_{rj}$ = Unidad de valor del factor r necesarias

para producir una unidad de valor en el sector RCP= Razón de precio cuenta del insumo y de los factores en forma matricial se obtiene interpretación de la aplicación de insumo-Producto para RPC (Sánchez, 2012)

La columna de la matriz insumo-producto desagrega todos los componentes del precio domestico del bien, y con la suma de estos bienes se obtiene el precio total del bien. Columna de costo marginal Coeficientes técnicos Inversión de la matriz (I-A') Multiplicar por F y por las razones del precio cuenta de los factores (RPCF) Convertir a precio cuenta los costos de cada columna Dividir por el precio de mercado RPC Matriz Semiinsumo-Producto (SIP) Permiten calcular la RPC del bien como un promedio ponderado de las RPC de los insumos y factores que se debe sacrificar para producir un bien. (Garzon, 2015)

## **1.2. Modelo de negocios**

(Emilia Martinez Rodriguez, es, s.f, 2012) Es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica.

(BUENO, 2010) Un modelo de negocios es una representación de la lógica del negocio. Describe lo que una empresa ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos, cómo se relaciona con ellos, como interactúa con sus proveedores, empleados es decir es una representación de cómo se organiza la empresa para lograr sus objetivos.

### **1.2.1. Turismo**

(Padilla, 2015) El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Etimológicamente el termino turismo viene de las raíces latinas tour y turn es decir viajes al rededor del mundo, turismo comprende las actividades que los viajeros realizan durante el tiempo de estancia en el lugar distinto a su lugar residencial. (Padilla, 2015)

(google academico , s.f.)Teoría Es un conjunto de estructuras (conceptos, definiciones y proposiciones) interrelacionados, que presentan una perspectiva sistemática de los fenómenos especificando las relaciones.

El objetivo principal de la ciencia, es una combinación que se proyecta en una perspectiva sistemática de los fenómenos con el fin de describir, explicar, predecir y controlar los fenómenos.

### **1.2.2. El turismo sustentable**

Según (Miroglio, 2013), Conferencista internacional, Profesor, Capacitador, Emprendedor, Experto en Turismo Sustentable, expone que el turismo es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

El turismo es una de las principales actividades en lo que se puede obtener ingresos que benefician al País.

(Olga Lidia Ruiz Valera, s.f.) **El Turismo Rural:** Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.

Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, son dirigidos familiarmente ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

En este caso sería muy importante que el gobierno local sea participe en el proceso que se va a desarrollar en este proyecto así poder satisfacer los intereses que ambos buscan y conducir por un mejor camino al País, desde los servicios turísticos privados que se va a ofrecer a los turistas se puede aportar mucho de los recursos, pero supervisados por el ministerio del turismo.

(Ministerio de Turismo de Ecuador, s.f.) Ministerio de Turismo de Ecuador: Es la cartera de Estado encargada del turismo del Ecuador. Como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

(Azogues Ministerio de Turismo , s.f.) San Francisco de Peleusí de Azogues, del Ecuador brinda al visitante nacional y extranjero atractivos de tipo religioso, arqueológico, artesanal y ecoturismo, además podrá visitar museos, plazas y parques, disfrutar de sus fiestas populares, deportes con prácticas extremas entre los que destaca escala en roca en el cerro Cojitambo, así como degustar de su exquisita gastronomía y conocer sus maravillosas leyendas.

Azogues es una ciudad de Patrimonio Cultural y Urbano y brinda al visitante nacional y extranjero maravillosos lugares turísticos de tipo arqueológico religioso.

La ciudad de Azogues cuenta con maravillosos lugares turísticos variados y de calidad, es por ello el interés en potenciar la arqueología de Cojitambo y cada parte turística que la Parroquia ofrece para que el visitante disfrute de una experiencia inolvidable en esta tierra llena de encantos por descubrir, como también el turista puede practicar el deporte extremo de escalada siendo uno de los atractivos más importante del lugar.

### **1.2.3. Complejo arqueológico Cojitambo**

(Rivas, 2017) El sitio arqueológico de Cojitambo, ubicado en el cerro del mismo nombre, a 11 Km. de Azogues, está conformado por un extenso complejo de ruinas, que

se levantan sobre la cumbre los flancos norte y oeste del cerro, adaptándose a las características morfológicas del terreno.

Por las características arquitectónicas y la existencia de materiales culturales que denuncian una ocupación muy antigua del sitio, se puede decir que Cojitambo fue habitado durante el Período de los Desarrollos Regionales (500 A.C.-500 D.C.), el Período de Integración (500-1460 D.C.) y en el Período Inca (1460-1532 D.C.).

Las estructuras de Cojitambo son de construcción sólida a base de bloques labrados de roca andesita, colocados unos sobre otros formando hileras naturales, unidas con argamasa de tierra negra y relleno de mampostería.

Todos estos conjuntos, que se complementan con otras evidencias de carácter militar y religioso, se articulan con el camino del Inca que pasa por la base del cerro, y que en la época aborígen comunicaban a la antigua Tomebamba con el señorío cañarí de peleusí.

#### **1.2.4. Actividades que puede realizar en el lugar:**

1. Conocimiento de la historia Cañarí e Inca.
2. Conocimiento del proceso de restauración.
3. Observación de flora.
4. Senderismo, acampada.
5. Práctica de deportes extremos: rapel y escalada.
6. Toma de fotografías.

En los últimos meses las autoridades civiles y eclesiásticas de la Parroquia han puesto en marcha dos proyectos que enriquecen a nuestra Parroquia, los cuales también están en el diseño para poder dar a conocer al turista.

El primer proyecto es el **Diseño Arquitectónico Paisajístico en el complejo turístico de Cojitambo**, el cual será el principal punto de enfoque para potenciar la Parroquia.

El segundo proyecto es un **museo** en honor al Padre Dr. Gabriel Sánchez Luna quien dejó su vida plasmada en las obras que realizó durante su estancia y vida en este lugar, este museo contara con objetos fotografías etc. que puedan describir a este personaje.

(Proyecto Diseño) Se han identificado 7 conjuntos arquitectónicas y varias estructuras de piedra emplazadas alrededor de una plaza central, a lo largo de las pendientes, ubicadas en el Norte y Oeste del complejo, se puede observar varias gradas o terrazas superpuestas.

Estas conformaron los basamentos de vivienda construidos mediante cortes de la montaña y rellenos sostenidos por grandes muros de contención sobre los cuales se asentaban las casas construidas con bahareque y cubierta de paja.

#### ***Ilustración 1 Arqueología de la Parroquia Cojitambo***



El cerro de Cojitambo se caracteriza por su imponente tamaño siendo visualizado desde la carretera que conduce a este sitio, el atractivo más importante en este lugar son las Ruinas Incas compuestas con piedras talladas en los últimos tiempos se efectuó una extracción manual de las piedras de los muros superiores del complejo y se colocó una capa de protección natural que incluyó agua, sal y vinagre a fin de eliminar la microflora y no generar cristalización en la piedra.

**Fuente:** Revista El Universo, 2015

Desde la parte superior existe un mirador desde el que se puede visualizar un hermoso panorama en donde parte del paisaje debe ser intervenido ya que no cuenta con la infraestructura adecuada.

También el lugar cuenta con un número elevado de rutas de escala que le brinda a los amantes de este deporte las facilidades para practicar este deporte extremo.

### ***Ilustración 2 Iglesia San Alfonso de Cojitambo***



Otro atractivo importante es la Iglesia parroquial misma que está construida con la piedra que existe en el imponente cerro.

Se encuentra ubicada en la Parroquia de Cojitambo, al Oeste de la Ciudad de Azogues. Construida en el año de 1957, se caracterizan por tener una estructura de estilo grecorromano.

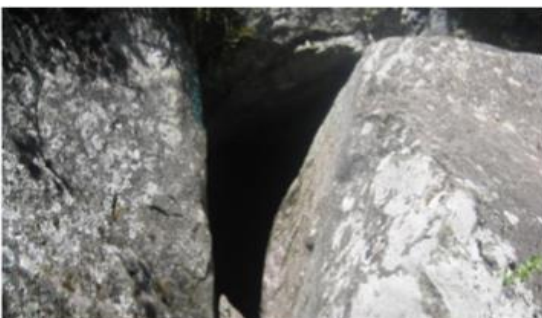
La fachada principal está constituida por una torre de aproximadamente 47 metros de altura, que alberga en su parte superior del campanario. (Alcandia de Azogues , s.f.)

**Fuente:** Revista el Universo, 2014

Entre muchos de los lugares que se va a potenciar se tiene:

El Camino del Inca que es un atractivo muy interesante ya que se puede disfrutar del paisaje y conocer sus leyendas, y una cruzada directa para llegar al Cerro de Cojitambo.

### ***Ilustración 3 La Cueva del Mashujctu***



Proviene del quichua que quiere decir “Cueva de. Murciélagos”, se encuentra ubicado al lado este del cerro y se trata de una bóveda subterránea, o un abrigo rocoso, formado por la unión de dos enormes rocas de andesita y que avanza zigzagueante en una longitud desconocida.

**Fuente:** Fajardo Fajardo Ana Lucia, 2018

**Ilustración 4 El Chorro**



**Fuente: Gerardo Calle Parra 2018**

El Chorro es un mito para ser vivido, el visitante podrá disfrutar de un hermoso paisaje y su flora como de sus historias que serán contadas y se dice que tiempo atrás las personas de la parroquia usaban el agua de este lugar para su diario vivir.

**Ilustración 5 Rutas de escalada**



**Fuente: Revista en la vertica.com**

La parroquia Cojitambo es el sitio más importante de escalada en roca, el lugar consta con más de 180 rutas de escalada para los amantes del deporte dentro del proyecto está previsto contar con un experto en escala para poder guiar a los deportistas que nos visitan de los diferentes Países del mundo.

**Ilustración 6 Fiesta del maíz**



**Fuente: Revista el Universo**

Esta fiesta se hace con el objetivo de realzar la cultura popular, que incluye costumbres, gastronomía, participación de la comunidad, vestimenta tradicional, arte y pensamiento, también esta celebración se hace con un amplio programa que incluye danza, música y folklor, en donde pueden degustar y disfrutar todos los moradores de la Parroquia como también los turistas que visitan en ese acontecimiento la Parroquia.

Por todo lo ya mencionado es que surge la idea de crear una empresa que brinde servicios turísticos en donde se podrá dar a conocer los lugares maravillosos y costumbres que posee este centro turístico.

## **CAPITULO II**

### **2. ENFOQUE METODOLÓGICO**

En este apartado se desarrolla el capítulo 2 del presente trabajo de titulación con el tema “Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo” y que corresponde al enfoque metodológico.

Seguimos el hilo conductor: desde la problemática, revisión del conocimiento acumulado, el constructo metodológico y gestión administrativa.

Lo anterior se enmarca en lo que define el manual de investigación formativa (2016) de la Universidad Católica de Cuenca “la investigación es un proceso metodológico y sistemático dirigido a la solución de problemas o a dificultades mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes”. Tal para ese entonces, las políticas de investigación formativa dan sentido al trabajo de titulación en tanto el enunciado siguiente: “la investigación formativa es parte del proceso educativo superior, consiste en la investigación dentro de los planes de estudio.

El mismo documento en la página dos al tratar de los objetivos señala: “crear en los estudiantes la cultura de investigación y la generación de conocimientos identificando a este como el único medio de innovación que permite alcanzar la independencia tecnológica y el desarrollo del país.

Así mismo, el manual de investigación formativa, desarrollo en adelante, los tipos de investigación, enfoques, métodos instrumentos y técnicas.

## **2.1. Problema de Investigación**

(Peñuelas, 2003) el problema de investigación, es el inicio o detonador de toda indagación; es lo que desencadena el quehacer científico.

Es, al mismo tiempo, su norte y su guía. No hay investigación científica sin problema de investigación. El problema es una dificultad, es lo que se quiere averiguar, explicar o resolver.

El servicio turístico es un elemento importante que destaca en los últimos tiempos, pero que en muchos lugares por falta de ayuda económica de las entidades Públicas se ha descuidado estos sitios y no se da un buen servicio cuando los turistas visitan el lugar, por lo que se pretende potenciar el turismo de la Parroquia Cojitambo y dar a conocer sus diferentes lugares que el cliente puede visitar, como mejorar las condiciones en las que se encuentra con un mantenimiento riguroso y puntual.

## **2.2. Antecedentes**

La Unidad Académica de Administración, Carrera de Ingeniería Empresarial, con sujeción a la ley orgánica de ley superior el reglamento de régimen académico, su estatuto orgánico, y las propias resoluciones del honorable consejo directivo ha resuelto que los trabajos de titulación de la carrera versen sobre modelo de negocios. En tal sentido que el presente diseño se ajusta a la guía metodológica con normativa APA.

Con el antecedente, tomando en cuenta la vocación económica y productiva de la zona de planificación número 6 de las provincias de Cañar, Azuay y Morona Santiago, mediante un exhaustivo rastreo de fuentes primarias, el investigador ha detectado el problema de investigación y en consecuencia ha derivado el tema del trabajo de titulación, aspectos estos, que explícitamente son tratados en los apartados correspondientes.

Es aspiración de la presente investigación responder a la política pública de cambio de la matriz productiva y alentar los propósitos de la economía popular y solidaria.

(Sección Nacional del Ecuador del Instituto Panamericano de Geografía e Historia , s.f.)  
Hacia la parte occidental del pueblo de Peleusi [Azogues] y a media legua de distancia de este asiento se halla el cerro que se llama Cojitambo que quiere decir asiento de holgura y descanso porque es un cerro de peña viva muy tajada y muy alta, que cuando el inca anduvo conquistando esta tierra tenía allí su fuerte y realeza, al pie de cerro existe varias canteras que desde tiempo atrás se dice que ya existían como también una gran cantidad de piedra labrada.

