

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA

ESCUELA DE TURISMO

"PROYECTO DE CREACION DE UN CENTRO
ECOLOGICO Y TURISTICO EN LA PROVINCIA
DEL AZUAY"

TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA
OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIADA EN TURISMO

AUTOR: ROSITA CASTRO

DIRECTOR: Ing. Miguel Sangolquí

CUENCA, 2007

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a todas las personas que me ayudaron y apoyaron a seguir adelante y principalmente a:

- A mi esposo Pepe por todo el amor y comprensión
- A mis Padres Bertha y Patricio porque siempre estuvieron a mi lado.
- A mi hermano Pablo que es mi guía.
- A mí cuñada Mónica, a mi hermana Lore, a mis sobrinos Valeria y Sebastián por toda su alegría.
- A mis suegros y mis cuñadas por su apoyo.

Gracias

AGRADECIMIENTO

- A mis tutores de tesis:

Lcda. Natalia Rincón

Ing. Miguel Sangolquí

Lcda. Narcisa Ullauri

- Al Dr. Dionisio Domínguez
- Al Sr. Decano de la Facultad de filosofía Magíster Jorge Quintuña.
- Y a todo el personal que trabaja en la UDA que siempre estuvieron dándome una mano para seguir adelante.

Gracias

INDICE

Dedicatoria		2
Agra	3	
Indic	ce	4- 5- 6
Resu	7	
Abst	8	
CAP	PITULO I	
1.1.1	1 Introducción	9
1.1.1	1 La oportunidad	10
1.2	Antecedentes	11
1.2.1	1 El turismo en el ecuador	11
1.2.1	1.1 Evolución del turismo en el ecuador	11
1.2.2	2 Influencia de turismo en el desarrollo econó	mico 11-12
1.2.3	3 Formas de turismo	12
1.2.4	4 Motivos de desplazamiento de los turistas	12-13
1.2.5	5 Análisis de la situación actual	13-14
1.3	Análisis de la situación	14
1.3.1	1 Contexto general	14-15
1.3.1	1.1 Entorno demográfico	14-15
1.3.1	1.2 Ambiente político	16
1.3.1	1.3 Análisis del entorno de la provincia del Azu	16-17
	la ciudad de cuenca	
1.3.2	2 Contexto sectorial	18
1.3.2	2.1 Micro ambiente	18
1.3.2	2.2 Competencia	18
1.3.2	2.3 Centros turísticos en la provincia del Azuay	19
CAP	PITULO II	
2.	Plan estratégico	20
2.1	Visión	21
2.2	Misión	21
2.3	Objetivo general	21

2.3.1 Objetivo especifico	22
2.4 Estrategias	22-23
2.5 F.O.D.A	24
2.5.1 Fortalezas	24
2.5.2 Oportunidades	24
2.5.3 Debilidades	24
2.5.4 Amenazas	24
CAPITULO III	
3. Plan de marketing	25
3.1 Descripción del negocio	25
3.2 Metas	26
3.3 El Mercado	26-27
3.4 Aspectos legales	27
3.4.1 Leyes para la creación de proyectos turísticos	27-28
3.4.2 Registro y licencia anual de funcionamiento	28-29
3.5 Marca, logotipo y eslogan	29
3.6 Posicionamiento del producto	30
3.7 Comercialización y Promoción	30-31
CAPITULO IV	
4. Plan de acción y control	32
4.1 Organización de actividades	33
4.2 Estructura organizativa	33-34
4.3 Análisis de sensibilidad	34
4.3.1 Impacto ambiental	34-35
4.3.2 Impacto social	36
4.3.3 Capacitación	36-37
4.4 Análisis social	37
CAPITULO V	
	38
5.1 Análisis económico y financiero5.2 Inversiones	39-40
5.3 Costos	39-40 41
7 XV0IV0	41

5.4	Depreciaciones e Ingresos	42-43		
5.5	Estado de resultados	44		
5.6	Punto de Equilibrio	45		
CAPITULO VI				
6	. Conclusiones	47		
7.	. Recomendaciones	48		
8	. Bibliografía	49		
9.	. Anexos			
9	.1 Fotografías	50-56		

RESUMEN

- Proyecto de creación de un centro ecológico y turístico en la provincia del Azuay con nombre comercial "Yanasacha"

Esta tesis se basa en la creación de un centro ecológico y turístico en la provincia del Azuay que se encuentra ubicado en la parroquia de Nero a una altura de 3200 m.s.n.m en el que se podrán realizar diferentes actividades como: pesca deportiva, observación de aves, caminatas, paseo a caballo, recorridos en bicicleta, senderismo, escalada, agroturismo incluido el ordeño mecánico y la visita a la planta procesadora de lácteos en la cual se elaborarán quesos, yogurt y manjar.

Contará con habitaciones dobles para los visitantes que deseen alojarse incluyendo el desayuno en el restaurant en el que también podrán degustar nuestros platos típicos de la zona.

Además lo innovador de este proyecto serán las piscinas temperadas cubiertas lo que facilita y promueve a que la visita a este centro sea en todas las épocas del año.

ABSTRACT

Project for an ecological and tourist center in the province of Azuay, whose trade name will be *Yanasacha*.

This research paper is based on the creation of an ecological and tourist resort in the Azuay province, located in the parish of Nero at an altitude of 3,200 meters above sea level. In this center the visitor can enjoy different activities such as fishing, bird watching, hiking, horseback riding, and bicycling, trekking, climbing, agro tourism, mechanic milking, as well as a visit to a dairy product factory which produces cheese, yoghurt and milk dessert.

The center will be apt to provide double-room occupancy and breakfast for the visitors, as well as typical food services at its restaurant.

In addition, the innovation of this project will be the covered heated swimming pool which will facilitate and promote the visit of tourists to this place all year round.



Loudy apallos

CAPITULO I INTRODUCCION

1. INTRODUCCION

1.1 La Oportunidad

El turismo es un industria con la gran diferencia de que estas no contamina y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en que se desarrolla.

