



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN CENTRO DE MEDICINA ANDINA Y ALTERNATIVA CON FINES TURÍSTICOS PARA LA COMUNIDAD CUNUK YACU, PARROQUIA PILAHUÍN, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTOR: ERIKA MARIVEL GUAMÁN CAGUANA

DIRECTOR: Ing. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JÁCOME

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Erika Marivel Guamán Caguana

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Erika Marivel Guamán Caguana, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 01 de diciembre de 2022



Erika Marivel Guamán Caguana
180440984-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto Técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN CENTRO DE MEDICINA ANDINA Y ALTERNATIVA CON FINES TURÍSTICOS PARA LA COMUNIDAD CUNUK YACU, PARROQUIA PILAHUÍN, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**, realizado por la señorita: **ERIKA MARIVEL GUAMÁN CAGUANA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández, PhD. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-12-01
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome, MSc. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-12-01
Ing. Juan Enrique Ureña Moreno, MSc. MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-12-01

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de estar viva y poder cumplir una meta más junto a las personas que amo, a mis padres **Segundo Guamán y Martha Caguana**, por su arduo trabajo y por todo este largo camino que hemos transitado juntos, por todo ese amor y paciencia que me dieron durante toda mi carrera estudiantil, por ser parte de este sueño, por ser la inspiración en que cada paso que daba, estoy segura que sin su apoyo no hubiera podido culminar esta meta, también está dedicado a mi esposo y mi hija que se sumaron a mi vida durante este camino y fueron el motor para seguir adelante.

Erika

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por su infinito amor y darme la oportunidad de disfrutar este momento de mi vida, agradezco a la ESPOCH, por darle la oportunidad a muchos jóvenes como yo de poder cumplir su sueño, a todas aquellas personas que me apoyaron en el desarrollo de este proyecto.

Erika

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Problema.....	3
1.3. Justificación.....	3
1.4. Delimitación.....	4
1.4.1. <i>Localización</i>	4
1.4.2. <i>Ubicación geográfica</i>	5
1.4.3. <i>Límites</i>	5
1.4.4. <i>Características climáticas</i>	5
1.4.4.1. <i>Temperatura</i>	5
1.4.4.2. <i>Precipitación</i>	6
1.5. Objetivos.....	6
1.5.1. <i>General</i>	6
1.5.2. <i>Específicos</i>	6

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Turismo de salud.....	7
2.2. Turismo.....	7
2.3. Estudio de factibilidad.....	7
2.4. Estudio de mercado.....	8
2.4.1. <i>Oferta</i>	8

2.4.2.	<i>Oferta turística</i>	8
2.4.3.	<i>Análisis de la oferta</i>	9
2.4.4.	<i>Demanda</i>	9
2.4.5.	<i>Demanda turística</i>	9
2.4.6.	<i>Análisis de la demanda turística</i>	9
2.4.7.	<i>Estudio de la competencia</i>	10
2.5.	Estudio de técnico	10
2.5.1.	<i>Tamaño</i>	11
2.5.2.	<i>Localización</i>	11
2.6.	Estudio de impacto ambiental	11
2.6.1.	<i>Matriz de Leopold</i>	12
2.7.	Estudio administrativo – legal	13
2.7.1.	<i>Estudio administrativo</i>	13
2.7.2.	<i>Estudio legal</i>	13
2.8.	Estudio económico financiero	13
2.8.1.	<i>Estudio económico</i>	13
2.8.1.1.	<i>Inversiones</i>	14
2.8.1.2.	<i>Gastos totales</i>	14
2.8.1.3.	<i>Costos</i>	14
2.8.1.4.	<i>Ingresos</i>	14
2.8.2.	<i>Estudio financiero</i>	15
2.8.2.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	15
2.8.2.2.	<i>Relación beneficio costo B/C</i>	15
2.8.2.3.	<i>Tasa interna de retorno TIR</i>	16

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	17
----	---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	20
4.1.	Determinación de la viabilidad comercial	20
4.1.1.	<i>Proceso creativo y participativo</i>	20
4.1.1.1.	<i>Lluvia de ideas identificar productos e iniciar el proceso creativo del proyecto</i>	20
4.1.1.2.	<i>Selección inicial de las ideas para el proyecto</i>	21
4.1.1.3.	<i>Descripción de la idea seleccionada</i>	22