### **2.3. Justificación**

Diseño del Proyecto de Inversión y Gerenciamiento de Servicios Turísticos en la Parroquia Cojitambo se justifica desde la observación. En correspondencia con el problema de investigación: El problema de investigación en este tipo de trabajos se circunscribe a grandes interrogantes.

Tal como lo define Hernández, (2010) el problema de investigación condiciona el alcance, métodos, técnicas, los instrumentos a ser utilizados en el desempeño del trabajo de campo en la línea de pensamiento del mismo autor, la relación minuciosa del marco teórico ha llevado al investigador a formular la siguiente pregunta:

¿Las ventajas comparativas de la zona turística de Cojitambo se encuentran lo suficientemente aprovechadas con proyectos de inversión privada de alcance turístico?

### **2.4. Preguntas iniciales del investigador**

Las preguntas iniciales del investigador se sitúan en sospechas, temores y legítimas preocupaciones que tiene el investigador respecto al problema de investigación y en general se lo puede categorizar en:

1. ¿Se cuentan con los recursos suficientes para acometer el trabajo de investigación?

2. ¿Las fuentes de consulta estarán disponibles para el levantamiento de información primaria?
3. ¿Existe suficiente marco teórico que enriquezca el trabajo de titulación?
4. ¿Es pertinente y relevante el tema al problema de investigación?
5. ¿El investigador cuenta con el tiempo y la tutoría suficiente para concluir con éxito la investigación?
6. ¿Hay viabilidad social y ambiental en la comunidad donde se implementará el modelo de negocios?

## **2.5. Objetivo general**

Diseñar un modelo de negocios para el aprovechamiento de las oportunidades de los servicios turísticos del complejo paisajístico y la cabecera parroquial de Cojitambo.

## **2.6. Objetivos específicos**

1. Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho en relación al modelo de negocio.
2. Investigar el potencial del mercado del producto o servicio de hospedaje, comida tradicional, transporte, Tours, se podrá observar la elaboración de quesos en las fábricas artesanales, y existe un mirador natural.
3. Encuadrar el modelo de negocio en el ámbito legal y gestión administrativa
4. Localizar el proyecto de inversión con el dimensionamiento de la planta.
5. Evaluar económica y financieramente el proyecto de inversiones.
6. Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto.

## **2.7. Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto se enfoca en el Diseño del Proyecto de Inversión y Gerenciamiento de Servicios Turísticos en la Parroquia Cojitambo para la potenciación y contribución al desarrollo del turismo en la Parroquia a través de identificación de atractivos turísticos dentro del lugar y con ello el desarrollo económico.

## **2.8. Argumentación Teórica**

La fundamentación teórica del trabajo de titulación Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo esta lista desde la perspectiva de Peter Drucker quien dice que un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio.

Así mismo en la línea de pensamiento teórico se considera a Emilia Martínez Rodríguez quien manifiesta que un modelo de negocio, es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones, que permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica.

## **2.9. Viabilidad del modelo de Negocios**

El investigador se ancla en el método científico para tratar de resolver el problema de investigación. Recordemos que de acuerdo con Hernández Sampieri en el 2010 el método científico tiene 10 pasos, los trabajos en 3 momentos de acción, conocer observar y proponer. Desde esta perspectiva metodológica el trabajo de titulación es viable.

## **2.10. Conclusiones**

Las conclusiones a nivel de diseño son las siguientes:

1. La argumentación teórica con al menos 5 referencias es potente en la medida en la que soporta las aproximaciones al problema de investigación.
2. El enfoque metodológico es riguroso puesto que se basa en el método científico.
3. El diseño del modelo de negocios tiene una lógica que va desde la argumentación teórica el soporte metodológico y la concreción de la propuesta.

## 1.2 Tipo de investigación

Se trata de una investigación de tipo cuantitativo en la medida en que se procesa datos, porcentajes e información numérica como: investigación de mercados. estudios económicos financieros y tasas de rendimientos.

1. Usa el método científico, que se sustenta en tres momentos: conocer, observar y proponer.
2. Conocer equivale a averiguar todos los aportes teóricos revisados sobre el problema de investigación.
3. Observar implica abstraer información datos, percepciones desde los campos de estudio con la intencionalidad que expliquen el fenómeno.
4. Proponer es el momento de crear el diseño, el modelo, el sistema que resuelve el problema.

### 1.2.5 Alcance

El alcance es probabilístico. Se justifica el alcance desde el estudio de mercado en el que se aplica el método aleatorio simple o el estratificado para la determinación del tamaño de la muestra.

Es de corte no experimental por cuanto los hallazgos no están sujetos a comprobación de laboratorio.

### 1.3 Enfoque

La presente investigación es de enfoque exploratoria y descriptivo. Es exploratoria por cuanto se basa en investigación de fuentes primarias. También tiene enfoque descriptivo por lo que utiliza información de fuentes secundarias.

**Tabla 1. METODOS TÉCNICOS**

Métodos	Técnicos	Instrumento
Método Científico	Registro anecdótico	Libreta
Observación	Fichaje	Fichas bibliográficas y nemotécnicas
Histórico	Opinión de expertos	Informe
Inductivo deductivo	Discusión	Informe
Analítico sintético	Sistematización	Bitácora

**Fuente:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El enfoque metodológico se sustenta también desde una primaria averiguación. La pertinencia es la correspondencia que existe entre el problema de investigación y el tema.

En tanto que, la relevancia se define por la importancia de como el tema es transversal al resultado de aprendizaje, los dominios las líneas de investigación de la carrera, los ámbitos la planificación territorial, la agenda zonal y el eje 2 objetivos 4 5 y 6 del Plan Nacional del buen Vivir Toda una Vida.

En consecuencia, la preocupación del investigador se resume en la matriz de pertenecía y relevancia contenida en la tabla número 2.

**Tabla 2. Matriz de Pertenencia y relevancia**

Idea	Fuente	Problema que resuelve	Resultado de aprendizaje	Dominios	Líneas de investigación	Ámbitos	PDOTs	Agenda zonal	PNBV (Toda una vida)
Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo	La información fue tomada de notas de periódico Información obtenida en la Parroquia.	Estimula el progreso local ya que el turismo es una actividad y una herramienta que ayuda el desarrollo integral que realza la calidad de vida y la economía del país.	Diseñar el esquema de trabajo de titulación mediante la aplicación de herramientas metodológicas de investigación.	Gestión empresarial con responsabilidad social	Ciencias económicas, sociales y empresariales	Creación de empresas y gestión de PYMES.  Tecnologías avanzadas de gestión empresarial y modelado.  Organización y estrategia empresarial  Emprendimiento estratégico.		Zona 6.	Implementación de un centro de atención turística con el fin de dar a conocer todos los atractivos turísticos de la Parroquia Cojitambo y aportar en el desarrollo social y económico

Fuente: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

Así mismo, el enfoque metodológico es visto desde una aproximación o perfil que básicamente consiste en desarrollar la gran visión o las líneas generales del proyecto. Ayuda a explicar con mayor amplitud las variables de la matriz precedente y que corresponden a la pertinencia y relevancia de la investigación. Véase a la tabla N.º 3.

**Tabla 3 Estructura general del perfil del modelo de negocios del proyecto de inversión privada.**

<p><b>Título de proyecto de inversión privada:</b></p>	<p>Modelo de negocios del proyecto de inversión privada para la evaluación de la factibilidad comercial técnica económica administrativa y financiera para el diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo.</p>
<p><b>Introducción: Se expone brevemente, pero con absoluta claridad, la novedad y actualidad del tema, el objetivo del estudio, sus objetivos, el fundamento metodológico y los métodos a utilizar para realizar el proyecto. Es una fundamentación científica del proyecto en forma resumida)</b></p>	<p>El objeto de estudio es saber si se encuentra aprovechada la zona turística de Cojitambo tomando en cuenta los objetivos principales q son potenciar el turismo ofreciendo servicios que le permitan conocer a los visitantes las partes y lugares increíbles que posea nuestro Cojitambo, midiendo la parte económica y financiera del proyecto de investigación.</p>
<p><b>Antecedentes: consiste en una breve descripción del contexto que rodea el problema. Características relevantes a las actividades económicas, comerciales, financieras técnicas del proyecto. Mencionar si existen proyectos ejecutados o en ejecución que pretendan resolver el mismo problema y sus resultados alcanzados.</b></p>	<p>Las características más relevantes y las que hemos podido encontrar es en el seminario el Espectador donde se habla del proyecto que contempla la construcción de un museo de sitio, una plaza ceremonial, la plaza del maíz, un balcón de servicios que se será parte fundamental para dar a conocer a los turistas, en la página del ministerio de turismo también se pudo encontrar lo que son la variedad de escalas que posee Cojitambo</p>



<b>Planteamiento del problema</b>	¿Las ventajas comparativas de la zona turística de Cojitambo se encuentran lo suficientemente aprovechadas con proyectos de inversión privada de alcance turístico??
<b>Objetivo general: Se recomienda formular un solo objetivo general global coherente con el problema planteado. Este objetivo debe ser formulado con verbo en modo infinitivo y responder a las preguntas qué, como, y para qué</b>	Diseñar servicios turísticos mediante un proyecto de inversión para el aprovechamiento de ventajas de atractivos turísticos antes mencionadas en la Parroquia Cojitambo.
<b>Objetivos específicos: responderá a los momentos teóricos; estudio de mercado; organización y marco legal; y, estudio técnico.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho en relación al modelo de negocio.</li> <li>2. Investigar el potencial del mercado del producto o servicio de hospedaje, comida tradicional, transporte, Tours, se podrá observar la elaboración de quesos en las fábricas artesanales, y existe un mirador natural.</li> <li>3. Encuadrar el modelo de negocio en el ámbito legal y gestión administrativa.</li> <li>4. Localizar el proyecto de inversión con el dimensionamiento de la planta.</li> <li>5. Evaluar económica financieramente el proyecto de inversiones.</li> <li>6. Diseñar el modelo de gerenciamientos del proyecto.</li> </ol>

Fuente: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

## 2.11. Marco administrativo

### 2.11.1. Presupuesto

Es la suma total de dinero asignado con el propósito de cubrir todos los gastos del proyecto durante un periodo de tiempo específico. El fin de la gerencia del presupuesto es controlar los costos del proyecto dentro del presupuesto aprobado y entregar las metas esperadas del proyecto. (Díaz, s.f.)

**Tabla 4 Presupuesto durante el Proyecto**

Diseño y Gerenciamiento de la Arqueología y cabecera de Cojitambo				
No	Descripción	Cantidad	V/unitario	V/Total
1	Investigador	40	10	400
	Tutor	48	12	576
2	Materiales de oficina	Global	300	300
3	Transporte	global	100	100
4	Alimentación	global	45	45
5	Misceláneos	Global	80	80
Total				1.501

**Fuente:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018



## 2.12. Cronograma

**Tabla 5 Cronograma**

	Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1.	Diseño y aprobación del trabajo de titulación						
2.	Desarrollo del Marco Teórico						
3.	Desarrollo del Marco Metodológico						
4.	Desarrollo del diseño del modelo de negocios						
5.	Trámites Administrativos y defensa						

Fuente: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018.

## **CAPITULO III**

### **3. DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIOS Y GERENCIAMIENTO**

#### **3.1. Fundamentación del proyecto**

La temática a tratar es potenciar el turismo de la Parroquia Cojitambo diseñando un proyecto de inversión para poder brindar a los turistas servicios dentro de la Parroquia para su mayor comodidad satisfaciendo todas sus necesidades y creciendo como empresa.

#### **3.2. Idea empresarial y alcance**

Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo.

##### **3.1.2 Objetivos**

###### **3.1.2.1 Objetivo General**

El objetivo general del proyecto de inversión es organizar y diseñar servicios turísticos que respondan a las necesidades de la comunidad y de los visitantes brindando servicios turísticos de calidad y efectividad.

###### **3.1.2.2 Objetivos específicos**

- Diseñar un proyecto de inversión que ayude a la economía de la Parroquia y del País
- Impulsar el turismo en la Parroquia Cojitambo
- Crecer y ser reconocidos a nivel de la Parroquia, cantón y con el paso del tiempo del País.

- Ofrecer paquetes turísticos completos a los visitantes.

### **3.1.3. Antecedentes**

En el Cantón Azogues Provincia de Cañar se encuentra ubicado unos de los atractivos naturales más significativos como es la Parroquia Cojitambo cuya etimología CURI TAMBO significa descanso del oro, su altura es de 3076 m.s.n.m., y posee un clima agradable, con temperaturas que oscilan entre los 12° y 22°C.

Está ubicado a 10 km de la ciudad de Azogues y a 21 km al noroeste de la ciudad de Cuenca, el cerro Cojitambo está compuesto de ruinas Cañaris e Incas que se levantan sobre la cumbre tipo meseta y los flancos norte y oeste del cerro.

(Calle, 2008) Está formado por un extenso complejo de ruinas que incluye una traza cañarí-inca con varias estructuras de piedra que se distribuye alrededor de una plaza central. En las pendientes norte y oeste se suceden numerosas terrazas superpuestas a manera de gradas que ascienden en semicírculos hasta el borde de un acantilado.