La calidad de turismo que brinde un país, se basa en los atractivos, servicios y seguridad que el mismo ofrezca además toda inversión que se de en este sector será beneficiosa para el país siempre y cuando no exista la explotación y contaminación de las áreas naturales

El Ecuador es un mercado poco explotado en el sector del turismo, las oportunidades para el desarrollo de inversiones y negocios en el mismo son múltiples ya que cuenta con una diversidad de sistemas naturales que son de gran interés y atractivo

La oportunidad el presente proyecto propone como una alternativa al desarrollo turístico con la creación de un centro ecológico y turístico en el sector de "Yanasacha", que por la falta de un lugar para el esparcimiento de toda la familia se hizo conveniente crear este centro eco turístico el cual cuenta con un sin numero de actividades a realizarse para toda la familia y siempre preservando el ecosistema.

La oportunidad para el desarrollo y servicios de calidad traerá como beneficio una rentabilidad al crear el proyecto además que generara fuentes de trabajo y mayor numero de visitantes en la provincia del Azuay.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 EL TURISMO EN EL ECUADOR

1.2.1.1 EVOLUCION DEL TURISMO EN EL ECUADOR

Han sido las agencias de viajes y luego las empresas operadoras de turismo, las organizaciones que hicieron posible el avance y desarrollo del turismo en el país, esto es desde los años 40.

El 10 de julio 1964, se creó la corporación de turismo –Cetituris -. Con la presencia de está corporación se logro un relativo avance en cuanto a planes de promoción turística con lo que fueron mas frecuentes los encuentros de empresarios nacionales y extranjeros dedicados al turismo.

Ocho años más tarde, en 1972 nace la dirección nacional de turismo adscrita al ministerio de recursos naturales. Después paso a depender del ministerio de industrias, comercio exterior e integración.

El 20 de junio de 1989, durante el gobierno del doctor Rodrigo Borja, Dituris se transforma en CETUR – corporación ecuatoriana de turismo – inicialmente adscrita a la presidencia de la republica. Por la importancia que empezó a tener este sector se creo el ministerio de turismo en el año de 1991 en el gobierno del Arq. Sixto Duran-Ballén el cual en la actualidad es el organismo máximo de la actividad turística, le corresponde planificar, fomentar, normar, incentivar y facilitar el establecimiento, organización, funcionamiento y calidad de los establecimientos que prestan servicios en actividades turísticas.

1.2.2 INFLUENCIA DE TURISMO EN EL DESARROLLO ECONOMICO

El turismo es una industria en crecimiento y por tanto altamente atractiva para el desarrollo económico con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla.

La misma se puede convertir en la actividad exportadora de servicios que mayor ganancias que genere en un país, si es bien administrada y explotada; además de que el turismo en si genera todo un efecto multiplicador en el aparato productivo, ya que permite desarrollo y empleo en diversas actividades, es decir, que estimula para que se de un encadenamiento intersectorial para inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

La calidad de turismo que brinde un país se basa en los atractivos, servicios y seguridad que el mismo ofrezca, además toda inversión que se de en este sector será beneficiosa para el país siempre y cuando no exista o se trate de evitar la sobre explotación y contaminación de áreas naturales.

El sector turismo ha tenido un desarrollo sostenido que permite que el Ecuador sea atractivo para la inversión extranjera y nacional.

1.2.3 FORMAS DE TURISMO

<u>Turismo interno:</u> es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.

<u>Turismo receptor:</u> es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

<u>Turismo emisor:</u> es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia

<u>Turismo interior:</u> es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

<u>Turismo nacional:</u> es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

1.2.4 MOTIVOS DE DESPLAZAMIENTO DE LOS TURISTAS

Esta clasificación, que puede utilizarse tanto para turismo internacional como interno, tiene por objetivo medir los segmentos clave de la demanda turística con fines de planificación, en base a características tales como edad, sexo, intereses, promoción y comercialización según las naciones unidas en sus directrices provisionales sobre estadísticas del turismo internacional.

Clasificación del motivo de la visita (o viaje) por divisiones, para el turismo receptor, emisor e interno

Divisiones

- 1. Ocio, recreo y vacaciones
- 2. Visitas a parientes y amigos
- 3. Negocios y motivos profesionales
- 4. Tratamiento de salud
- 5. Religión / peregrinaciones
- 6. Otros motivos

1.2.5 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

El turismo ocupa un puesto muy importante en los ingresos del Ecuador lo que el gobierno en la actualidad le esta dando mucha importancia a este sector.

Una de las debilidades del país ha sido la escasa promoción que se ha tenido, lo que ha ocasionado que el Ecuador sea desconocido como destino turístico.

El país tiene amplias ventajas como destino turístico de primera, la diversidad de regiones, climas, patrimonio histórico, patrimonio cultural son el sustento nacional de esta actividad.

El turismo va camino de ser una de las primeras fuentes generadoras de ingresos económicos en la Tierra pues en el 2006 movió a 800 millones de viajeros en el mundo, flujo que en el 2010 llegara a 1.600 millones de personas.

En el año 2006 el Ecuador recibió 800.000 viajeros internacionales que llegaron al país con múltiples fines, entre ellos el esparcimiento. El turismo sostenible esta llamando a tener un efecto positivo en el país pues contribuirá a reducir la pobreza dado su efecto multiplicador en la economía nacional. El turismo sostenible, uno de los ejes promociónales de la Organización Mundial del Turismo, tendrá efectos beneficios en el país pues brindara oportunidades a pequeños empresarios, generara empleo en áreas rurales, pero también requerirá mejor vialidad y transporte.

El Ecuador necesita inversiones en infraestructura y servicios turísticos como por ejemplo:

- 1. Desarrollo de ecoturismo y agroturismo
- 2. Complejos turísticos
- 3. Establecimientos hoteleros y alojamientos diversos.
- 4. Centros de tratamiento de salud
- 5. Centros de capacitación del recurso humano y consultaría
- 6. Restaurantes
- 7. Centros de convenciones
- 8. Centros para actividades de deportes extremos
- 9. Inversión en áreas protegidas.