4.1.2.	Estudio de mercado	22
4.1.2.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	22
4.1.2.2.	<i>Análisis de la competencia</i>	41
4.1.2.3.	<i>Confrontación de la demanda</i>	42
4.1.2.4.	<i>Plan mercadotécnico</i>	44
4.1.2.5.	<i>Presupuesto del área comercial</i>	48
4.2.	Definición de la viabilidad técnica productiva y ambiental	51
4.2.1.	Estudio técnico productivo	51
4.2.1.1.	<i>Tamaño de mercado</i>	51
4.2.1.2.	<i>Diseño técnico</i>	54
4.2.1.3.	<i>Empaquetamiento del producto</i>	57
4.2.1.4.	<i>Presupuesto del área productiva</i>	59
4.2.2.	Estudio ambiental	61
4.2.2.1.	<i>Determinación de acciones y factores de la matriz de Leopold</i>	61
4.2.2.2.	<i>Parámetros de valoración de la magnitud e importancia de la matriz</i>	63
4.2.2.3.	<i>Evaluación de la matriz</i>	64
4.2.2.4.	<i>Análisis de los resultados</i>	66
4.2.2.5.	<i>Acciones para la mitigación y prevención de los impactos ambientales</i>	67
4.3.	Estableció la viabilidad legal administrativa	68
4.3.1.	Filosofía de la empresa	68
4.3.1.1.	<i>Misión</i>	68
4.3.1.2.	<i>Visión</i>	68
4.3.1.3.	<i>Valores y principios</i>	68
4.3.1.4.	<i>Políticas</i>	70
4.3.1.5.	<i>Estrategias</i>	70
4.3.2.	Estudio legal- administrativo	70
4.3.2.1.	<i>Marco constitucional</i>	70
4.3.2.2.	<i>Ley orgánica de economía popular y solidaria. Arts. 3,4,15</i>	71
4.3.2.3.	<i>Tipo de empresa a crearse según la Ley de Economía Popular y Solidaria</i>	72
4.3.2.4.	<i>Ley de turismo</i>	74
4.3.2.5.	<i>Requisito para la creación de la unidad económica popular</i>	74
4.3.2.6.	<i>Trámites para la creación de un Centro Turístico Comunitario y gastos (CTC)</i>	75
4.3.2.7.	<i>Organización empresarial</i>	77
4.3.2.8.	<i>Perfil de talento humano</i>	79
4.3.2.9.	<i>Presupuesto del área administrativa</i>	83
4.4.	Determinación la viabilidad económica financiera	85
4.4.1.	Estudio económico	85

4.4.1.1.	<i>Inversiones</i>	85
4.4.1.2.	<i>Usos y fuentes</i>	86
4.4.1.3.	<i>Cálculo de la deuda</i>	87
4.4.1.4.	<i>Depreciación</i>	88
4.4.1.5.	<i>Amortización</i>	88
4.4.1.6.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	89
4.4.1.7.	<i>Punto de equilibrio</i>	90
4.4.1.8.	<i>Presupuesto de ingresos</i>	90
4.4.1.9.	<i>Balance de pérdidas y ganancias</i>	91
4.4.1.10.	<i>Flujo de caja</i>	92
4.4.2.	<i>Estudio financiero</i>	933
4.4.2.1.	<i>Relación Beneficio -Costo (RB/C)</i>	933
4.4.2.2.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	933
4.4.2.3.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	933
4.4.2.4.	<i>Periodo de recuperación de capital (PRC)</i>	944
CONCLUSIONES		95
RECOMENDACIONES		96
GLOSARIO		
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Lluvia de ideas.....	20
Tabla 2-4:	Ideas para el proyecto.....	21
Tabla 3-4:	División de la muestra.....	23
Tabla 4-4:	Aceptación.....	24
Tabla 5-4:	Bienes y servicios complementarios.....	25
Tabla 6-4:	Acompañantes	26
Tabla 7-4:	Servicios complementarios.....	27
Tabla 8-4:	Tipo de comida.....	28
Tabla 9-4:	Tipo de alojamiento.....	29
Tabla 10-4:	Aguas termales	30
Tabla 11-4:	Comida	31
Tabla 12-4:	Hospedaje	32
Tabla 13-4:	Equipos e insumos.....	33
Tabla 14-4:	Recuerdos	34
Tabla 15-4:	Medios de comunicación local	35
Tabla 16-4:	Medios electrónicos.....	36
Tabla 17-4:	Propaganda estática	37
Tabla 18-4:	Forma de pago	38
Tabla 19-4:	Demanda actual de clientes	39
Tabla 20-4:	Demanda actual para productos.....	39
Tabla 21-4:	Demanda futura para clientes	40
Tabla 22-4:	Demanda futura del producto	40
Tabla 23-4:	Competencia actual	41
Tabla 24-4:	Competencia futura para clientes.	41
Tabla 25-4:	Competencia futura para productos.....	42
Tabla 26-4:	Demanda insatisfecha clientes.....	42
Tabla 27-4:	Demanda insatisfecha producto A.....	43
Tabla 28-4:	Demanda insatisfecha Producto B.....	43
Tabla 29-4:	Anuncio radial.	46
Tabla 30-4:	Anuncio de tv	47
Tabla 31-4:	Talento humano	48
Tabla 32-4:	Materiales e insumos	49
Tabla 33-4:	Activos fijos	49