Este lugar es considerado como uno de los mejores centros de escalada del país, pues ofrece a sus visitantes la posibilidad de practicar la escalada en roca y conocer el Complejo Arqueológico, su iglesia construida con la piedra del mismo cerro sus nuevos proyectos entre otros lugares de Cojitambo. Según los estudios realizados, el sitio estuvo habitado entre 500 A.C y 1532 D.C.

En los últimos tiempos se han implementado varios proyectos con distintos enfoques, de la misma forma el sector turístico está creciendo cada vez más y con ella la necesidad de los visitantes, siendo un recurso preciso para que la parroquia mejore.

Al ver la necesidad del turista se ha analizado una problemática como la de no encontrar alguien que le facilite información o que les ayude llegando al lugar indicado

de la parroquia al momento de realizar el recorrido turístico, ya que no existe una empresa que cubra estas necesidades lo cual hace que el visitante no regrese a este lugar turístico.

Cuando el visitante llega a la parroquia y termina su recorrido o su deporte extremo tiene que trasladarse a la ciudad de Azogues o Cuenca para buscar hospedaje, para lo cual se tiene pensado más adelante brindarles también alojamiento, como el hospedaje en cabañas, esto también impulsara nuestros servicios ya que constantemente el turista busca algo diferente y nuevo.

A sí también se ha analizado el mercado que obtendrá este servicio, que por lo visto es muy amplio ya que constantemente se tienen turistas en nuestro País.

Nuestro enfoque principal será dar a conocer la arqueología y los nuevos proyectos en marcha de la Parroquia, brindando servicios de calidad en donde el cliente pueda satisfacer todas sus necesidades.

#### **3.1.4. Justificación y requerimientos a satisfacer**

Para la elaboración de este proyecto existen documentos y bases científicas que respaldan esta investigación, así también cuento con el asesoramiento de expertos en el tema ya que con sus conocimientos me ayudaran a realizar este trabajo de titulación.

La dirección de este proyecto principalmente está enfocada en potenciar el desarrollo del turismo en nuestra Parroquia, ya que todos sabemos que el turismo es una fuente de ingreso importante además apoya al intercambio de actitudes sociales y culturales entre los pueblos.

Ecuador es considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. Su extensa escala de climas en sus cuatro regiones, ha dado lugar al nacimiento de miles de especies de flora y fauna en medio de extensos territorios naturales muchos de los cuales están protegidos por el estado.

Basado en el alto potencial turístico este proyecto fue creado para dar a conocer lugares de la Parroquia que no son reconocidos, como el deporte que se puede practicar en su imponente cerro Cojitambo.

La realización de este proyecto ayudara a la Parroquia Cojitambo a posesionarse como uno de los mejores centros turísticos dentro de la región ya que se realizarán estrategias de crecimiento y promoción para dar a conocer al visitante todos los lugares turísticos que posee la Parroquia, dando paso al visitante a una alternativa porque en este lugar puede encontrar un escenario de atractivos naturales, culturales, flora, fauna, montañas, arqueológica, deporte extremo como la escalada en el mes de mayo, se puede participar de ritos culturales en los festivales de maíz que se realiza cada año.

### **3.1.5. Mercado Objetivo**

El mercado objetivo de este proyecto son los visitantes a la ciudad de Azogues, la parroquia Cojitambo, Ingapirca y personas residentes en otros Países se segmentará en edades comprendidas de 18 a 65 años convirtiéndose así en un servicio innovador ya que no existe este tipo de servicios en la parroquia ni ciudad.

### **3.1.6. Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas**

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás. (Arias|, s.f.)

Es un servicio, que prestara comodidad al visitante, con excelente atención, precios al alcance de los turistas, y la incorporación de valor agregado en el servicio, tanto como la eficiencia y calidad.

La ventaja comparativa es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro. Es uno de los fundamentos básicos del comercio entre países, asumiendo como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras palabras, los países producen bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo. (Arias, s.f., pág. 3)

En este caso no hay ventajas comparativas existentes ya que es una empresa única y nueva en la Parroquia, como en la ciudad en la actualidad las agencias no cuentan con servicios a lugares rurales ni con el mantenimiento y potencial de los mismos.

### **3.2. Estudio de mercado**

#### **3.2.1. Objetivo**

El presente estudio de mercado tiene como objetivo principal conocer las necesidades de los turistas y del mismo pueblo Cojitambeño, como también identificar deficiencias y debilidades de la Parroquia para poder mejorar y potenciar para los turistas.

Los resultados obtenidos beneficiarán el turismo en esta zona en base a un turismo rural sostenible, restaurando los lugares de la parroquia, rescatando costumbres y tradiciones, acciones que permitirán brindar a los turistas servicios de calidad.

#### **3.2.2. Definición del producto ( bien o servicio)**

*Producto es aquello que toda empresa, organización o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. (Perreault, 2009)*

### **Servicio**

(Stanton, 2017) definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

Por lo expuesto en lo anterior los servicios que se pretende brindar, son servicios de calidad que cuenten con guías que dominan otros idiomas así como la lengua nativa, mayor organización y participación de los pobladores, acciones que permitirán mejorar el servicio que se brinda al turista y por ende generar mayores oportunidades en estas zonas.

Evaluar las diferentes alternativas de turismo que se puede realizar en esta zona ya que se cuenta con varios atractivos turísticos, así mismo, se puede impulsar la artesanía local como los sombreros de paja toquilla que nuestra gente los elabora y que puede ser ofrecido a los visitantes.

### **3.3. Demanda**

Para la aplicación del análisis de la demanda, se procedió a calcular la muestra del universo de visitantes a la ciudad de Azogues que según el último registro es de 1690, dato proporcionado por la Municipalidad de la ciudad de Azogues

**Tabla 6 De la Muestra**

UNIVERSO	NIVEL DE CONFIANZA	ERROR DE ESTIMACIÓN	PROBABILIDAD A FAVOR 50	PROBABILIDAD EN CONTRA 50	MUESTRA
1690	95	5	50	50	314

**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Partiendo del universo que es 1.690 visitantes, se realizó el cálculo considerando un nivel de confianza del 95% con el 5% de error, obteniendo como resultado que la muestra corresponde a 314 encuestas.

### **3.3.1. Población y muestra**

El universo y la población que se tomó en cuenta para el proyecto son los visitantes a la ciudad de Azogues, turistas que visitaron el complejo arqueológico de Ingapirca y el complejo arqueológico de Cojitambo.

Este total de la población es tomado en cuenta considerando además los siguientes: factores la edad, la frecuencia con la que viajan, el interés con el que viajan que tipo de lugares le gusta visitar y que considera esencial al momento de viajar.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula

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

Por consiguiente

Z= 1.96 Nivel de confianza

p= 95% Probabilidad de éxito

q= 5% Probabilidad de fracaso

N=1690 Tamaño de la muestra

E= 0.05% Error

$$n = \frac{1690(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(1690 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$nn = 314$$

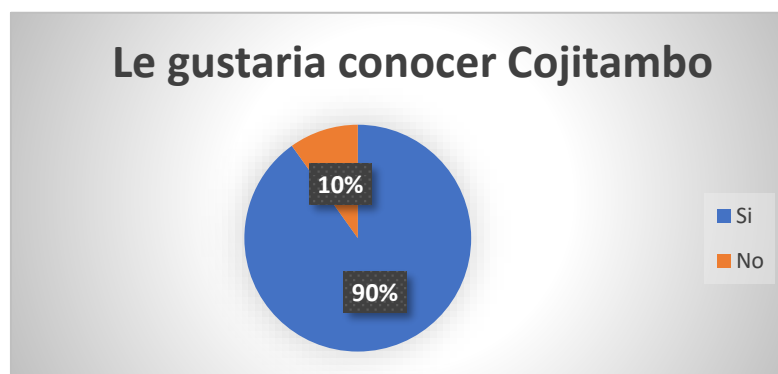
Con el cálculo de la muestra se obtuvo 314 encuestas a realizar, mismas que fueron aplicadas a los visitantes a la ciudad de Azogues, turistas que llegaron al complejo arqueológico Cojitambo como también al complejo arqueológico de Ingapirca, lugares principales que se tomó en cuenta al momento de aplicar la encuesta.

### 3.3.2. Interpretación de los resultados de la encuesta

Para comprimir la demanda partimos desde esta pregunta clave

**¿Le gustaría conocer la parroquia Cojitambo y sus lugares turísticos**

**Ilustración 7 Le gustaría conocer Cojitambo**



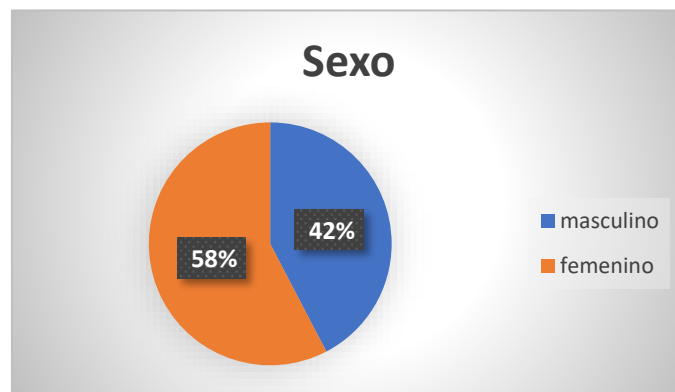
**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Para ello se trabajara con la frecuencia de visita, por lo que se tomó en cuenta la pregunta detallada anteriormente, referente a esta cuestión la mayoría de la colectividad

desearía conocer la Parroquia donde la aceptación por parte de los turistas es del 90% siendo así que se procede a comprimir la demanda.

En la encuesta realizada se tomarán los datos más relevantes, mismos que servirán para guiarnos a una demanda más próxima

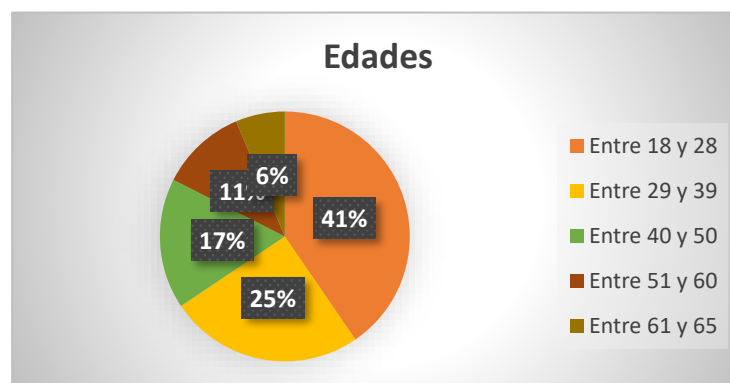
### Ilustración 8 Sexo



Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El mayor porcentaje de encuestados fue de género femenino con el 58%

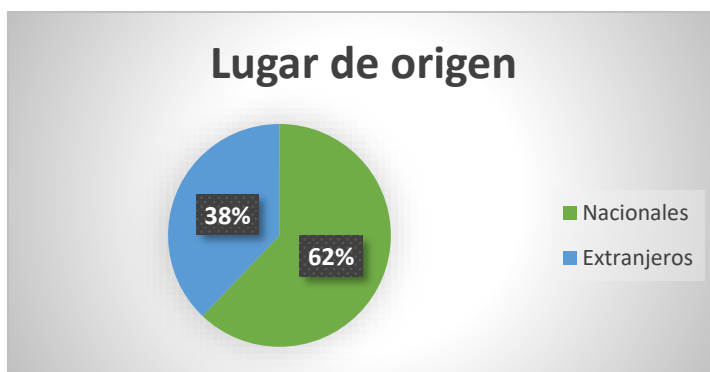
### Ilustración 9 Edad



Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

La mayoría de encuestados fueron de edades comprendidas entre 18 y 28 años, mismo que se estima un porcentaje del 41% de visitantes de esta edad.

**Ilustración 10 Lugar de origen**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Los turistas que más visitan la Provincia son de las ciudades de nuestro País con un 62% más que los extranjeros 38%.

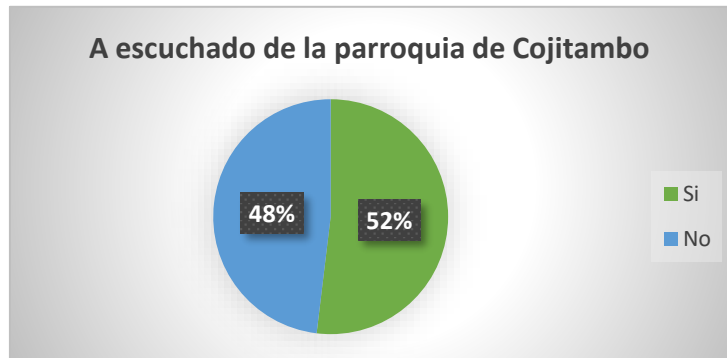
**Ilustración 11 Con qué frecuencia Viaja**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Se analizó también la frecuencia con la que los turistas viajan, obtenido como resultado que el 74% de las personas lo hace semestralmente.

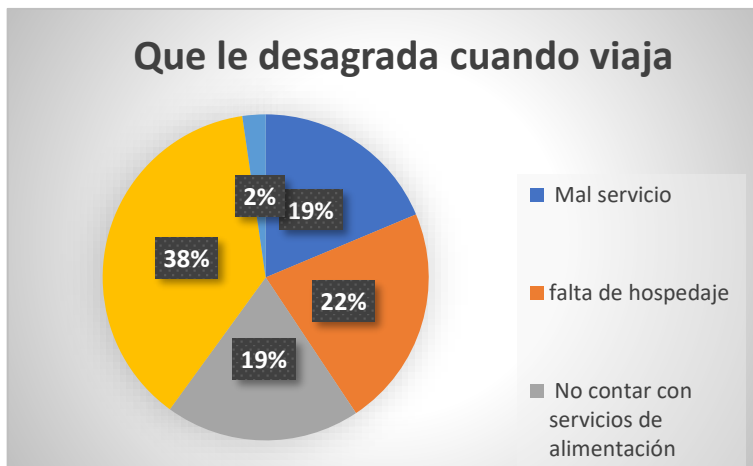
**Ilustración 12 A escuchado de la Parroquia Cojitambo**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El 52% de las personas que fueron encuestadas respondieron que sin han escuchado hablar de la Parroquia Cojitambo.