1.3 ANALISIS DE LA SITUACION

1.3.1 Contexto General

1.3.1.1 ENTORNO DEMOGRAFICO

Ecuador está ubicado en América del Sur, sobre la línea ecuatorial (a la que debe su nombre), por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios (norte y sur). Limita por el norte con Colombia, y por el este y sur, con Perú. Por el oeste, el océano Pacífico baña sus 640 kilómetros de costa. El litoral exhibe como accidente más sobresaliente el golfo de Guayaquil, donde se localiza la isla de Puná. A casi 1.000 km. de distancia se encuentran las principales islas ecuatorianas: el archipiélago de Colón o de Galápagos, que comprende 13 islas mayores y decenas de islotes.



1. Mapa Politico del Ecuador, Enciclopedia Encarta

A casi 3.000 metros de altitud se localiza Quito, en un valle andino. Es una de las ciudades más antiguas del continente, además del centro político y financiero de Ecuador. La urbe más poblada es Guayaquil, el principal puerto marítimo y capital económica del país. Ambas ciudades superan el millón y medio de habitantes. Cerca de Quito se encuentra San Antonio, localidad donde se alza un gran monumento de piedra que señala la línea imaginaria del ecuador.

Ecuador pertenece a diversas organizaciones internacionales. Su moneda oficial es el dólar estadounidense desde el año 2000 (antes era el sucre). Su idioma oficial es el español, aunque para la mayoría de los pueblos indígenas es el quechua (lo hablan seis de cada diez habitantes del país). La religión mayoritaria es la cristiana católica.

El territorio de Ecuador se divide en 22 provincias, y estas, a su vez, en cantones. Solo una de ellas, Galápagos, es insular. La capital estatal es Quito.

El ecuador tiene un total de 13.547.510 (2006 estimado) habitantes, y la Provincia del Azuay 599.546 (2002) habitantes.

Tasa de crecimiento de la población 1,50% (2006 estimado)

Densidad de población 49 hab./Km. estimado

Porcentaje de población urbana 62% (2003 estimado)

Porcentaje de población rural 38% (2003 estimado)

Esperanza de vida Total 76,4 años (2006 estimado)

Femenina 79,4 años (2006 estimado)

Masculina 73,5 años (2006 estimado)

Tasa de mortalidad infantil 23 fallecidos por cada 1.000 nacidos vivos (2006 estimado)

Composición de la población

Mestizos 40%

Ouechuas 50%

Mulatos y negros 5%

Otros 5%

Lenguas español (idioma oficial), lenguas indígenas (especialmente quechua)

Religión Católica 95% Otras 5%

1.3.1.2 AMBIENTE POLITICO

Gobierno

Forma de gobierno República

Fecha de independencia 24 de mayo de 1822 (de España)

Constitución Promulgada el 10 de agosto de 1979

Derecho al voto Universal a los 18 años

Ecuador es un Estado independiente y democrático. El presidente de la República es el jefe del gobierno y del Estado, y es elegido cada cuatro años. El país se rige por una Constitución aprobada en 1979 y posteriormente modificada.

1.3.1.3 ANALISIS DEL ENTORNO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY Y LA CIUDAD DE CUENCA



2.

2. Mapa Topográfico de la provincia del Azuay, enciclopedia Encarta

Azuay, provincia de Ecuador, en el centro-sur del país, integra con otras diez provincias la región llamada de la Sierra. Limita al norte con la provincia de Cañar, al sur con la de Loja, al oeste con las de El Oro y Guayas, y al este con Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

Son tierras altas pertenecientes al sector septentrional de la cordillera andina formadas por conjuntos de montañas, altiplanicies y valles, que se disponen preferentemente, en dirección norte-sur. Las mayores elevaciones se encuentran en la zona oeste de la provincia con elevaciones como Soldados (4.138 m) o Minas 4.096 m.

La variedad altitudinal y compartimentación topográfica produce un importante mosaico climático, desde páramos fríos de altura, con clima fresco, y en las zonas más bajas y abrigadas, un clima subtropical, que permite el cultivo de la caña, base de una importante tradición alcoholera.

Las rocas son predominantemente volcánicas, como corresponde a una área tectonica y sísmica muy activa. Gran parte de este territorio vierte a la cuenca de las amazonas, por medio del rió marañon. Los principales colectores son el Gualaceo y el paute. Otros sectores meridionales vierten al pacifico.

La población, de un elevado componente indígena, vive de sus recursos agrarios, especialmente de la caña, de explotaciones mineras (canterías de mármoles, arenas auríferas), también existen importantes yacimientos de plata, cobre, ploma y cinc e industrias alimentarías y textiles (refinerías de azúcar, licores, algodón y lanas, entre otras)

Cuenca, ciudad del sur de Ecuador, capital de la provincia de Azuay, se encuentra en un valle de la cordillera de los Andes a 2.581 m de altitud. La ciudad suministra buena parte de la quinina producida en Ecuador, así como los famosos sombreros de Panamá, llamados así por su antiguo lugar de distribución. También cuenta con plantas refinadoras de azúcar, fábricas de tejidos de lana, piel y cerámica, y produce cereales, patatas (papas) y quesos. Fundada en 1557, es sede de un obispado y de dos universidades.

Cuenca conserva su aspecto colonial y pintoresco, sobre todo antiguas casonas cuyos muros exhiben inscripciones con proverbios hispánicos. Población (2001), 276.964 habitantes.

1.3.2 CONTEXTO SECTORIAL

Con lo estudiado anteriormente nos podemos dar cuenta que el ecuador tiene un gran potencial turístico, el cual hay que aprovecharlo, por lo cual nace la idea de la creación de un centro Ecológico y turístico en la provincia del Azuay. Para ver el entorno en que se desarrollara el proyecto procedemos a estudiar el mercado de manera macro y micro.

1.3.2.1 MICROAMBIENTE

Demanda potencial

Para encontrar nuestros posibles clientes me he basado en las áreas naturales del ecuador mas visitadas y que llevan un registro de los visitantes nacionales y extranjeros que ingresan anualmente a estos lugares, para lo cual calcule un promedio por lugar de los últimos anos (2000 - 2006) donde el promedio de visitantes seria de 57.424 por lugar al año.