Tabla 34-4:	Activos diferidos	50
Tabla 35-4:	Promoción y publicidad.....	51
Tabla 36-4:	Capacidad Operativa u objetiva.....	51
Tabla 37-4:	Consumo aparente	52
Tabla 38-4:	Empaquetamiento en la ciudad de Ambato	57
Tabla 39-4:	Empaquetamiento en la ciudad de Riobamba.....	58
Tabla 40-4:	Mano de obra directa	59
Tabla 41-4:	Mano de obra indirecta.....	59
Tabla 42-4:	Materiales e insumos	60
Tabla 43-4:	Activos fijos	60
Tabla 44-4:	Activos diferidos	61
Tabla 45-4:	Determinación de acciones.....	61
Tabla 46-4:	Determinación de factores	62
Tabla 47-4:	Evaluación de la matriz	64
Tabla 48-4:	Acciones de mitigación y prevención.....	67
Tabla 49-4:	Tipo de empresa a crearse según la Ley de Economía Popular y Solidaria	72
Tabla 50-4:	Tramites para un CTC	75
Tabla 51-4:	Manual de funciones del Gerente	79
Tabla 52-4:	Manual de funciones de secretaria/ contadora.....	79
Tabla 53-4:	Manual de funciones del conserje	80
Tabla 54-4:	Manual de funciones del asesor legal.....	81
Tabla 55-4:	Manual de funciones de la masajista	81
Tabla 56-4:	Manual de funciones de la terapeuta holística.....	82
Tabla 57-4:	Manual de funciones del asesor técnico	82
Tabla 4-58:	Talento humano	83
Tabla 59-4:	Materiales e insumos	83
Tabla 60-4:	Activos fijos	84
Tabla 61-4:	Activos diferidos	85
Tabla 62-4:	Inversiones.....	85
Tabla 63-4:	Usos y fuentes.....	86
Tabla 64-4:	Calculo de la deuda	87
Tabla 65-4:	Depreciación de activos fijos.....	88
Tabla 66-4:	Amortización de activos diferidos.....	88
Tabla 67-4:	Estructura de costos y gastos.....	889
Tabla 68-4:	Punto de equilibrio	90
Tabla 69-4:	Ingresos	90
Tabla 70-4:	Balance de pérdidas y ganancias	91

Tabla 71-4:	Flujo de caja	92
Tabla 72-4:	Relación beneficio costo.....	93
Tabla 73-4:	Valor actual neto.....	93
Tabla 74-4:	Tasa Interna de Retorno.....	93
Tabla 75-4:	Periodo de recuperación	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Aceptación.....	24
Gráfico 2-4:	Servicios complementarios.....	25
Gráfico 3-4:	Acompañantes	26
Gráfico 4-4:	Servicios complementarios.....	27
Gráfico 5-4:	Tipo de comida.....	28
Gráfico 6-4:	Tipo de alojamiento.....	29
Gráfico 7-4:	Aguas termales	30
Gráfico 8-4:	Comida	31
Gráfico 9-4:	Hospedaje	32
Gráfico 10-4:	Equipos e insumos.....	33
Gráfico 11-4:	Recuerdos	34
Gráfico 12-4:	Medios de comunicación local	35
Gráfico 13-4:	Medios electrónicos.....	36
Gráfico 14-4:	Propaganda estática	37
Gráfico 15-4:	Forma de pago	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Cunuk Yacu	5
Figura 1-4:	Slogan y logotipo	44
Figura 2-4:	Papelería.....	45
Figura 3-4:	Suvenir	46
Figura 4-4:	Flujograma.....	53
Figura 5-4:	Planta arquitectónica.....	54
Figura 6-4:	Techo	55
Figura 7-4:	Mampostería	55
Figura 8-4:	Puertas y ventanas.....	56
Figura 9-4:	Pisos	56
Figura 10-4:	Organización estructural	77
Figura 11-4:	Organización funcional.....	78