**Ilustración 13 Que le desagrada cuando viaja**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

En la encuesta se mencionó a los turistas, qué le desagrada cuando viaja, a lo que el 38% responde que la falta de guías, como una de las incomodidades y problemas más grandes cuando llegan a los lugares turísticos rurales que desean visitar.

**Ilustración 14** Que prefiere visitar



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El resultado expuesto en el gráfico demuestra que el 34% de los encuestados respondieron que les gusta viajar a la playa y se obtuvo un porcentaje del 30% que les gusta la montaña y practicar el deporte de escalada, lo que es beneficioso para nuestro proyecto .

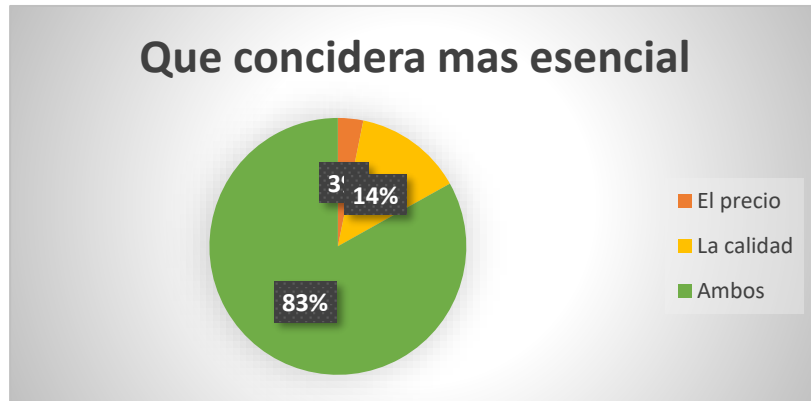
**Ilustración 15** Que medio utiliza para viajar



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

A la hora de buscar información sobre lugares para visitar, el internet es el más común con el 63% y los turistas mencionan que es una manera más fácil y rápida de encontrar lugares que están buscando.

**Ilustración 16** *Que considera esencial*

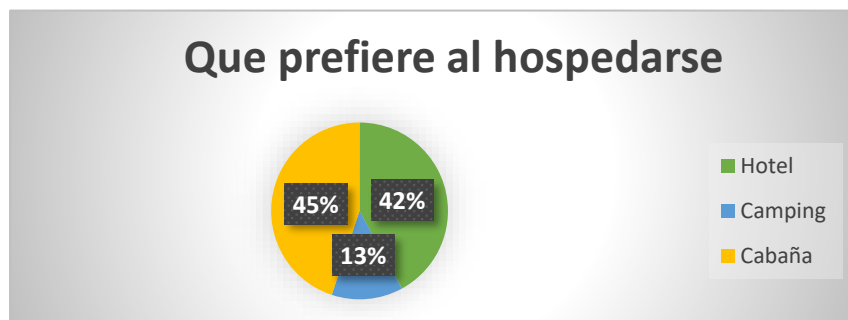


**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El 83% de los encuestados en un producto turístico consideran esencial tanto la calidad como el precio.

En la encuesta se señaló también, que prefiere al momento de hospedarse, el 45% de las personas respondieron que les encantaría hospedarse en cabañas ya que es un ambiente más fresco y una experiencia diferente al ambiente de hotel.

**Ilustración 17** *Que prefiere al hospedarse*



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

En la encuesta se señaló también, que prefiere al momento de hospedarse, el 45% de las personas respondieron que les encantaría hospedarse en cabañas ya que es un ambiente más fresco y una experiencia diferente al ambiente de hotel.

### **3.3.3 Información secundaria y terciaria**

La información se obtuvo en el municipio de la ciudad de Azogues desde la base de datos del año 2017 de los visitantes a la ciudad.

En la siguiente tabla podremos observar el número de visitantes a la ciudad de Azogues en el año 2017.

**Tabla 7 Información turística Azogues 2017**

<b>CALCULO DE INGRESO DE VISITANTES A LOS TRES CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA AZOGUES 2017</b>					
			<b>TIPO DE VISITANTES</b>	<b># PAX</b>	
			LOCALES	68	
<b>I-TUR SAN FRANCISCO</b>			NACIONALES	1185	
			EXTRANJEROS	198	
			TOTAL	1451	
			LOCALES	0	
<b>PIT. TERMINAL TERRESTRE</b>			NACIONALES	0	
			EXTRANJEROS	0	
			TOTAL	0	

			LOCALES	98	
<b>I-TUR UNIDAD DE TURISMO</b>			NACIONALES	119	
			EXTRANJEROS	22	
			TOTAL	239	
		LOCALES	166		
		NACIONALES	1304		
		EXTRANJEROS	220		
		TOTAL	1690		

Fuente: Gad Municipal Azogues 2017

En esta tabla se puede observar que la cantidad total de visitantes a la ciudad de Azogues es de 1.690 dicha cantidad sirvió para calcular el número de encuestas a realizar para promediar la aceptación del proyecto por los turistas.

### 3.4. Información Primaria

Para comprimir la demanda partimos de esta pregunta clave

#### ¿Le gustaría conocer la parroquia Cojitambo y sus lugares turísticos

Para ello se trabajara con la frecuencia de visita, por lo que tomamos como base la respuesta a la pregunta que tiene que ver con la preferencia por conocer Cojitambo que se obtuvo como resultado el 90% de aceptación o intención.

1. Como fuentes primarias también brindaron información el pueblo Cojitambo, el presidente del Gad Parroquial y habitantes del lugar.
2. Turistas del lugar
3. Turistas del complejo de Ingapirca
4. Visitantes en general de la ciudad de Azogues.

### 3.5. Oferta

En las agencias de viajes que he visitado en la ciudad de Azogues me dieron a conocer que ellos no son empresas locales, es decir no ofrecen tours a las Parroquias en especial la Parroquia Cojitambo.

Lo que se pretende hacer en el proyecto es dar a conocer la existencia de la Parroquia Cojitambo, promocionando los lugares turísticos que tiene este sitio como la existencia de la Parroquia Cojitambo, la posibilidad de practicar deporte de escala, motivando a los turistas a que conozcan de una forma más detallada.

La oferta del proyecto depende de la existencia de atractivos turísticos que constituyen los motivos de viaje y visita del turista, la misma que está ligada a la presencia de recursos naturales que permiten disfrutar de la naturaleza.

Por lo que los factores principales de atracción de este sitio son:

1. Los recursos naturales
2. Recursos culturales

### 3.6. Demanda Potencial Insatisfecha

(Urbina, 2017) *Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.*

#### Tabla 8 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda se calculó con un incremento del 0.30% anual, partiendo con una cantidad de 12 personas a la semana 360 visitantes al y con un total de 4320 al año de la misma forma fue calculado y proyectado para los años futuros.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Potencial Insatisfecha
2018	4320	0	4320
2019	5760	0	5760
2020	7560	0	7560
2021	9720	0	9720
2022	12600	0	12600

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

En conclusión, en el mercado no existe oferentes de este servicio por consecuente la demanda potencial insatisfecha es el total de la demanda al no existir agencias de viajes o instituciones públicas que presten este tipo de servicio.

### 3.7. Precios

(Santesmases Mestre, 2002) *Precio: Es la cantidad de dinero que un consumidor paga por adquirir un producto o utilizar un servicio.*

Se pretende prestar servicios de calidad con programas que permitan concientizar las tradiciones, culturas y la conservación de medio ambiente, buscando el trato equitativo entre los turistas, ofreciendo servicios de acuerdo a las necesidades de cada tipo de turista a sus exigencias y precios que estén dispuestos a pagar.

Como también se pretende otorgar ingresos que mantenga el interés de los viajeros del lugar turístico y que resulte razonable para los mismos se planea conferir promociones y descuentos.

### **3.8. Comercialización**

Para la comercialización del servicio es importante tomar en cuenta las cuatro P (producto, plaza, precio y promoción) mismo que no trabajan bien sin una C de calidad.

1. Para la comercialización se analizó la demanda, la oferta y el precio, los cuales son claves y apropiados para la aceptación y consumo del servicio.
2. Para llegar a los posibles turistas del lugar se realizaría publicidad constante por los medios de comunicación más utilizados.
3. Para el control de atención al cliente se tiene planificado hacer revisiones permanentes para poder tomar en cuenta si el turista está satisfecho o no con el servicio.

#### **3.8.1. Estrategias de introducción al mercado**

Las estrategias más importantes para la introducción al mercado son las que se detallara a continuación.

##### **3.8.1.1.Promoción**

Promocionar los lugares turísticos de la Parroquia Cojitambo mediante las redes sociales y sitios web que son los más utilizados por los turistas al momento de buscar a donde viajar, tomaremos a las redes sociales como canales para difundir información acerca del proyecto, publicar los mejores comentarios de turistas que visitaron la Parroquia y su experiencia en el lugar, siendo de gran influencia para los turistas al momento de elegir la compra virtual dejando de lado lo que es la promoción por televisión y radio ya que eso implica un rubro elevado de gasto, pero no se descarta la idea de utilizar más adelante este tipo de medios de comunicación.

### **3.8.1.2. Publicidad**

A través de nuevos métodos particulares de publicidad a medida que pase el tiempo se ira formando promociones y la comercialización de paquetes turísticos de manera que cada vez vaya mejorando, así mismo la publicidad de boca en boca realizada por los turistas se convierte en más viajeros, ya que los turistas satisfechos siempre hablaran bien del servicio y recomendaran el mismo, eso nos facilitara para brindar un servicio excepcional.

## **CAPITULO IV**

### **4.1. Estudio Técnico**

El estudio técnico de un proyecto consiste en diseñar un producto o un servicio en función de la utilización de los mejores recursos para conseguir de acuerdo al fin propuesto.

#### **4.1.1. Objetivos**

1. Diseñar estrategias que permitan el uso adecuado de recursos para obtener el servicio
2. Determinar técnicamente que el servicio es factible
3. Determinar el tamaño óptimo de la planta
4. Identificación y descripción del proceso

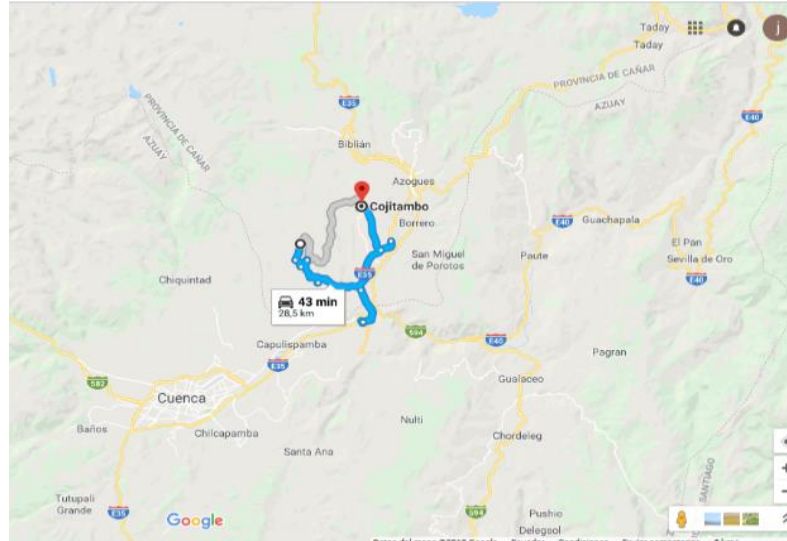
#### **4.1.2. Localización Optima**

La localización de plantas se entiende como el estudio cuidadoso que debe hacerse para determinar el sitio o lugar más conveniente para el establecimiento de una planta, buscando las operaciones más óptimas. (slideshare, s.f.)

#### **4.1.3. Objetivo**

El objetivo del estudio es dar a conocer donde está ubicado el sector turístico que para el presente caso corresponde la Parroquia Cojitambo, detallaremos los diferentes lugares por visitar informando al turista como llegar al lugar.

### Ilustración 18 Croquis de cómo llegar al lugar



Fuente y elaboración: Google mapa, Ecuador 2018

En el cantón Azogues, provincia del Cañar, se encuentra ubicado el Cerro Cojitambo, cuya etimología CURI TAMBO significa descanso del oro, su altura es de 3076 m.s.n.m., y posee un clima agradable, con temperaturas que oscilan entre los 12° y 22°C.

Este lugar es considerado como el parque de escalada en roca más grande del Ecuador, pues ofrece a sus visitantes la posibilidad de practicar la escalada en roca y conocer el Complejo Arqueológico de Cojitambo que se encuentra en la cima del cerro. Según los estudios realizados, el sitio estuvo habitado entre 500 A.C y 1532 D.C. Al momento existen alrededor de 180 rutas habilitadas, las que ofrecen una variedad de opciones para principiantes y experimentados escaladores. (Ministerio de Turismo, s.f.)

La Parroquia Cojitambo se encuentra ubicado a 10 kilómetros al oeste de la ciudad de Azogues. Desde Azogues por la vía Cojitambo el tiempo de llegada a la parroquia es de 16 minutos, esto es una planificación sin tomar en cuenta el tráfico, tiempo y otros elementos que hagan variar el estado de las carreteras de las cuales se dará uso, para ello se debe de tomar en cuenta estos aspectos al planificar la ruta.