Lo que quiere decir que la posible demanda que existirá en nuestro proyecto seria de 57.424 visitantes por año.

Tomaremos estas cifras como referencia ya que no existen datos más completos del turismo interno del ecuador.

<u>Financieros:</u> Los accionistas, el banco que concede el crédito. Serian quienes presionan para que el proyecto tenga un flujo de fondos acorde sus requerimientos de capital.

<u>Ciudadanía</u>; para esto la administración proyectara hacia ellos una imagen de solidaridad participando en actividades como auspiciar eventos.

<u>Personal interno</u>; se les dará continuamente capacitación al empleado para una mejor atención al cliente, de esta manera involucrándolo con la misión de la empresa.

1.3.2.2 COMPETENCIA

La competencia para el proyecto eco turístico "Yanasacha" es el Parque Nacional "El Cajas" y el complejo turístico "Dos Chorreras", se considera estos lugares ya que aquí pueden realizar diferentes actividades similares al proyecto a realizarse.

1.3.2.3 CENTRO TURISTICOS EN LA PROVINCIA DEL AZUAY

- ~ Hostería Duran
- ~ Lago de Cristal
- ~ El Chorro de Girón
- ~ Huertos Uzhupud Paute
- ~ Parador Turístico de Gualaceo
- ~ Complejo Agapantos
- ~ Hacienda los Faiques de Caledonia

CAPITULO II PLAN ESTRATEGICO

2. PLAN ESTRATEGICO

2.1 Visión

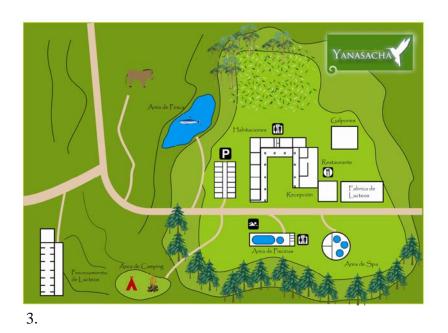
- a. Ser el principal destino ecológico de calidad de la provincia del Azuay.
- b. Ser un ejemplo de turismo sostenible ecológico y agro turístico de la zona.

2.2 Misión

 Ofrecer un ambiente cómodo y confortable donde sus clientes puedan interrelacionarse con la naturaleza a la vez que gozan de un excelente servicio de calidad y realizando un turismo ecológico correctamente aprovechado y financieramente rentable el cual ayude a la mejora del ecosistema y el aumento de visitantes a la Provincia del Azuay.

2.3 Objetivo General

 Crear un centro ecológico y turístico en la provincia del Azuay generando un turismo sustentable que no atente contra el ecosistema, aprovechándolo y dando fuentes de trabajo a la población.



3. Mapa Vista Aérea de las instalaciones del proyecto "Yanasacha".

2.3.1 Objetivo Específicos

- 1. Ofrecer un ambiente para disfrutar de la naturaleza, la gastronomía, tener contacto con la vida de campo y sus actividades en una zona exclusiva y privilegiada como es "Yanasacha"
- 2. Dar capacitación continuamente a los empleados del centro.
- 3. Crear un servicio de calidad en alojamiento y alimentación contratando personal capacitado en las diferentes áreas a desarrollarse.
- 4. Mejorar la calidad de los servicios en forma continua a fin de asegurar la comodidad del cliente.
- 5. Crear conciencia de la importancia de la conservación a todos los visitantes.
- 6. Trabajar para mejorar los rendimientos económicos de la empresa, incrementando las utilidades.

2.4 Estrategias

- 1. Tener una infraestructura acorde a las necesidades del turista.
- 2. Contratar personal capacitado para las diferentes funciones y actividades a realizarse dentro del centro.
- 3. Tener especialistas en el ámbito de gastronomía y alojamiento
- 4. Dar capacitación constante al personal para el buen trato al cliente.
- 5. Realizar charlas, talleres y mantener siempre al visitante informado por medio de letreros, reseñas en cada una de las actividades que visiten.
- 6. Poner en practica las sugerencias y recomendaciones que nos den los visitantes para mejorar el centro eco turístico.

Para este proyecto se realizaran diferentes tipos de estrategias como son:

1) Estrategia de personal

Contratar personal capacitado para las diferentes funciones y actividades a realizarse dentro del centro, mantener especialistas en el ámbito de gastronomía, alojamiento, mantener la capacitación y charlas motivacionales al personal para el buen trato al cliente.

2) Estrategia competitiva

Realizar sondeos a la competencia y llevar estadísticas de visitas a los centros que mas acogida tengan los turistas para así lograr saber los gustos de los clientes para implementar en el centro eco turístico.

3) Estrategia de precios

Abaratar costos para romper con la competencia e incentivar por medio de promociones las visitas al centro eco turístico

4) Estrategia de servicios

Tendremos servicios especializados y personalizados así el visitante se sentirá a gusto con nuestros servicios que van a mantener siempre su calidad.

2.5 Análisis F.O.D.A

FODA DEL PROYECTO

FORTALEZAS

- Brinda un servicio diferenciado, ya que no solo ofrece flora y fauna, sino un lugar donde se puede realizar deporte y otras actividades al aire libre.
- Adecuada infraestructura del centro.
- Poco nivel de competitividad.

OPORTUNIDADES

- No existe un lugar similar a este en la provincia del Azuay
- Llegar a todo el mercado nacional y posibilidad de dirigirse al mercado internacional.
- Apoyo de parte del gobierno a las actividades turísticas.

DEBILIDADES

- Alto nivel de endeudamiento.
- Limitada capacidad de inversión ya que existen escasos inversionistas con quien relacionarse.
- Falta de interés en las familias cuencanas por realizar actividades al aire libre.

AMENAZAS

- La inestabilidad económica del país
- Políticas de gobierno impredecibles (impuestos)
- Desastres naturales
- Escaso desarrollo de conciencia turística y ecológica en la población.