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** LLUVIA DE IDEAS
- ANEXO B:** IDEAS PARA EL PROYECTO
- ANEXO C:** ENCUESTA
- ANEXO D:** MAGNITUD
- ANEXO E:** IMPORTANCIA
- ANEXO F:** REMUNERACIONES DEL TALENTO HUMANO
- ANEXO G:** FOTOGRAFÍAS

RESUMEN

El objetivo del proyecto técnico fue la implementación de un centro de medicina andina y alternativa con fines turísticos para la comunidad Cunuk Yacu, cantón Ambato, provincia de Tungurahua; se utilizó una metodología aplicada mediante investigación de campo y revisión bibliográfica. Para la viabilidad comercial del centro de medicina andina y alternativa, se realizó el análisis de la oferta, demanda y competencia, para establecer demandas insatisfechas y aplicando encuestas; la viabilidad técnica productiva se realizó el diseño técnico, la capacidad operativa y el empaquetamiento del producto. Se evaluó los impactos ambientales utilizando la Matriz de Leopold y se tomó las debidas medidas de mitigación y prevención; el estudio legal administrativo se dio mediante las leyes, reglamentos y requisitos turísticos. El estudio económico - financiero se determinó el presupuesto de inversiones, usos y fuentes, cálculo de la deuda, depreciación, amortización, gastos, ingresos, flujo de caja. Se realizó el análisis financiero formado por el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación costo beneficio y el periodo de recuperación. Se determinó que el estudio comercial determino la aceptación en 83,3%, planteándose un paquete turístico, el cual será rentable de acuerdo a los indicadores financieros: Valor Actual Neto de \$90.271,98, la Tasa Interna de Retorno del 16%; la relación beneficio costo es de \$1,23 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,23. Se concluyó que el proyecto es viable comercialmente, técnico productivo, ambiental legal administrativo, y económico- financiero. Se recomienda ejecutar el proyecto de acuerdo a la planificación presupuestaria de las áreas comercial, productiva, administrativa, considerando todos los estudios realizados en la presente propuesta.

Palabras clave: <CENTRO DE MEDICINA ANDINA>, <COMUNIDAD>, < TURISMO COMUNITARIO>, <ENCADENAMIENTO TURÍSTICO>, <VIABILIDAD TÉCNICA>, <ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN>.


DBRA
Ing. Cr. Castillo



0472-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The objective of the technical project was the implementation of an Andean and alternative medicine center for tourism purposes in the Cunuk Yacu community, Ambato canton, Tungurahua province, an applied methodology was used through field research and literature review. For the commercial viability of the Andean and alternative medicine center, an analysis of supply, demand and competition was carried out to establish unsatisfied demands and by applying surveys, the technical productive viability was determined by technical design, operational capacity and product packaging. In addition, The environmental impacts were evaluated using the Leopold Matrix and the appropriate mitigation and prevention measures were taken, the legal-administrative study was carried out using laws, regulations and tourism requirements. The economic-financial study determined the investment budget, uses and sources, debt calculation, depreciation, amortization, expenses, income, and cash flow. The financial analysis consisted of the net present value, internal rate of return, cost-benefit ratio and payback period. It was determined that the commercial study determined the acceptance in 83.3%, proposing a tourist package, which will be profitable according to the financial indicators: Net Present Value of \$90,271.98, the Internal Rate of Return of 16%; the benefit-cost ratio is \$1.23, which means that for every dollar invested a profit of \$0.23 will be obtained. To sum up, the project is commercially viable, technically productive, environmental, legal-administrative, and economically-financially viable. It is recommended to execute the project according to the budget planning of the commercial, productive and administrative areas, considering all the studies carried out in this proposal

Keywords <CENTER OF ANDEAN MEDICINE> <COMMUNITY>, <COMMUNITY TOURISM>, <TOURISTIC DEVELOPMENT>, <TECHNICAL FEASIBILITY>, <PROMOTION STRATEGIES>.