#### 4.1.4. Tamaño Optimo (Capacidad)

Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Urbina, prezi, 2016)

La capacidad para recibir a los turistas es amplia por el espacio que existe en la parroquia y en cada lugar turístico que se visite en dicho lugar, considerando el número de rutas disponibles para los visitantes que acuden para practicar el deporte extremo de la escalada, pero en este caso tomaremos en cuenta que como apertura del proyecto se contara con un solo guía el cual será bilingüe para poder comunicarse con los turistas de otros países, pero a medida que vayamos creciendo iremos proporcionando el personal para así poder abarcar más visitantes brindándoles un servicio de calidad

**Tabla 9 Tamaño Optimo**

Se puede observar que se realiza un incremento del 30 % mismo que es proyectado para 5 años.

Año	Capacidad por día	Capacidad por mes	Capacidad por año
2018	12	360	4320
2019	16	480	5760
2020	21	630	7560
2021	27	810	9720
2022	35	1050	12600

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Se planifica contar con la visita de un promedio de 12 personas a la semana lo que en un mes nos resulta 360 personas y 4.320 personas en el año 2018 ya que pretende arrancar desde el mismo con el proyecto, con un crecimiento del 30% incrementado para el siguiente año.

Para el año 2019 se pretende acrecentar con la visita de 16 personas a la Parroquia y sus lugares turísticos lo que nos da un resultado de 480 personas al mes y 5.760 turistas al año.

Se tiene previsto aumentar la visita de los turistas cada año por lo que se espera en el 2020 contar con la visita de 21 personas, lo que al mes resulta 630 turistas y al año sería 7.560.

Para el año 2021 se pretende tener la visita de 27 personas por lo que al mes tendríamos 810 y al año 9.720 visitas.

En el 2022 se procura alcanzar a la semana la visita de 35 personas 1.050 al mes y 12.300 turistas al año.

#### **4.1.5. Ingeniería de Proyectos**

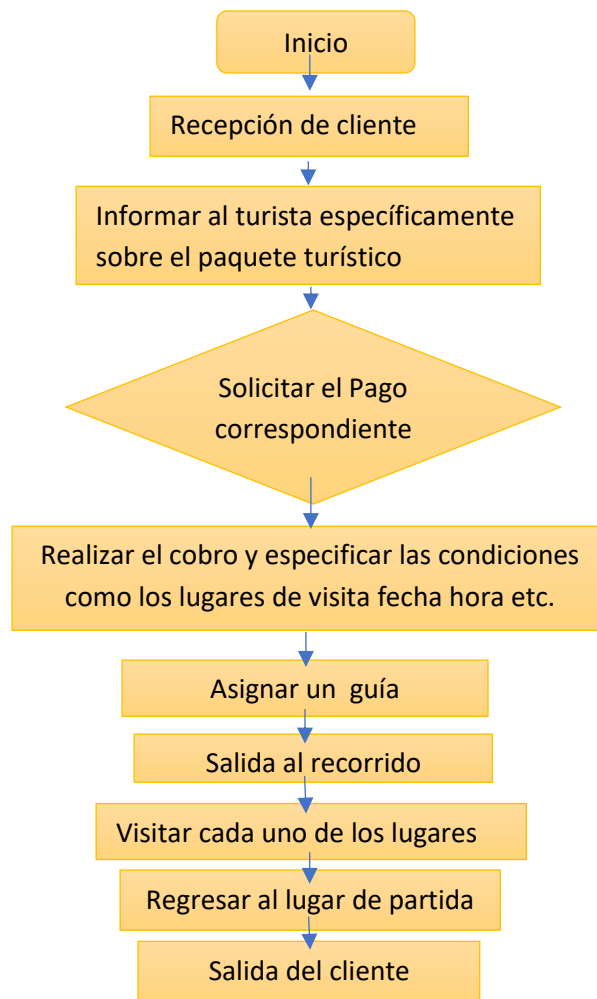
(Lopez, s.f.) Es un conjunto de instrucciones de carácter analítico y técnico, cuyas actividades y tareas hacen la logística de elegir el proceso productivo, es decir la ingeniería de proyecto provee toda la información en términos de requerimientos de unidades físicas necesarias para armar los presupuestos y flujo de caja del proyecto.

#### **4.1.6. Flujograma**

(García-Morales, 2002) Son la representación gráfica de los procesos y son una herramienta de gran valor para analizar los mismos y ver en qué aspectos se pueden introducir mejoras. Lo más importante para representar gráficamente un proceso es

identificar el Inicio y el Fin del proceso. Esto debe ser acordado por el grupo de trabajo. Generalmente el inicio y el fin se representan con el icono.

A continuación, se detallará el flujograma que será utilizado en el proyecto



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

#### **4.1.7. Proceso Productivo**

El proceso productivo empieza desde la comparación de oferentes y demandantes turísticos, el turista es el gran consumidor del lugar que este visitando.

En este caso la Parroquia Cojitambo es un proceso productivo muy elevado por los lugares atractivos que brinda el lugar.

## ESCALADA



Fuente: En la Vertica.com, Ecuador 2018

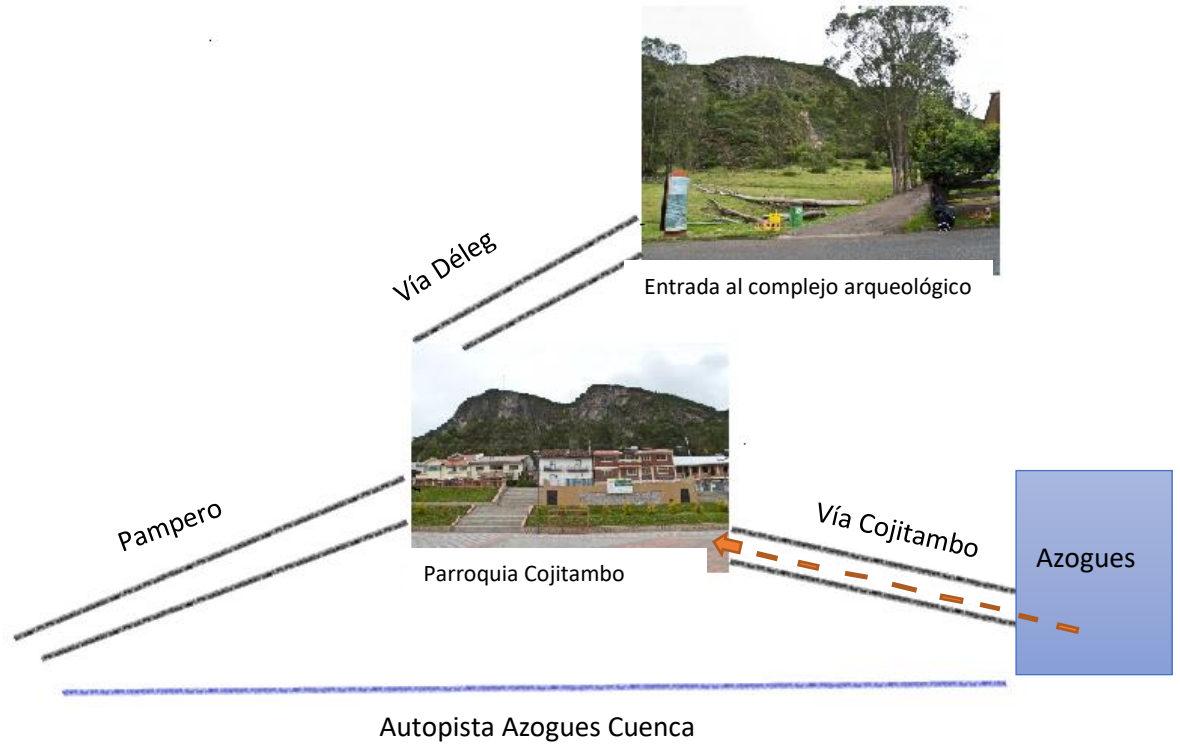
La parroquia Cojitambo es el sitio más importante de escalada en roca, el lugar consta con más de 180 rutas de escalada para los deportistas de esta disciplina dentro del proyecto está previsto contar con un experto en escalada para poder guiar a los turistas y deportistas que nos visitan de los diferentes Países del mundo.

Por lo que centraremos promociones de paquetes turísticos a los deportistas de otros países que nos visitan, ofrecerles un servicio de calidad, así como también se provee ofrecer nuestros servicios a nivel mundial dándonos a conocer procurando crear el interés para que visiten nuestra querida provincia en especial la bella Parroquia de Cojitambo y sus alrededores que sería el punto de partida en nuestros paquetes turísticos y promociones.

### 4.1.8. Distribución Externa

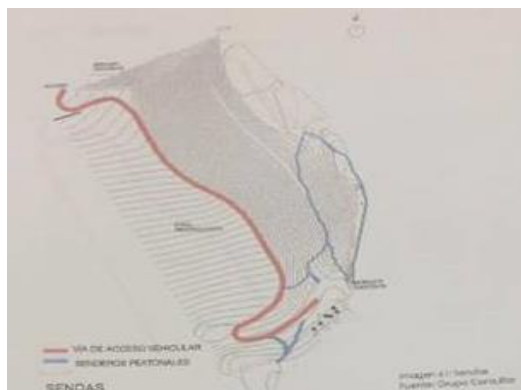
La distribución externa está comprendida por los principales lugares turísticos que se van a visitar.

**Ilustración 19 Distribución Externa**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

**Tipos de Vía**



**Fuente :** Proyecto Diseño Arquitectónico Paisajístico en el complejo Arqueológico Cojitambo , Ecuador 2018.

Para la llegada al imponente Cojitambo se puede acceder a través de 2 tipos de vías, la vía principal que atraviesa el complejo y se caracteriza por ser una vía de acceso

vehicular. También se pueden observar senderos que se encuentran en el medio de las montañas.

Al norte de la Parroquia se encuentra ubicada el cerro, donde se visitara la arqueología de Cojitambo, más adelante la terraza natural colindante con la cima y donde los turistas pueden practicar el deporte de escalada, como el camino del inca, la cueva del murciélago, al sur se encuentra el pueblo Cojitambeño con sus encantadoras Comunidades, al este está ubicada la iglesia de San Alfonso de Cojitambo, donde se puede admirar su estructura completa de roca y al oeste esta otro de los lugares turísticos del lugar como es el chorro.

#### 4.1.9. Distribución Interna

Se necesita establecer la distribución del espacio necesario para el correcto funcionamiento del establecimiento y brindar a los trabajadores un espacio adecuado para realizar su trabajo y puedan desenvolverse de mejor manera.

#### *Ilustración 20 Distribución Interna*



Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

## 4.2. Estructura Organizacional

Para la estructura organizacional detallaremos en un rol de pagos los cargos y los sueldos de cada empleado que será parte de este proyecto.

**Tabla 10 Rol de pagos**

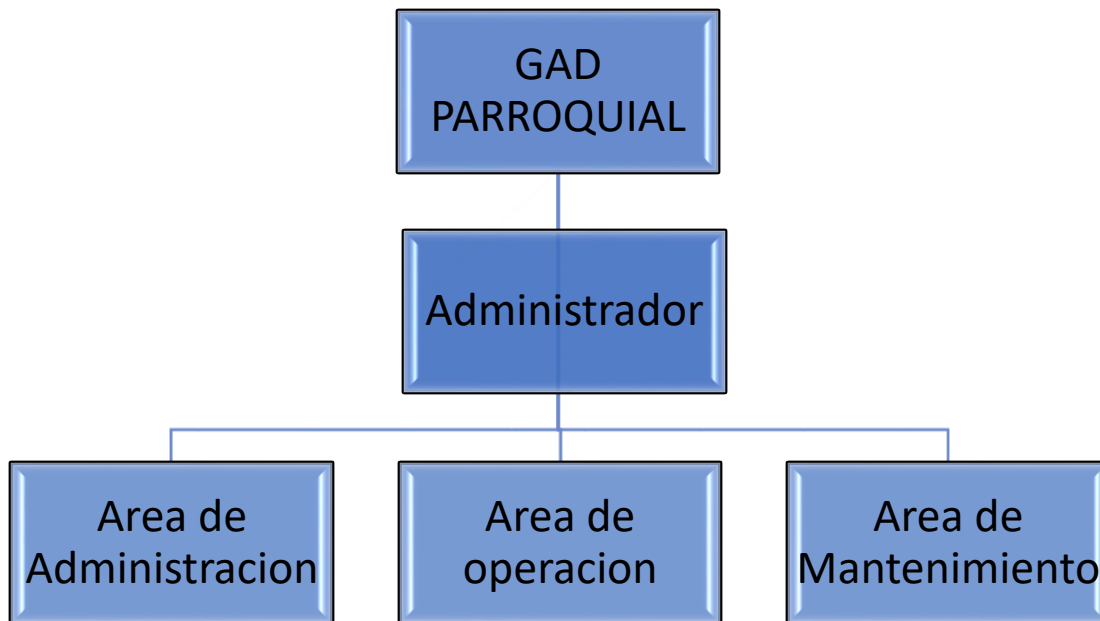
INGRESOS			APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL DE SUELDO
CARGO	SUELDOS	FONDOS DE RESERVA					
GERENTE	\$9.600,00		\$1.689,60				\$11.289,60
CONTADOR	\$6.000,00	\$499,80	\$729,00	\$541,65	\$386,00	\$250,00	\$7.677,45
RECEPCIONISTA	\$4.632,00	\$385,85	\$562,79	\$418,15	\$386,00	\$193,00	\$6.015,00
AGENTE DE SEGURIDAD	\$5.040,00	\$419,83	\$612,36	\$454,99	\$386,00	\$210,00	\$6.510,82
GUÍA	\$7.200,00	\$599,76	\$874,80	\$649,98	\$386,00	\$300,00	\$9.135,74
<b>TOTAL</b>	<b>\$32.472,00</b>	<b>\$1.905,24</b>	<b>\$4.468,55</b>	<b>\$2.064,77</b>	<b>\$1.544,00</b>	<b>\$953,00</b>	<b>\$40.628,61</b>