CAPITULO III PLAN DE MARKETING

3. PLAN DE MARKETING

3.1 DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Es un centro ecológico para el esparcimiento y el turismo que se encuentra ubicado en la provincia del Azuay, en la parroquia de Nero, sector "Yanasacha" a una altura de 3200 m.s.n.m, posee 7.000 hectáreas de terreno de las cuales serán ocupadas 800 hectáreas divididas en las diferentes actividades a realizarse como es alojamiento, alimentación, caminatas, birdwatching, trekking, escalada, equitación, pesca y interrelación con el ordeño, plantación, cultivó, cosecha y elaboración de productos derivados de la leche, además se realizara la implementación de piscinas temperadas por medio de sistema de calentamiento del agua a base de calderos, pero siempre manteniendo una infraestructura adecuada y sobre todo cuidando el ecosistema sin alterar su frágil equilibrio, con la utilización de materiales reciclables y intentando en los menos posible el afectar a la naturaleza existente en la zona y creando una cultura de conservación.

3.2 METAS

- 1. Llegar a ser el mejor y único centro eco turístico de la provincia del Azuay en un plazo de 3 años a partir de la puesta en marcha del proyecto.
- 2. Tener un índice de visitas del 50% de la totalidad mensual.

3.3 EL MERCADO

La segmentación que se ha escogido para este proyecto es por el estilo de vida en la cual se analizan los aspectos demográficos de las personas que frecuentan estos lugares.

El perfil de las personas para el segmento que se ha escogido es:

Demográfico: hombre y mujeres de 15 a 55 años, familias con hijos Socioeconómico medio, medio alto y alto, que le gusta realizar actividades al aire libre y frecuentan lugares eco turístico. El mercado para el proyecto no solo serán los habitantes del sector y de la provincia, también se espera captar clientes a nivel nacional e internacional.

El mercado meta internacional son los turistas provenientes de: Estados Unidos, Colombia y Perú en lo que respecta a Europa; Alemania, España y Francia en la parte de Europa, ya que este es el mercado extranjero más importante que visitan el Ecuador.

El mercado meta a nivel Costa y Sierra principalmente los turistas provenientes de: Quito, Ambato, Guayaquil por ser los turistas que más visitan nuestra provincia.

3.4 ASPECTOS LEGALES

3.4.1 LEYES PARA LA CREACION DE PROYECTOS TURISTICOS

El siguiente art. Provienen del capitulo I de los PROYECTOS TURISTICOS, expresan:

Art. 22.- Las personas naturales o jurídicas que presentan proyectos turísticos que sean aprobados por el ministerio de Turismo gozaran automáticamente de los beneficios generales previstos en esta Ley. Para gozar de los beneficios especiales que se establecen, deberán obtener su calificación en una de las categorías, la misma que tendrá una vigencia de hasta 20 años y por una sola vez, sin perjuicios de los beneficios adicionales que contemple el plan Quinquenal de Turismo.

Los beneficios concedidos por el ministerio de turismo, mediante resolución, incluirán los compromisos y obligación que señale el reglamento. Los beneficios generales tendrán una duración de hasta 20 anos a partir de la fecha de resolución.

Art.23.- Requisitos.- Para ser sujeto de los beneficios especiales, el interesado deberá comprobar:

A) Las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento especial establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para la ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados a turismo receptivo e interno.

- B) Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico, en las áreas fronterizas, o en rurales con escasos o bajo desarrollo socioeconómico.
- C) Que constituyen actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art.24.- Primera Categoría: Podrán ser calificados los proyectos e inversiones y reinversiones que acrediten a más de la inversión mínima, otro de los requisitos de los literales b y c del Art.23. No podrán clasificarse en esta categoría a proyectos e inversiones en zonas urbanas que cuenten con una razonable infraestructura y carga turística a excepción de proyectos, programas y obras turísticas de carácter excepcional y de evidente beneficio nacional o regional.

3.4.2 REGISTRO Y LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Ningún centro de recreación turística puede prestar sus servicios, si no hubiere obtenido previamente el certificado de registro y la licencia anual de funcionamiento en el ministerio de turismo.

Los documentos que se deben acompañar a la solicitud de registro son los siguientes:

- 1. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- 2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro Mercantil, tratándose de persona jurídica
- 3. Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- 4. Fotocopia de la cedula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- 5. Lista de precios (firmado por el interesado).
- 6. Fotocopia del contrato de compraventa del negocio, tratándose de cambio de propietario. Con la autorización de cambio de la razón social.
- 7. Fotocopia del titulo de propiedad o contrato de arrendamiento (registrado).
- 8. Certificado de propiedad industrial, de no encontrarse registrada la razón social.

3.5 MARCA, LOGOTIPO Y ESLOGAN

Nombre: CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO YANASACHA

Logotipo:



Eslogan:

" SALVEMOS AL MUNDO CONOCIENDO SU NATURALEZA "

4. Logo corporativo del Proyecto "Yanasacha".

3.6 POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

La estrategia de Posicionamiento del Proyecto será basada en los beneficios que este ofrece, pues se va a promover como un centro ecológico y turístico donde las personas encuentran diversión y naturaleza al mismo tiempo

Para lograr una mayor disponibilidad de información y accesibilidad el centro eco turístico "Yanasacha"

Se instalaran casetas de información en los principales puntos como por ejemplo el Terminal Terrestre, el Aeropuerto, Malls, centro de la ciudad de Cuenca, en los cuales las personas podrán acercarse a pedir cualquier tipo de información y también realizar sus reservaciones.