Mgs. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido es una de las principales industrias del mundo, es por eso que muchos países invierten en esta actividad y desarrollan nuevos atractivos, estrategias, productos y proyectos; los ingresos generados por el mismo representan una parte importante de la economía mundial, esto significa que debe responder tanto a las expectativas y deseos de los consumidores potenciales, como a las características estructurales y formales de la competencia turística en particular, como un todo (Vallejo, 2015, p. 20). También para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) el negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles, e incluso el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

En América Latina el turismo se encuentra en una época de mucho crecimiento y evolución. Es así, que actualmente los viajeros tienen más expectativas durante sus viajes, y además son más sofisticados y se enfocan mucho en la experiencia. También es un hecho que valoran más a quienes puedan proporcionarles calidad y comodidad durante su viaje (América economía, 2015) y el turismo cumple un papel importante en la economía de muchos países latinoamericanos, también se ha convertido en una de las fuentes principales de ingreso de divisas extranjeras y de empleo (Infobae, 2019).

Debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19 el turismo en el 2020 aporta el 1,2% del Producto Interno Bruto (PIB) es decir, es la sexta fuente de ingresos no petroleros generando \$ 705 millones de dólares. Sin embargo, el turismo sigue siendo la primera en la balanza de servicios (Ministerio de Turismo, 2020, p. 13). “El turismo de sol y playa es uno de los aspectos recreacionales más demandados en el país” (Santiago, et al., 2017: p. 282), sin embargo existen recursos que se pueden potencializar para diseñar nuevos productos y actividades innovadoras como este caso el centro de medicina andina y alternativa, que aporta al desarrollo sustentable y los programas vinculados con el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2016).

El turismo de salud es una industria global emergente, con los proveedores de servicios de muchos países que compiten por los pacientes extranjeros, cuyo tratamiento representa una fuente potencial importante de ingresos. La conciencia sobre la salud y la voluntad de invertir en ella se crea con el bienestar económico de los países y miles de millones de dólares se invierten cada año en el turismo de salud en todo el mundo (Asociación médica mundial, 2018).

De acuerdo a la información proporcionada por El Comercio (2016) de acuerdo al estudio realizado en América latina en cuanto a gustos y preferencias para el uso de terapias alternativas se determinó que la homeopatía es la más aceptada con el 55%, luego con un 25% la acupuntura, una técnica milenaria proveniente de China, en tercer lugar con el 5% los latinoamericanos prefieren o gustan de la ayurveda, que es un sistema de medicina tradicional originario de la India,

aunque no es tan conocido, en Ecuador. La osteopatía apareció en cuarto lugar, con el 3% de latinoamericanos. Por último, un 12% señaló utilizar otros métodos de medicina natural.

En Ecuador la medicina y las terapias alternativas cada vez se utilizan con mayor frecuencia. Por ello, y en función de este tipo de prácticas existen en el país es necesario e importante la promoción de estas actividades como turísticas, pues las mismas podrán contribuir a que el país sea considerada como destino de bienestar que permitirá aprovechar al máximo sus recursos y atractivos naturales, para ofrecer descanso espiritual y mental con terapias y tratamientos alternativos de relajación para los viajeros que disfrutan de este segmento de turismo en el mundo (MINTUR, 2018).

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

En la actualidad en la comunidad Cunuk Yacu la actividad turística es limitada debido que la comunidad ha iniciado sin base técnica una serie de iniciativas, sin una visión para el aprovechamiento de los recursos naturales que existe en el territorio, sin que estos aporten al desarrollo económico de la comunidad.

En la Constitución 2008, en los artículos 25, 32, 57, 360 y 363 establece el reconocimiento y garantiza la protección de las prácticas, saberes y conocimientos de la medicina ancestral y tradicional (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pp. 17-176). De la misma forma, la Ley Orgánica de Salud en sus artículos 189 y 190, establece el respeto y la promoción de la medicina ancestral y tradicional y la incorporación del enfoque intercultural en las políticas, planes, programas, proyectos y modelos de atención en salud (Ministerio de Salud, 2006, p. 31-32).

1.2. Problema

La problemática que pretende resolver la elaboración de este proyecto es que no existe un centro de medicina andina y alternativa con fines turísticos por lo que, es necesario realizar un estudio de factibilidad para la implementación del mismo.

1.3. Justificación

La comunidad Cunuk Yacu cuenta con un potencial turístico, pero no se ha realizado un buen manejo para que sus recursos puedan ser aprovechados. Por ello, se pretende realizar el presente trabajo para poder desarrollar, promover y sobre todo dar a conocer a la comunidad.