**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

### 4.2.1. Organigrama Estructural

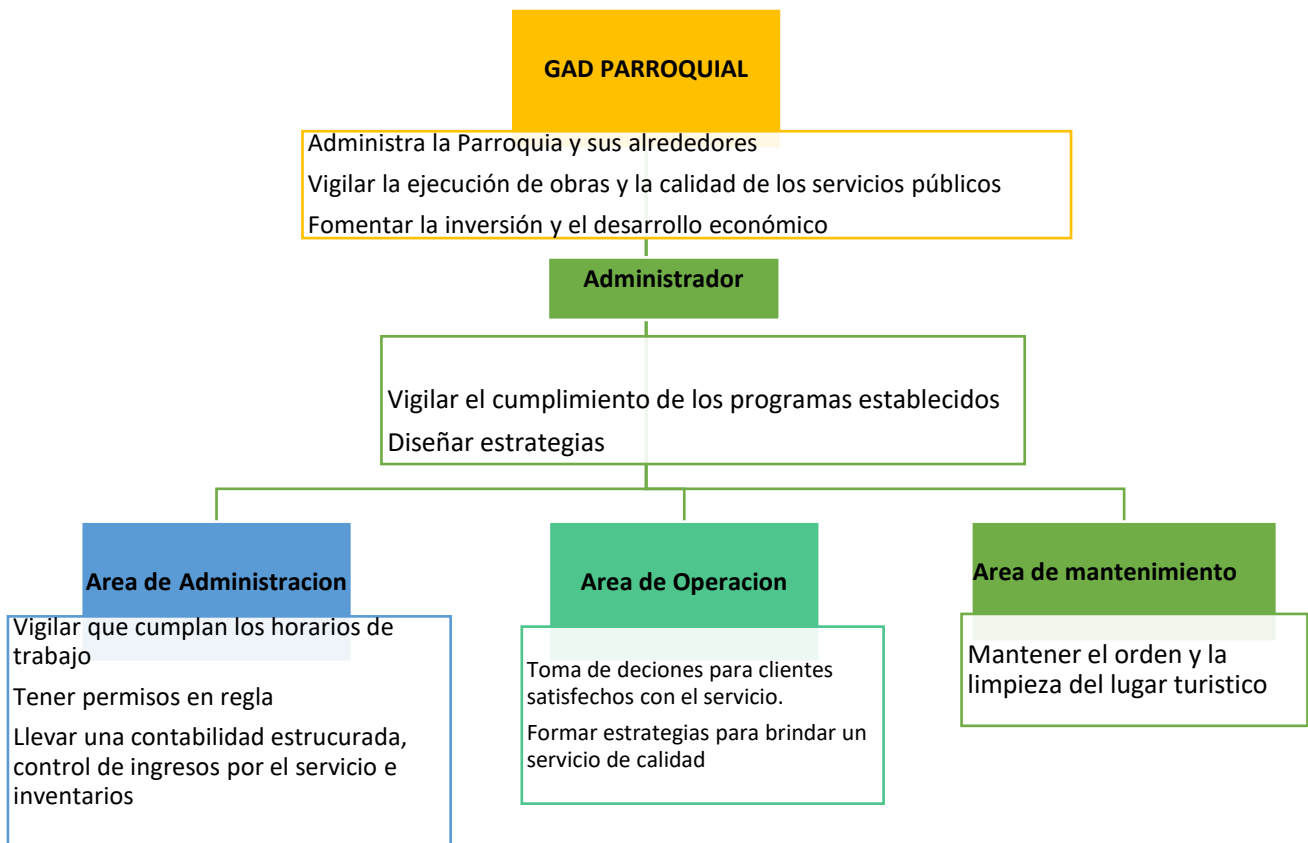
#### Organigrama

(Thompson, 2018) Es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen como sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

#### 4.2.2. Organigrama Funcional



Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

### **4.2.3. Marco Legal y Factores Legales Relevantes**

#### Requisitos para declarar una zona de desarrollo turístico prioritario

(Entorno turístico , 2015) Una zona de desarrollo turístico prioritario es aquel destino que por sus capacidades, vocación y atractivos es viable de ser utilizada para atraer visitantes con fines turísticos y que de alguna manera no ha sido acondicionada para que viajeros puedan acudir a ella, un atractivo turístico digno de ser promocionado tanto por el gobierno como por las empresas privadas.

Sin embargo, deben existir una serie de requisitos establecidos por el reglamento de la ley de turismo que se deben respetar antes de explotar la zona. Aquí te los presentamos.

A continuación, se detalla:

1. Para ser declarada zona de desarrollo turístico se deben formular políticas en conjunto con la secretaría de turismo, la secretaría de desarrollo social y los gobiernos estatales y municipales del lugar donde está dicho atractivo y establecer mecanismos de coordinación.
2. La declaratoria debe contener antecedentes y características naturales, arqueológicas, históricas, artísticas, o sociales que permitan definir la vocación turística de la zona.
3. Delimitar la zona y trazar objetivos.
4. Se debe vigilar que los usos de suelo sean compatibles con la vocación turística de la zona.
5. Se debe dotar la zona con infraestructura y equipamiento para el desarrollo turístico.
6. Se debe preservar el equilibrio ecológico y conservar las áreas naturales protegidas.
7. Mantener el desarrollo socioeconómico y cultural de los habitantes de la región.

8. Establecer centros dedicados al turismo social.

(turismo.gob, 2014) Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a. Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d. Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e. Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f. Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g. Fomentar e incentivar el turismo interno.

(turismo.gob, 2014) Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda, y llenar una solicitud, modelo que se encontrará en anexos.

(Tecnologías, s.f.) Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia única de funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el trayente como para la empresa que recibe el aporte.

Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo.

Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

(turismo.gob, 2014) Art. 27.- Las personas naturales, las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

(turismo.gob, 2014) Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

## **PATRIMONIO AUTONOMO**

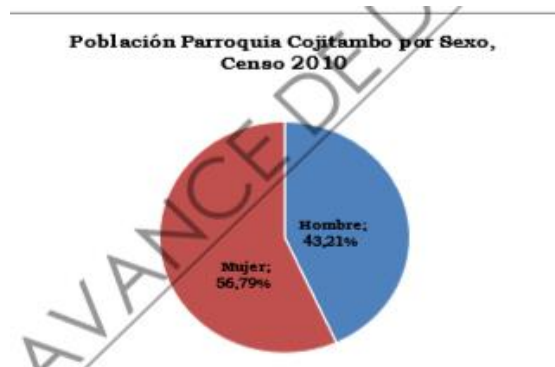
(turismo.gob, 2014) Art. 39.- El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

- a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo;
- b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley;
- c) Los valores por concesión de registro de turismo;

- d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero.

(Alvear, 2015) Según el último Censo de la Población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, la Parroquia Cojitambo tiene 3.689 habitantes de los cuales 2.095 son mujeres y 1.594 son varones.

CENSO	POBLACION TOTAL	HOMBRE	MUJER
2010	3.689	1.594	2.095



Fuente: Censo 2010 Cojitambo, 2018

(Alvear, 2015) Es la única área urbana de la parroquia y sede del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, desempeña el rol de centro de administrativo, prestación de bienes y servicios. El nombre de este asentamiento en lengua andina significa "Asiento dichoso", a decir de sus habitantes fue la fertilidad de la tierra la que hace aproximadamente 130 años propicio el establecimiento de los primeros habitantes justo al pie del cerro del mismo nombre.

Cerro de gran importancia en la cosmología cañarí e inca, en cuya cumbre amesetada y flancos norte y oeste se han encontrado vestigios arqueológicos que según los expertos tuvieron fines militares y religiosos.

## CAPITULO V

### 5. Estudio económico y financiero

#### 5.1. Objetivos

El objetivo principal del estudio económico y financiero es medir la rentabilidad del proyecto a través de la liquidez de la situación financiera actual y pronosticar su posible evaluación en el futuro.

#### Objetivos Específicos

1. Elaborar balance general y estados de resultados desde el año en el que se va a empezar hasta futuro del proyecto.
2. Utilizar eficazmente los medios que contienen los inventarios y activos fijos como disminuir costos y lograr la meta planificada a futuro

#### 5.2. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto es de \$3.553.28 mismo que se utilizara para brindar a los turistas un servicio eficaz y de calidad.

**Tabla 11 Inversión inicial**

INVERSIÓN INICIAL		
ACTIVOS		
INVERSIÓN		\$1.625,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$320,00</b>
SILLA GIRATORIA	\$60,00	
ARCHIVADOR	\$170,00	
TELÉFONO 2 VÍAS	\$90,00	
ACTIVO NO CORRIENTE		
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>		<b>\$1.305,00</b>
COMPUTADORA HP	\$940,00	
IMPRESORA EPSON	\$230,00	
ESCÁNER	\$135,00	
<b>GASTOS</b>		<b>\$1.928,28</b>
<b>SUMINISTROS DE OFICINAS</b>		<b>\$1.928,28</b>
LÁPIZ	\$60,48	
ESFEROS	\$72,00	
BORRADORES	\$50,40	
CUADERNOS	\$633,60	
TABLEROS	\$120,00	
TINTA DE IMPRESORA	\$420,00	
HOJAS BLANCAS A4	\$33,60	
CARPETAS	\$72,00	
ARCHIVADORES	\$360,00	
PERFORADORA	\$36,00	
ENGRAMPADORA	\$36,00	
CLIPS	\$4,20	
PORTA CLIPS	\$6,00	
GRAPAS	\$19,20	
SACA GRAMPAS	\$4,80	
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>\$3.553,28</b>

**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

### 5.3. Depreciación

$$\text{DEP} = \frac{\text{VALO ACTIVO} - \text{VALOR RESIDU}}{\text{VIDA UTIL}}$$

A continuación, se presentan las depreciaciones que se estimaron de acuerdo a la tasa imponible vigentes fijadas por la ley de Régimen Tributario Interno. En este caso la depreciación anual del proyecto detallado es de \$465,83.

**Tabla 12 Depreciación**

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL AÑOS	% DEP	VALOR RESIDUAL	DEP ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	\$1.305,00	3	33%	2	\$434,33
MUEBLES Y ENSERES	\$350,00	10	10%	35	\$31,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.655,00</b>			<b>37</b>	<b>\$465,83</b>

#### 5.4. Costos

##### 5.4.1. Estructura de Costos y Gastos

Las estructuras abarcan los Gastos de Administración, gastos de oficina, gastos de ventas y gastos de mantenimiento y seguridad con un total de \$49.154,44.

**Tabla 13 Estructura de costos y gastos**

COSTOS Y GASTOS DEL DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA COJITAMBO	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
REMUNERACIONES	\$24.982,05
GASTOS DE OFICINA	\$320,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$25.302,05</b>
GASTOS DE VENTAS	
REMUNERACIÓN	\$9.135,74
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$9.135,74</b>
GASTOS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD	7.740,00
REMUNERACIONES	\$6.510,82
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$14.250,82</b>
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$48.688,61</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	
DEPRECIACIONES	\$465,83
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$49.154,44</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.5. Presupuesto de Gastos Operativos

Los gastos de operación no son costos de productos ni tampoco se asignan a éstos. Son gastos de operación todos aquellos desembolsos relacionados con las actividades de administrar la empresa y vender sus productos o prestar servicios (eumed.net, s.f.)

Los gastos operativos que constituyen en este proyecto son servicios básicos y artículos de limpieza mismos que servirán para prestar un servicio de calidad.

**Tabla 14 Presupuestos de Gastos operativos**

GASTOS OPERATIVOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$45,00	\$540,00
AGUA	\$6,20	\$74,40
TELÉFONO	\$35,00	\$420,00
INTERNET	\$35,00	\$420,00
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	\$42,64	\$511,68
TOTAL	\$163,84	\$1.966,08

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.6. Capital de Trabajo

(E Y. T., 2009) Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo entiéndase por corto plazo periodos de tiempo no mayores de un año.

El capital de trabajo detallado a continuación será para cubrir un año de sueldos del personal requerido, así como también servicios básicos y suministros de limpieza es de suma importancia provisionar estos recursos para poder cubrir el financiamiento requerido.

**Tabla 15 Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL ANUAL
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$24.982,05
MANTENIMIENTO	\$7.740,00
SUELDOS OPERATIVOS	\$6.510,82
SUELDO EN VENTAS	\$9.135,74
<b>SERVICIO BÁSICOS</b>	
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$540,00
AGUA	\$74,40
TELÉFONO	\$420,00
INTERNET	\$420,00
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	
ÚTILES DE ASEO EN GENERAL	\$511,68
<b>TOTAL</b>	<b>\$50.334,69</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.7. Ingresos

(Reviso , 2017) Es una partida que aumenta el patrimonio de la empresa o que disminuye la deuda o pérdida.

Los ingresos del mercado se determinaron de acuerdo a lo expuesto en el mercado objetivo la misma que está en función de la capacidad instalada de los servicios turísticos.

**Tabla 16 Capital de trabajo**

En el valor de la entrada existirá cierto descuento para los niños, adulto mayor y personas con capacidades especiales.