3.7 COMERCIALIZACION Y PROMOCION

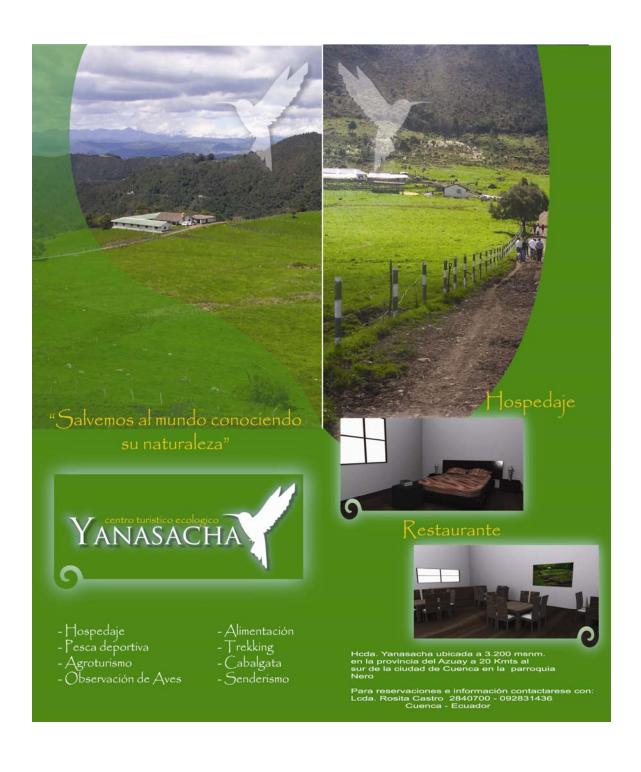
Internet

Se dará a conocer el Centro Eco turístico "yanasacha" por medio de la pagina Web, que tendrá links con las paginas Web de la Cámara de Turismo del Azuay y Ministerio de turismo, además se hará la publicación en las dirección electrónicas de geocities, ecuaventura, viveecuador, cuencanos y ecoturismo.

Publicidad

- publicidad en los periódicos más leídos como son: El Mercurio, El tiempo en la ciudad de cuenca y El Universo en guayaquil y el Comercio en Quito.
- Publicidad en la revista Vistazo, ya que es la preferida de hombre y mujeres.
- Publicidad en televisión que se transmitirán en horas de la noche en canales de ECUAVISA, TC, TELERAMA.
- Folletos, trípticos, afiches sobre los recursos naturales y distracción que brinda el Centro Eco turístico "yanasacha" los mismos que se repartirán en las cámaras de turismo, subsecretarias, ministerio de turismo y agencias de viajes.

DIPTICO DEL PROYECTO "YANASACHA"



CAPITULO IV PLAN DE ACCION Y CONTROL

4. PLAN DE ACCION Y CONTROL

Contrataciones de consultorio: debido a la magnitud del proyecto se harán contrataciones de consultaría especializadas en:

- Ecología (estudio del impacto ambiental)
- Arquitectura (diseño de planos del proyecto)
- Ingeniería vial(vía de ingreso, parqueo y ubicación de áreas)
- Biología (especies afectadas por la construcción)
- Diseño (adecuadas áreas para el confort y relajación)

4.1.Organización de actividades y servicios

La asociación coordinará la realización de actividades conjuntas y la incorporación de actividades nuevas de manera de ampliar la oferta de productos turísticos a realizar en la zona y la receptividad.

Se realizara la organización de circuitos con caminatas, cabalgatas, senderos de interpretación, etc.

Entre las actividades organizadas se planea la creación y administración de personal para cada una de las áreas, para tener una fuente de recursos financieros para el funcionamiento y actividades de la asociación

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Estudio de los principales cargos del centro

<u>Administrador.</u> Es el representante legal de la empresa, esta encargado de la administración total del centro eco turístico. Es el principal responsable de las ventas y representante en convenciones y demás reuniones de carácter publico.

<u>Asistente del administrador.</u>- Es el encargado de la administración de la empresa en la ausencia del administrador, también tiene como función la selección del personal.

<u>Gerente de Marketing.</u>- Encargado de promocionar el centro Eco turístico; es decir, de la publicidad, relaciones publicas y la imagen del mismo. Además de organizar los distintos eventos a realizarse en el Centro.

<u>Auditor.-</u> Es la persona que se encarga de llevar la contabilidad de la empresa con el fin de llevar un registro de todos los ingresos y egresos del lugar y demás tareas contables.

<u>Supervisor.-</u> Esta persona tiene como función controlar todas las actividades realizadas por el personal, supervisara el servicio de restaurante, bar., alojamiento, banquetes, eventos sociales, etc.

<u>Guías.-</u> ellos serán los encargados de organizar y dirigir a los visitantes hacia las diferentes actividades que se realicen en el centro eco turístico.

<u>Biólogos.</u>-encargados de cuidar y mantener a toda especie animal que habite en la zona y las a utilizarse en los diferentes deportes.

4.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

4.3.1 IMPACTO AMBIENTAL

Al llevar a cabo el proyecto se generaran algunos impactos ambientales tanto positivos como negativos. Para el análisis de los mismos me he basado en la matriz causa – efecto la cual consiste en evaluar impactos asociados en cualquier tipo de proyectos.

A través de la calificación de los impactos se pueden enfocar las actividades de mitigacion/ prevención en los impactos mas importantes.

A continuación se detallaran los recursos que podrían afectarse y sus medidas de mitigacion.

- Aire

Durante la etapa de construcción, se producirán cambios temporales en la calidad del aire debido a los equipos que se utilizaran, así como la generación de polvo que ocasiona el tráfico vehicular, esto se mantendría cuando este funcionando el centro debido a la afluencia de turistas.

Medidas de mitigacion

Una medida para mitigar este impacto es la adecuada selección de los equipos que se utilizaran en la construcción.

- Ruido

Por otra parte, el transporte de materiales así como la operación del equipo utilizado durante la construcción resultara en un incremento temporal en los niveles de ruidos locales.

Medidas de mitigacion

Para minimizar el impacto sobre receptores sensitivos (tales como viviendas cercanas, animales domésticos y vida salvaje) cercanas al lugar de trabajo, los trabajos de construcción se realizaran durante las horas del día solamente.

Se espera que las obras que requieren de maquinaria generadora de ruido tengan una corta duración y por lo tanto, se espera que los impactos de ruido durante la construcción sean de corta duración.

- Flora

El centro requerirá de la construcción de edificaciones en ciertas áreas del terreno, por tanto podría existir una perdida menor de vegetaciones arbustivas y herbáceas por el despeje necesario para las obras.

Medidas de Mitigacion

Como principal medida de mitigacion se debe considerar que las áreas de trabajo se limiten claramente dentro de lo ya establecido para evitar la alteración de la vegetación.