Tomando en cuenta lo establecido por la Organización Mundial de la Salud (Organización Mundial de la Salud OMS, 2014, p. 7) cual informa que “un estado completo de bienestar físico, mental y social, no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. En este sentido, la medicina alternativa ha demostrado su eficacia a través del tiempo tanto así que para la reglamentación de su uso a nivel internacional y local la OMS y el Ministerio de Salud Pública (MSP) especifican acuerdos y reglamentos para el ejercicio de esta práctica con la finalidad de incluirlos como proyectos de salud preventiva. Teniendo en cuenta que el turismo de salud se debe brindar en un ambiente de

calidad adecuado para recuperar la fuerza física y mental de las personas ya que un ambiente adecuadamente mantenido no sólo atrae a los visitantes, sino que es una medida muy eficaz para proteger la salud. También la Dirección Nacional de Interculturalidad, Derecho y Participación Social en Salud indica que se debe garantizar la articulación y complementariedad de los conocimientos, saberes, prácticas ancestrales y alternativas de salud, en los diferentes niveles de gestión y atención integral, promoviendo y facilitando la participación social y el ejercicio de derechos (Conejo, 2019, párr. 2).

El presente trabajo se articula con el Plan de Creaciones de Oportunidades 2021- 2025 en lo concerniente: Eje económico, eje social y eje transición ecológica.

Además, se debe destacar que con el presente trabajo está contribuyendo a cumplir los objetivos del Plan de Creaciones de Oportunidades 2021- 2025, en el cual menciona: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales, Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomenten el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización de sistema financiero nacional, Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades y Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales el turismo va a permitir fomentar la creación del respeto, tolerancia, convivencia para que tanto la gente local como los visitantes puedan llegar a tener un encuentro armonioso donde sean partícipes, aprendan la una de la otra y se promueva la valoración del patrimonio cultural y el cuidado de los recursos naturales (SENPLADES, 2021, pp. 49-85).

1.4. Delimitación

1.4.1. Localización

La comunidad Cunuk Yacu se encuentra a 45 km en la vía Aguajan de la antigua vía Ambato-Guaranda.

1.4.2. *Ubicación geográfica*

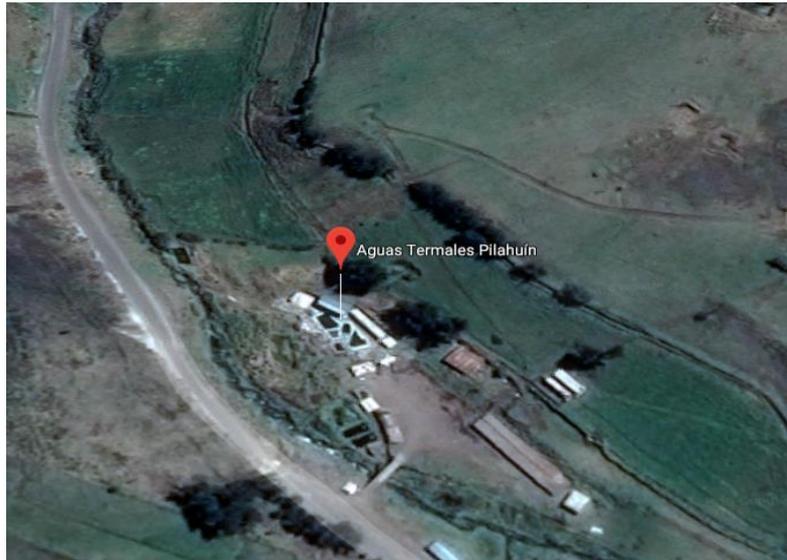


Figura 1-1: Cunuk Yacu

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Y: 9851170.2 S
- X: 738984.7 W
- Altitud: 3851 m.s.n.m

1.4.3. *Límites*

La comunidad limita:

- **Norte:** parroquia San Fernando
- **Sur:** provincia de Chimborazo.
- **Este:** parroquia Juan B. Vela y el cantón Mocha.
- **Oeste:** provincias de Bolívar.

1.4.4. *Características climáticas*

1.4.4.1. *Temperatura*

La temperatura promedio anual oscila entre los 0°C y 14 °C los meses de junio hasta agosto. La temperatura media máxima es de 14 °C que se presentan en los meses de febrero y noviembre. Las temperaturas medias mínimas son de 0 °C se presentan entre los meses de junio hasta agosto (Gobierno Autónomo Descentralizado parroquia de Pilahuín, 2015).