INGRESOS POR ENTRADAS				
Año	Nro. de turistas	Descripción	Valor Entrada	Total Anual
2018	4320	Niños, Adulto Mayor ,Estudiantes, Personas con capacidades diferentes, Publico en general	1,5	\$9.612,00
2019	5760		1,75	\$12.816,00
2020	7560		1,5	\$16.821,00
2021	9720		1,5	\$21.627,00
2022	12600		3,5	\$28.035,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>				<b>\$88.911,00</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

Para obtener el total de ingresos por gastronomía se tomó en cuenta el 50 % del total de las personas posibles consumidores del servicio.

INGRESOS POR GASTRONOMIA			
Año	Descripción	Precio	Total
2018	Comida típica	10	\$1.260,00
2019			\$630,00
2020			\$1.890,00
2021	Comida rápida	2	\$315,00
2022			\$2.205,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$6.300,00</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

El total de ingresos es la suma del valor de las entradas y lo obtenido por gastronomía

INGRESOS	
DETALLE	SUBTOTAL
total de entrada	\$ 88.911,00
total de gastronomía	\$6.300,0000
<b>Total</b>	<b>\$ 95.211,00</b>

**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

### **5.8.1 Estado de Resultados (cuenta de pérdidas y ganancias)**

(Castro, 2017) El estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

(Rivera, 2015) El estado de resultados proyectado nos permite realizar proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generaría una empresa conociendo así su futura viabilidad o rentabilidad.

**Tabla 17 Estado de resultados**

ARQUEOLOGÍA Y CABECERA DE LA PARROQUIA COJITAMBO						
ESTADO DE RESULTADOS						
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018						
DESCRIPCIÓN		1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
INGRESOS POR ENTRADAS Y ALIMENTACIÓN	\$95.211,00	\$99.019,44	\$102.980,22	\$107.099,43	\$111.383,40	\$115.838,74
TOTAL DE INGRESOS	\$95.211,00	\$99.019,44	\$102.980,22	\$107.099,43	\$111.383,40	\$115.838,74
<b>MENOS: GASTOS</b>						
SUELDOS OPERATIVOS	\$6.510,82	\$6.771,25	\$7.042,10	\$7.323,78	\$7.616,74	\$7.921,41
COSTOS MANTENIMIENTO	\$7.740,00	\$8.049,60	\$8.371,58	\$8.706,45	\$9.054,71	\$9.416,89
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$80.960,18</b>	<b>\$97.741,09</b>	<b>\$101.650,73</b>	<b>\$105.716,76</b>	<b>\$109.945,43</b>	<b>\$114.343,25</b>
(-) SUELDOS ADMINISTRACIÓN	\$24.982,05	\$25.981,33	\$27.020,58	\$28.101,41	\$29.225,46	\$30.394,48
(-) GASTOS DE OFICINA	\$320,00	\$332,80	\$346,11	\$359,96	\$374,35	\$389,33
(-) GASTOS DE VENTAS	\$9.135,74	\$9.501,17	\$9.881,22	\$10.276,47	\$10.687,52	\$11.115,02
<b>(-) DEPRECIACIONES</b>	<b>\$465,83</b>	<b>\$484,47</b>	<b>\$503,85</b>	<b>\$524,00</b>	<b>\$544,96</b>	<b>\$566,76</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$46.056,56</b>	<b>\$61.441,32</b>	<b>\$63.898,98</b>	<b>\$66.454,94</b>	<b>\$69.113,13</b>	<b>\$71.877,66</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.9. Balance General o Estado de situación Financiera Proyectado

(Arturo, 2012) *El balance general es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los activos, los pasivos y el patrimonio con que cuenta una empresa en un momento determinado.*

A continuación se detallara el Balance General del Proyecto para su tiempo premeditado.

**Tabla 18 Balance General o Estado de situación financiera proyectado**

ARQUEOLOGÍA Y CABECERA DE LA PARROQUIA COJITAMBO						
BALANCE GENERAL						
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018						
AÑOS						
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL EFFECTIVO	\$95.211,00	\$99.019,44	\$102.980,22	\$107.099,43	\$111.383,40	\$115.838,74
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$95.211,00</b>	<b>\$99.019,44</b>	<b>\$102.980,22</b>	<b>\$107.099,43</b>	<b>\$111.383,40</b>	<b>\$115.838,74</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>						
MENAJE DE COCINA		11.529,96	11.529,96	11.529,96	11.529,96	11.529,96
EQUIPO DE COMPUTO	\$1.305,00	\$1.357,20	\$1.411,49	\$1.467,95	\$1.526,67	\$1.587,73
EQUIPO DE OFICINA	\$320,00	\$332,80	\$346,11	\$359,96	\$374,35	\$389,33
(-) DEPRECIACIÓN	\$465,83	\$484,47	\$2.055,19	\$3.688,74	\$5.387,64	\$7.154,49
<b>TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$1.159,17</b>	<b>\$12.735,49</b>	<b>\$11.232,37</b>	<b>\$9.669,12</b>	<b>\$8.043,34</b>	<b>\$6.352,53</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$96.370,17</b>	<b>\$111.754,93</b>	<b>\$114.212,59</b>	<b>\$116.768,55</b>	<b>\$119.426,74</b>	<b>\$122.191,27</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PASIVO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	\$50.313,61	\$50.313,61	\$50.313,61	\$50.313,61	\$50.313,61	\$50.313,61
UTILIDAD	\$46.056,56	\$61.441,32	\$63.898,98	\$66.454,94	\$69.113,13	\$71.877,66
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$96.370,17</b>	<b>\$111.754,93</b>	<b>\$114.212,59</b>	<b>\$116.768,55</b>	<b>\$119.426,74</b>	<b>\$122.191,27</b>
<b>TOTAL PASIVO+ CAPITAL</b>	<b>\$96.370,17</b>	<b>\$111.754,93</b>	<b>\$114.212,59</b>	<b>\$116.768,55</b>	<b>\$119.426,74</b>	<b>\$122.191,27</b>

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.10. Flujo de efectivo proyectado

Se puede observar que los flujos de efectivo dentro de los 5 años que se ha proyectado son positivos.

**Tabla 19 Flujo de efectivo proyectado**

ARQUEOLOGIA Y CABECERA COJITAMBO						
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
PERIODO 2018-2023						
Fecha		AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
INGRESOS	\$ 95.211,00	\$ 99.019,44	\$ 102.980,22	\$ 107.099,43	\$ 111.383,40	\$ 115.838,74
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	\$ 95.211,00	\$ 99.019,44	\$ 102.980,22	\$ 107.099,43	\$ 111.383,40	\$ 115.838,74
<b>Efectivo Total</b>	\$ 95.211,00	\$ 99.019,44	\$ 102.980,22	\$ 107.099,43	\$ 111.383,40	\$ 115.838,74
<b>EGRESOS</b>						
Sueldos brutos	\$ 40.628,61	\$ 42.253,75	\$ 43.943,90	\$ 45.701,66	\$ 47.529,72	\$ 49.430,91
Aporte al IESS	\$ 4.468,55	\$ 4.468,55	\$ 4.468,55	\$ 4.468,55	\$ 4.468,55	\$ 4.468,55
Décimo tercer sueldo	\$ 2.064,77	\$ 2.147,36	\$ 2.233,26	\$ 2.322,59	\$ 2.415,49	\$ 2.512,11
Décimo cuarto sueldo	\$ 1.544,00	\$ 1.605,76	\$ 1.669,99	\$ 1.736,79	\$ 1.806,26	\$ 1.878,51
Suministros de oficina	\$ 1.822,08	\$ 1.894,96	\$ 1.970,76	\$ 2.049,59	\$ 2.131,58	\$ 2.216,84
Suministros de limpieza	\$ 511,68	\$ 532,15	\$ 553,43	\$ 575,57	\$ 598,59	\$ 622,54
Servicios básicos	\$ 1.034,40	\$ 1.075,78	\$ 1.118,81	\$ 1.163,56	\$ 1.210,10	\$ 1.258,51
Internet	\$ 420,00	\$ 436,80	\$ 454,27	\$ 472,44	\$ 491,34	\$ 510,99
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 52.494,09	\$ 54.415,11	\$ 56.412,97	\$ 58.490,75	\$ 60.651,63	\$ 62.898,96
<b>Total Egresos</b>	\$ 52.494,09	\$ 54.415,11	\$ 56.412,97	\$ 58.490,75	\$ 60.651,63	\$ 62.898,96
<b>Flujo de Efectivo</b>	\$ 42.716,91	\$ 44.604,33	\$ 46.567,25	\$ 48.608,68	\$ 50.731,77	\$ 52.939,78

Fuente y elaboración: Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

## 5.11. Evaluación Económica Financiera

Esta evaluación se dará para medir la factibilidad del proyecto y su rentabilidad aproximada en un tiempo determinado.

### 5.11.1 Objetivos

1. Realizar evaluaciones para determinar la viabilidad y factibilidad económica del proyecto, bajo el esquema completo de la toma de decisiones.
2. Establecer cuál es el valor de los recursos económicos tanto los costos y gastos necesarios para la realización del proyecto.

### 5.11.2 Análisis considerando el valor del dinero en el tiempo

(Gomez, 2015) Este es tal vez el concepto más importante a tener en cuenta en las finanzas, y es objeto de estudio para las matemáticas financieras. Cuando hablamos del valor del dinero en el tiempo hacemos referencia al valor o al poder adquisitivo de una unidad de dinero 'hoy' con respecto del valor de una unidad de dinero en el futuro.

Es decir, el valor que se recupere de lo invertido en el proyecto a tiempo futuro, percibiendo ganancias y creciendo como empresa Parroquia y País.

### 5.11.3 Costo de Capital (TMAR)

Riesgo País de acuerdo con el Banco Central del Ecuador,  
el promedio de riesgo en el país es el 735 puntos 7.35%

Página del Banco  
del Ecuador

El valor del Riesgo País está directamente relacionado  
con el precio del petróleo

El 1.40 es decir el 0.01 es la inflación anual  
a Diciembre 2018

Página de INEC  
semanal.

Boletín anual, mensual

TMAR = $i+r(i*r)$ de donde:	
i = inflación	
r= riesgo	
Inflación	0,014
Riesgo país	0,0735
Suman	0,09
(1,4*7,18)	0,001
Total	0,089
TMAR	8,9

El TMAR del proyecto es del 0.089%

#### 5.11.4. VAN

(nvindi, 2018) Valor Actual Neto: Es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto se mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que indica a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.

#### Calculo del VAN

$$\text{VAN} = -\text{INV INICIAL} + \text{FLUJO DE EFECTIVO}$$

$$\text{FF1} + \text{FF2} + \text{FF3} + \text{FF4}$$

$$(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^n$$

$$\text{VAN} = - \frac{42.982,61 + (176.034,50) + (190.548,01) + (198.288,43)}{(1+0.089)^1} + \frac{(206.338,49) + (214.710,53) + (223.417,45)}{(1+0.089)^2} + \frac{(1+0.089)^3}{(1+0.089)^4} + \frac{(1+0.089)^5}{(1+0.089)^5}$$

$$\text{VAN} = 51921,89 \quad 42716,91 \quad 40958,98 \quad 39266,74 \quad 37638,34 \quad 36072,08 \quad 34565,70$$

$$\text{VAN} = 283140,64$$

#### 5.11.5. TIR

(nvindi, 2018) Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Calculo del TIR

**Tabla 20 Calculo del TIR**

ARQUEOLOGIA Y CABECERA COJITAMBO	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	243915,12
5,0%	252641,96
10,0%	379073,04
15,0%	325622,84
<b>20,0%</b>	<b>293255,80</b>
<b>25,0%</b>	<b>276231,58</b>
30,0%	273069,57
35,0%	211976,84

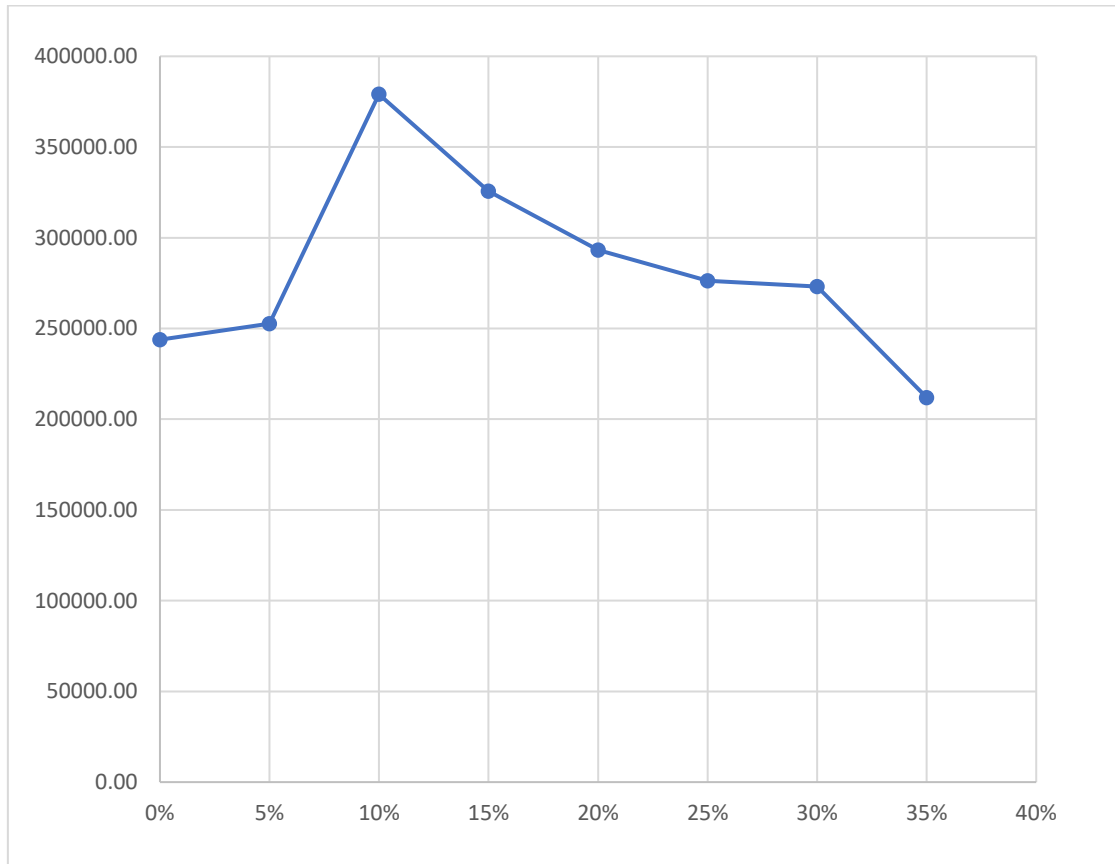
**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador 2018

La tasa en la que se planifica recuperar la inversión se encuentra entre el 25% y 20%.