- Fauna

Este impacto se relaciona con la perdida de la vegetación y su afectación en la cobertura de la fauna terrestre y aérea asociada a estos sistemas.

Además, la presencia humana y la alteración de los niveles del ruido asociados a las actividades de construcción ocasionan que algunas especies abandonen su hábitat temporalmente.

La alteración de la vida silvestre puede traducirse en un desplazamiento de una población, el abandono de nidos o zonas de reproducción, tensión y probablemente disminución de la tasa de reproducción y disminución de la capacidad del hábitat.

Medidas de Mitigacion

Durante la construcción, se restriguiran las actividades a las horas del día para mitigar los impactos de ruido sobre los receptores sensibles. Además, se realizaran revisiones periódicas a motores y sistema de silenciador de la maquinaria para mantener su buen funcionamiento y evitar emisiones sonoras, contrarrestando en parte el impacto causado a la fauna del sector.

4.3.2 IMPACTO SOCIAL

En lo social generara directamente fuentes de trabajo a los pobladores del lugar, lo que permitirá incrementar sus ingresos económicos; indirectamente también se generaran empleos ya que los moradores cercanos al lugar podrían dedicarse a las ventas informales.

Los pobladores del sector donde funcionara el centro eco turístico serán beneficiados ya que la presencia del mismo mejorara la plusvalía del sector.

La ciudad de Cuenca mejorar su imagen debido a que en esta ciudad no hay ningún lugar eco turístico que atraiga turistas de otros lugares. Con este proyecto Cuenca mejorara sus ingresos debido a la afluencia de turistas al lugar.

La competencia se vera afectada con la disminución de sus ingresos por la presencia del centro eco turístico ya que las personas tendrán una nueva opción de distracción.

4.3.3 CAPACITACION

La empresa puede ganar una fuerte ventaja competitiva si contrata a mejor personal y lo capacita, por esta razón se dará capacitación continua a todos los empleados del centro, pues es importante por dos motivos:

- 1) los empleados de la empresa obtienen aptitudes mas extensas
- 2) mejora el compromiso del empleado para con la empresa.

El personal bien capacitado posee las siguientes características:

- competencia: poseen la capacidad y conocimientos necesarios.
- Cortesía: son amables respetuosos y considerados.
- Credibilidad: inspiran confianza.
- Confiabilidad: proporcionan el servicio con consistencia y exactitud.
- Capacidad de respuesta: atienden sin demora las solicitudes y los problemas de los clientes.
- Comunicación: tratan de comprender al cliente y de comunicarse con el.

5. ANALISIS SOCIAL

Como se analizo en capítulos anteriores, el sector del turismo ocupa un lugar muy importante en la economía del país y en la actualidad se esta trabajando en la explotación de este sector. Nuestro proyecto ofrece un servicio completo donde los turistas además de venir a observar la naturaleza, pueden realizar actividades deportivas, y muchas otras actividades pero interrelacionándose con la naturaleza.

Este proyecto turístico ayuda al país a realzar su imagen en el sector turístico ayudando a cumplir sus objetivos, además de la generación de empleo.

Este proyecto dará empleo a treinta y ocho personas entre personal administrativo, mano de obra directa e indirecta.

CAPITULO V ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 INVERSION INICIAL

Monto de la inversión inicial

Concepto	Importe	Observaciones
Acondicionamiento Inmueble (restaurant)	15.000	el restaurante existente será ampliado a 60 metros más
Adecuación de Terrenos (lago, nivelación)	2.000	
Equipamiento (piscinas, equipo de pesca, monturas, etc.)	6.000	
Otros	1.000	
Total \$	24000	Inversión Actual

5.1.2 INVERSION ACTUAL

Inversión actual

Concepto	Importe	Observaciones
Construcción	36000	Cuartos para alojamiento, cuartos de entretenimiento
Terrenos	2.000	Galpones, comederos
Restaurant	6500	Para 30 personas
Area de ordeño mecánico	20.000	
Area de alojamiento	5.000	
Total \$	69500	Inversión Inicial

5.2 COSTOS

5.2.1 COSTOS DE HABITACIÓN DOBLE

COSTOS DE HABITACION DOBLE

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE	VALOR	VALOR
DESCRIPCION	CANTIDAD	MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
MATERIA PRIMA				
Desayuno:	0.50	11.	0.25	0.10
Leche	0.50	litro	0.35	0.18
Pan	4	Unidad	0.10	0.40
jugo	0.50	litro	1.00	0.50
huevos	4	Unidad	0.06	0.24
Varios: queso, mantequilla,mermelada				0.30
Otros: café, azúcar				0.20
Otros. care, azacar			TOTAL	1.82
habitación:				
Jabón	2	Unidad	0.15	0.30
Shampoo	4	Unidad	0.10	0.40
Papel higiénico	0.50	Unidad	0.50	0.25
Agua embotellada	2	Unidad	0.22	0.44
Varios: periódico,				
flores, vasos plásticos	2	unidad	1.00	2.00
			TOTAL	3.39
		TOTAL:		5.21
Personal:				
Mano de obra limpieza		Por hora por		
habitación.	2	habitación	1.25	2.50
Costo fijo por				
habitación				1.33
Costo por habitación				
doble				8.83
% de utilidad				11.17
Precio de venta de				
habitación doble				\$20

5.2.2 DEPRECIACIONES

Cuadro de depreciaciones

Concepto	Importe anual	Observaciones
De la inversión a realizar	600	
De la inversión actual		
Construcciones 47.500	1187.50	
Area de ordeño mecánico	2000	
Total \$	3787.50	Depreciaciones

6. INGRESOS

Ingresos

Concepto	Importe	Observaciones
INGRESOS		
Ventas habitaciones (25*4*12*20)	24000	
Ventas en restaurant alojamiento (50*4*12*4)	9600	
Ventas en restaurant libre (100*4*12*2)	9600	
Ventas varios (150*4*12*5)	36000	
Total \$	79200	Ingresos

Costos

Concepto	Importe	Observaciones
Habitación (50*4*12*8.83)	21.192	
Restaurante (200*4*12*2)	19.200	
Total \$	40.392	Costos