1.4.4.2. Precipitación

El promedio anual de precipitación es de 1.142 mm con un máximo de 2.213 mm y un mínimo de 129 mm, en los meses de junio hasta agosto. Los meses de mayor precipitación son de febrero hasta agosto y los meses más secos se presentan entre septiembre y enero (Gobierno Autónomo Descentralizado parroquia de Pilahuín, 2015).

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Determinar la factibilidad para la implementación un centro de medicina andina y alternativa con fines turísticos la comunidad Cunuk Yacu, parroquia Pilahuín, cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

1.5.2. Específicos

- Determinar la viabilidad comercial.
- Definir la viabilidad técnica productiva y ambiental.
- Establecer la viabilidad legal-administrativa.
- Determinar la viabilidad económica financiera.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Turismo de salud

El turismo de salud cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad (UNWTO, 2019, p. 39).

El turismo de salud es el proceso en el cual una persona viaja por fuera de su lugar de residencia con el objetivo de recibir servicios de salud o de bienestar (Arias et al., 2011: pp. 74- 75).

2.2. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (2003) el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

En cambio para la OMT (2007) el turismo es en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.

También el turismo, es la actividad que involucra el desplazamiento temporal de personas de su lugar de origen (turistas), y la recepción de los visitantes por una cierta comunidad (anfitriones) (Guerrero y Ramos, 2014).

2.3. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase pre-operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación (Miranda, 2005).

2.4. Estudio de mercado

Según Blanco (2008, pp. 250-278) el objetivo principal del estudio es determinar la viabilidad de colocar productos o servicios en un mercado específico, medir los riesgos y posibilidades de éxito de dicha colocación.

Para Suárez (2015) el estudio ayuda a conocer la respuesta de nuestros posibles clientes (nuestro target) y proveedores y analizar nuestro producto, el precio, la distribución y, en definitiva, todos los factores a analizar en el plan de marketing de un negocio.

Sin embargo para Thompson (2019) el estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

2.4.1. Oferta

La oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuáles, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta (Fischer y Espejo 2011).

Para Bengoechea (s.f) es la cantidad de bienes y / o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con éste término a la propuesta de muestra de bienes o servicios que, de formal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta.

De igual manera Kotler et al., (2004) dice que es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.

2.4.2. Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas (Ministerio de industrias, energía y turismo, s.f.).

2.4.3. *Análisis de la oferta*

La oferta turística es la agrupación de bienes, servicios, infraestructura y recursos, organizados de manera tal que permitan satisfacer la demanda de los visitantes.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros (Vargas y Cerna 2007).

2.4.4. *Demanda*

Para Sandoval y Orjuela (2002) la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado está dispuesto adquirir para satisfacer la exteriorización de la necesidades y deseos específicos.

De igual manera para Andrade (2006) es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

2.4.5. *Demanda turística*

La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos (Socatelli, 2013).

También la demanda turística es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) piden al tour operador turístico, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

2.4.6. *Análisis de la demanda turística*

En el análisis de la demanda, se debe estudiar aspectos tales como los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios. Esto es saber qué niveles de ingreso tienen, para considerar sus posibilidades de consumo. También se deben conocer los gustos y modas, pues los intereses de los grupos de consumidores menores de edad, no siempre responden a un nivel de ingresos que les permita consumir como lo puedan hacer 14 estratos económicos con un

mayor poder adquisitivo, pero con gustos distintos. Además, en muchos casos, influye la moda, que debe tomarse en cuenta para la oferta de bienes o servicios, pues de manera general los intereses del consumidor cambian muy rápidamente y es necesario adaptarse a sus gustos (Anangón, 2014).

Para determinar la demanda turística Muñoz (2017) propone la siguiente metodología:

- Segmentación de mercado.
- Determinación de fuentes de información.
- Determinación del método de proyección de la demanda.
- Universo.
- Muestra.
- Distribución de la muestra.
- Instrumento de investigación según la técnica.
- Descripción del perfil del potencial cliente.

2.4.7. Estudio de la competencia

La competencia es considerada como aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que se quieren poner en el mercado. Es la oferta inmediatamente sustitutiva (Muñoz, 2017).

También es el análisis de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores de una empresa, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible (Rodríguez, 2018).

2.5. Estudio de técnico

El estudio técnico se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente se refiere a elementos tangibles (medibles) (Olivares, 2019, pp. 12-13).

Para Blanco (2008) el objetivo principal del estudio técnico es determinar la infraestructura necesaria para el proyecto y así poder especificar la capacidad instalada y utilizada de la empresa.

De este estudio también se obtienen los costos de inversión y de operación en los procesos de producción.