#### 5.12. Análisis de sensibilidad de la VAN y la TIR

El análisis de sensibilidad nos muestra como varia el valor del proyecto es decir se identifica las principales variables que afectan el proyecto para estas variables se debe de buscar acontecimientos positivos y negativos que sean bien fundamentados.

**Ilustración 21 Análisis de sensibilidad de la VAN y la TIR**



**Fuente y elaboración:** Martha Janneth Calle Méndez, Ecuador, 2018

### **5.13. Conclusiones generales y Recomendaciones**

#### CONCLUSIONES

1. La Parroquia Cojitambo busca mejorar sus condiciones y su existencia, ya que el turismo rural y cultural a nivel internacional se ha convertido en una creciente demanda lo que es beneficioso para el proyecto, desarrollando diversas actividades para potenciar el turismo
2. El desarrollo económico y el futuro de la Parroquia se encuentra dentro del turismo por ello se promocionará a la Parroquia Cojitambo mediante redes sociales permitiendo a los turistas conocer del servicio, potenciando el lugar y convenciendo de que visiten el mismo y brindar servicios de calidad a los turistas que le permitan al visitante satisfacer todas sus necesidades.
3. La iniciativa de la población del lugar ha hecho que se reciba a los turistas en sus domicilios, pero sin ningún registro que permita medir la frecuencia de visita que tiene la Parroquia.
4. En la mayoría de personas encuestas existe el interés de conocer y visitar la Parroquia siendo así un amplio mercado objetivo que debería de ser tomado en cuenta.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda que las autoridades de la parroquia busquen mejorar la señalización para facilidad de recorrido de las visitas.
2. Involucrar a entidades públicas de manera que se pueda percibir más recursos económicos para mejorar las condiciones de vida y el aspecto de la Parroquia asegurando siempre la protección del medio ambiente.

## ANEXOS



## ENCUESTA

La presente encuesta está elaborada para obtener información con la finalidad de recolectar datos importantes para realizar mi trabajo de titulación "Diseño del proyecto de inversión y gerencia de los servicios turísticos del complejo y cabecera parroquial de Cojitambo", previo a obtener el título de Ingeniero Empresarial, se le agradecerá de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación. No está demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.

Muchas gracias.

### 1. Sexo

HOMBRE

MUJER

### 2. Edad

Entre 18 y 28

Entre 29 y 39

Entre 40 y 50

Entre 51 y 60

Entre 61 y 65

### 3. Lugar de origen País o ciudad

.....

4. ¿Con que frecuencia Viaja?

Semanalmente

Mensualmente

Semestralmente

5. Usted a escuchado hablar de la Parroquia Cojitambo

SI

NO

6. Le gustaría conocer la Arqueología y la cabecera de la parroquia Cojitambo?

Si

NO

7. ¿Qué le desagrada más cuando viaja?

a) Mal servicio

b) falta de hospedaje

c) No contar con servicios de alimentación

d) falta de guías

otros.....

8. Cuando usted sale de vacaciones prefiere visitar o realizar actividades tales como

Playa

Montaña / escalada

Comunidad

Sitios arqueológicos

9. A la hora de buscar un lugar para visitar qué medios utiliza

a) Internet

b) Agencias de viajes

c) Recomendaciones

10. Que considera más esencial en un producto Turístico

el precio

la calidad

Ambos

11. Para hospedarse que prefiere

Hotel

Camping

Cabaña

NOMBRE Y NUMERO DE CEDULA





## SOLICITUD DE REGISTRO CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS



.....,a.....de.....del 20.....

Yo, ..... en calidad de Representante Legal de la  
Comunidad ..... con cedula de ciudadanía No.  
.....Nombramiento que fue aprobado en fecha  
.....solicito al (a la ) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digno,  
de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Registrar las actividades turísticas  
que se desarrollarán en nuestra Comunidad, y que tienen las siguientes características:

Personería Jurídica: .....

Ubicación de la Comunidad:.....

Provincia	Cantón	Ciudad
-----------	--------	--------

Contactos de la Comunidad: e-mail..... Teléfono:.....

Página Web .....

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Descripción de las Actividades Turísticas:

Alojamiento:.....

Alimentos y Bebidas.....

Otros.....

Observaciones:.....

.....

.....

Atentamente, \_\_\_\_\_

REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMUNIDAD

## Bibliografía

- Mercedes Paja Fano. (2017). Obtenido de  
<http://www.redalyc.org/html/2815/281550680001/>
- Alcandia de Azogues . (s.f.). Obtenido de Alcandia de Azogues :  
<http://www.turismo.azogues.gob.ec/index.php/iglesia-de-san-alfonso-de-cojitambo>
- Alvear, E. O. (2015). *Google Academico*. Obtenido de Google Academico: [app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0360017550001\\_DIAGNÓSTICO%20AVANCE%20BORRADOR\\_15-05-2015\\_14-44-08.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0360017550001_DIAGNÓSTICO%20AVANCE%20BORRADOR_15-05-2015_14-44-08.pdf)
- Arias|, A. S. (s.f.). *Ecomipedia*. Obtenido de Ecomipedia:  
<http://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Arturo. (2012). *CreceNegocios* . Obtenido de CreceNegocios :  
<https://www.crecenegocios.com/author/crece-negocios/>
- Aquilla L, F. L. (2015).
- Azogues Ministerio de Turismo . (s.f.). Obtenido de Azogues Ministerio de Turismo .
- Boza, Jhon Alejandro. (2015). Obtenido de  
[http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/APA\\_style](http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/APA_style)
- Boza-Valle., J. A. (2016). *scielo*. Obtenido de scielo :  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362016000200010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000200010)
- BUENO, G. A. (2010). *articulo*. Obtenido de articulo:  
<https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/paperventajacompetitiva.pdf>
- Callao, R. P. (2013). Obtenido de  
<http://preparacionyevaluacionproyecto.blogspot.com/2013/12/los-dos-grandes-pasos-de-la-evaluacion.html>
- Calle, M. G. (2008). *PELEUSI TURISTICO* . Obtenido de PELEUSI TURISTICO : <http://peleusi-turistico-utpjp.blogspot.com/2008/06/complejo-arqueologico-de-cojitambo.html>
- Casson. (2010).
- Castiñeira, J. F. (2010).
- Castiñeira, J. F. (2010).
- Castro, C. (2017). *Corponet*. Obtenido de Corponet: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

- Catalina, C. V. (2007). *Universidad Politecnica Salesiana repostero digital*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana repostero digital:  
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/432>
- Diaz, P. L. (s.f.). *Google Academico* . Obtenido de Google Academico :  
[www.gestionsocial.org/archivos/00000830/PM4DEV.1.pdf](http://www.gestionsocial.org/archivos/00000830/PM4DEV.1.pdf)
- Drucker. (1995). Obtenido de <http://ignius.com.mx/teoria-peter-drucker-innovacion-innovacion-solo-innovacion/>
- E, R., M, H., A, C., P, C., & A, C. (2008). *Pasos online. org*. Obtenido de Pasos online. org:  
[www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308\\_2.pdf?origin=publi](http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf?origin=publi)
- E, Y. T. (2009). *gestiopolis* . Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/capital-de-trabajo/>
- Entorno turistico* . (2015). Obtenido de Entorno turistico :  
<https://www.entornoturistico.com/requisitos-para-declarar-una-zona-de-desarrollo-turistico-prioritario/>
- es, E. M. (s.f.).
- eumed.net*. (s.f.). Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/presupuesto-gastos-operacion.html>
- Gálvez, G. &. (2012). *googleacademico.es*. Obtenido de googleacademico.es.
- García-Morales, E. (2002). *gestion de calidad* . Obtenido de gestion de calidad :  
[https://www.sedic.es/autoformacion/seccion6\\_DProcesos.htm](https://www.sedic.es/autoformacion/seccion6_DProcesos.htm)
- Gomez, D. (2015). *Finanzas en linea* . Obtenido de Finanzas en linea:  
<http://www.finanzasenlinea.net/2012/03/el-valor-del-dinero-en-el-tiempo.html>
- google academico* . (s.f.). Obtenido de google academico :  
<https://www.congresoahistoriaenfermeria2015.com/teoria.html>
- Hernandez. (2010).
- Jiménez, P. J. (2009).
- Lopez, R. (s.f.). *academia.edu*. Obtenido de academia.edu:  
[https://www.academia.edu/9066846/Que\\_es\\_la\\_ingenieria\\_de\\_proyectos?auto=download](https://www.academia.edu/9066846/Que_es_la_ingenieria_de_proyectos?auto=download)
- Manjarez-Fuentes, J. A.-V. (s.f.). *s.cielo.sld*. Obtenido de s.cielo.sld:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000200010&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000200010&script=sci_arttext&lng=en)

- Martínez Carrillo, J. A. (s.f.). *Universidad Andina Simon Bolivar* . Obtenido de Universidad Andina Simon Bolivar : <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/5125>
- Mercedes, P. F. (s.f.). *redalyc.org*. Obtenido de redalyc.org:  
<http://www.redalyc.org/pdf/2815/281550680001.pdf>
- Mercedes, Paja Fano. (2017).
- Ministerio de Turismo. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Turismo :  
<https://www.turismo.gob.ec/cojitambo-se-fortalece/>
- Ministerio de Turismo . (s.f.). Obtenido de Ministerio de Turismo .
- Miroglio, M. (2013). *Google Academico* . Obtenido de Google Academico:  
<https://manuelmiroglio.com/turismo-sustentable/>
- nvindi. (2018). *Google Academico* . Obtenido de Google Academico :  
<http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Olga Lidia Ruiz Valera, J. A. (s.f.). *SlideShare* . Obtenido de SlideShare :  
<https://es.slideshare.net/Josearojasc16/turismo-rural-58358036>
- OMT. (2002).
- Padilla, O. d. (2015). *El turismo Fenómeno Social*.
- Peñuelas, R. (2003). *Google Academico* . Obtenido de Google Academico :  
[http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/problema\\_investigacion.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/problema_investigacion.html)
- Perreault, J. M. (2009). *Marketing-Free*. Obtenido de Marketing-Free: <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Ramírez, A. &. (2009). *Base de Datos Científica*. Obtenido de Redalyc.org:  
<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Reviso . (2017). Obtenido de reviso : <https://www.reviso.com/es/que-es-un-ingreso>
- Ricart, J. E. (2009). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>
- Ricart, J. E. (2009). Obtenido de [www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf)
- Rivas, E. L. (2017). Cojitambo Turistico . *CULTURISARTE*.
- Rivera, E. (2015). *Prezi* . Obtenido de Prezi : <https://prezi.com/geo-nq-t-c0g/estados-de-resultado-proyectados/>
- Rosenbloom y Chesbrough . (2009). *redalyc.org*. Obtenido de redalyc.org:  
[www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf)

- Salinas. (2012). Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/11496>
- Sánchez, H. (2012). Obtenido de <https://prezi.com/qjqossz7-ggn/evaluacion-economica-y-social-de-proyectos-de-inversion/>
- Santesmases Mestre, M. (2002). *Marketing turístico*. Obtenido de Marketing turístico: <http://www.marketingturistico.pdf>
- School, I. B. (s.f.). *universidad de navarra*. Obtenido de universidad de navarra: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312282002>
- Sección Nacional del Ecuador del Instituto Panamericano de Geografía e Historia . (s.f.). Obtenido de Sección Nacional del Ecuador del Instituto Panamericano de Geografía e Historia : <http://www.ipgh.gob.ec/index.php/historia/publicaciones/90-cojitambo>
- slideshare. (s.f.). Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/erikalexroa/localizacion-de-plantas>
- Stanton, E. y. (2017). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Tecnologías, G. N. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: [www.vivecuador.com/html2/esp/ley\\_c7.html](http://www.vivecuador.com/html2/esp/ley_c7.html)
- Thompson, I. (2018). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html>
- Timmons. (s.f.).
- turismo.gob. (2014). *Ley de Turismo* . Obtenido de Ley de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Urbina, G. B. (2016). *prezi*. Obtenido de prezi: <https://prezi.com/xsvxh6zlwufo/capitulo-iii-estudio-tecnico-gabriel-baca-urbina/>
- Urbina, G. B. (2017). *slideshare*. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/samantharisa/demanda-potencial-insatisfecha>