Gastos operacionales anuales

Concepto	Importe	Observaciones
Remuneraciones (1464*12)	4392	
Publicidad	960	
Mantenimiento de áreas de recreación	2400	
Servicios básicos	1800	
Mantenimiento areas verdes	600	
Papelería	240	
Mantenimiento de vehículos	3000	Dos furgonetas de 9 personas cada una
guías	3600	
otros	1200	
depreciaciones	3787.50	
Total \$	21.979.50	Gastos Operacionales

7. 4. ESTADO DE RESULTADOS

PROYECTO DE CREACION DE UN CENTRO ECOLOGICO Y TURISTICO EN LA PROVINCIA DEL AZUAY

Concepto	Año 1	Año2	Año2
Ventas	79.200	87.120	95.832
Costos	40.392	42.412	44.533
Margen de contribución	38.808	44.708	51.299
Gastos operacionales	21.979.50	23.078	24.232
Utilidad del periodo	16.828.50	21.630	27.067
Flujo de efectivo	20.615.50	25.417.50	30.854.50
Rentabilidad del capital	16.828	21.630	27.067
(Utilidad/capital*100	69.500*100 24%	69.500*100 31%	69.500*100 38%
	∠ 4 70	3170	3070

- 1. El retorno de la inversión de \$24000 se recuperar en aproximadamente 18 meses. La rentabilidad del capital en el periodo 3 alcanza el 38% que para nuestro medio es aceptable.
- 2. Se lo ha considerado un crecimiento en ventas de un 10% únicamente hasta el periodo 4 que requiere inversión adicional.
- 3. El crecimiento en los costos y gastos en un 5 % producto de la inflación aproximada en nuestro país.

8. 5. PUNTO DE EQUILIBRIO

$$A\tilde{N}O~2~PE=CF$$
 ; $PE=23.078$; 23.078 = \$44.925
 $\frac{1-CV}{V}$ 1 - $\frac{42.412}{87.120}$ 0.513

$$A\tilde{N}O\ 3$$
 PE=CF; PE=24.232; 24.232 = \$52.145
1-CV 1-44.533 0.4647
V 95.832

CAPITULO VII CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en nuestro proyecto podemos llegar a las siguientes y conclusiones y recomendaciones:

- El desarrollo de nuestro proyecto contribuirá en el crecimiento del sector turístico en el país y de esta manera generar mas divisas por medio de esta actividad.
- Este proyecto generara plazas de empleo lo que es un valor agregado al país.
- El centro Eco turístico es muy sensible al aumento o disminución de los visitantes, por lo que se debe tener una adecuada promoción del centro para atraer a los turistas.

RECOMENDACIONES

- El Ecuador tiene un gran potencial turístico que debe ser aprovechado tratando de invertir más en este sector.
- El ministerio de turismo debería tener registros más completos y actualizados acerca de los lugares turísticos y Eco turísticos con los que cuenta el Ecuador. Creando una base de datos actualizada.
- Crear conciencia ecológica en los ecuatorianos dando a conocer la importancia de preservar las especies.
- El gobierno debería trabajar en realzar la imagen turística del ecuador hacia el resto del mundo.

BIBLIOGRAFIA

- 1. Ministerio de turismo, Centro de Información Turística.
- 2. www.visitaecuador.com
- 3. www.viveecuador.com
- **4.** Biblioteca Virtual Encarta
- **5.** DICCIONARIO ENCICLOPEDICO PLANETA, tomo 1, Editorial Planeta.
- **6.** www.verticalia.com
- 7. www.agroturismo.net
- **8.** La Ley General de Turismo del Ecuador, Ministerio de Turismo
- **9.** www.turismoazuay.com
- **10.** Folletos de Reservas del Ecuador
- 11. Visita al complejo Turístico Termas de Papallacta, Papallacta, Quito

ANEXOS

1.1 FOTOGRAFIA DEL CENTRO TURISTICO YANASACHA

FOTO 1.1 vista del complejo habitacional



FOTO 1.2 vista desde la carretera



FOTO 1.3 vista de las construcciones a realizar en el complejo



FOTO 1.4 caballos de la zona



FOTO 1.5 animales silvestre (zorro)



FOTO 1. 6 pozo de agua



FOTO 1. 7 ordeño manual



FOTO 1.8 paisaje



FOTO 1.9 paisajes

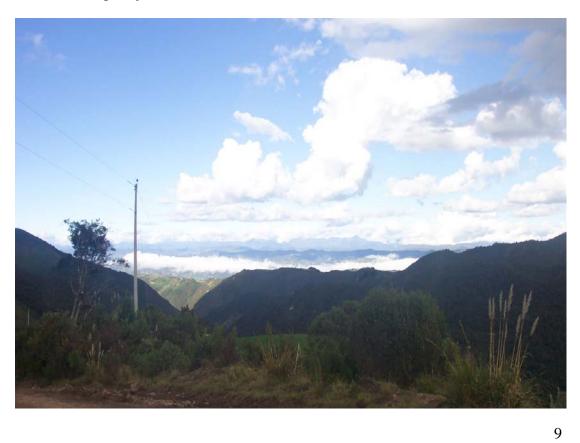


FOTO 1. 10 paisajes

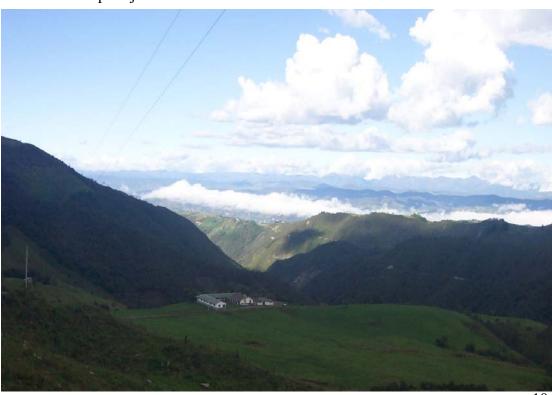


FOTO 1.11 entrada del complejo



FOTO 1.12 animales de la zona (gallinazo)



FOTO 1.13 ordeño mecánico



FOTO 1.14 paisajes