Este estudio puede subdividirse en:

2.5.1. Tamaño

El tamaño de un proyecto está definido por la capacidad de producción durante el periodo de tiempo que se considere normal para las circunstancias y clase de proyecto a tratar. El problema de la capacidad de producción en el estudio de un proyecto de inversión depende de algunas variables tales como:

- El mercado.
- Suministros e insumos.
- La tecnología y equipos.
- El financiamiento.
- Organización.

El tamaño del proyecto mide la capacidad productiva en condiciones normales durante un período. La determinación del tamaño es el resultado de la interrelación de varias variables entre las que podemos citar: demanda, disponibilidad de insumos, localización y tecnología. (Erazo, 2018).

2.5.2. Localización

La localización adecuada de la empresa que se desea crear con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio, por ello la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, instituciones e incluso de preferencias emocionales. La localización óptima del proyecto contribuirá a lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, tratamos de obtener máxima producción, mínimo costo (Erazo, 2018).

2.6. Estudio de impacto ambiental

Para Quadri (2006) el estudio ambiental se refiere a diversos factores y procesos biológicos, ecológicos, físicos y paisajísticos que, además de tener su propia dinámica natural, se entrelazan con las conductas del hombre. Estas interacciones pueden ser de tipo económico, político, social,

cultural o con el entorno, y hoy en día son de gran interés para los gobiernos, las empresas, los individuos, los grupos sociales y para la comunidad internacional.

También el impacto ambiental es la alteración del medio ambiente que ha sido provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada (Rivas, s.f.).

Para el Ministerio de Energía y Minas (2008) el estudio de impacto ambiental es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluridisciplinario e interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo.

El impacto ambiental permite analizar la información para así corregir y avisar los posibles efectos directos e indirectos de un proyecto.

2.6.1. Matriz de Leopold

La matriz permite la identificación de los impactos ambientales. En la matriz las filas cubren los aspectos clave del medio ambiente y la sociedad, mientras que las columnas enumeran las actividades durante todas las etapas del proyecto. Los factores ambientales deben corresponder a todos aquellos que puedan verse afectados por el desarrollo de la actividad en el área del proyecto y el área de influencia (International Institute for Sustainable Development, 2016).

De igual manera para Villamar (2013) la matriz es considerada como una lista de control bidimensional. En una dimensión se muestran las características individuales de un proyecto (actividades, propuestas, elementos de impacto, etc.), mientras que en otra dimensión se identifican las categorías ambientales que pueden ser afectadas por el proyecto. Su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación.

También para Pereira (2011) la matriz utiliza un cuadro de doble entrada (matriz). En las columnas pone las acciones humanas que pueden alterar el sistema y en las filas las características del medio que pueden ser alteradas.

2.7. Estudio administrativo – legal

2.7.1. Estudio administrativo

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para Jaramillo (2014) el estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa.

Estas herramientas son los llamados manuales administrativos tales como:

- Manual de organización.
- Manual de funciones.
- Manual de procedimientos.

2.7.2. Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales (Jack, 2009).

Según Cevallos (2011) el estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa.

2.8. Estudio económico financiero

2.8.1. Estudio económico

El estudio económico permite analizar las necesidades de tipo económico y financiero que precisa la puesta en marcha del proyecto, con el propósito de ayudará a valorar si es rentable, o no, emprender el nuevo proyecto (OBS Businnes School, 2015).

Se trata, pues, de conocer:

- La inversión económica necesaria y cómo se va a financiar.
- Estimar los costos y gastos que va a suponer la puesta en marcha del proyecto
- Valorar los posibles ingresos para realizar un cálculo aproximado de los beneficios que puede dar el proyecto.

Por lo tanto, para realizar este estudio económico, es preciso estructurarlo atendiendo a estos cuatro elementos:

2.8.1.1. Inversiones

En todo proyecto existen tres tipos de inversiones, cuya suma proporcionará el total de inversiones necesario para poner en marcha el proyecto.

2.8.1.2. Gastos totales

- Son los gastos totales que va a suponer el proyecto. Para obtener este resultado es preciso analizar:
- Los gastos de administración y ventas, donde se engloban los gastos derivados de la remuneración del personal, depreciaciones, etc.
- Los gastos financieros, aquellos gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras.
- Los gastos de fabricación y comercialización, serían aquellos gastos derivados de facturas de luz, combustibles, impuestos, repuestos, etc.

2.8.1.3. Costos

Se trata de los costos de producción, dentro de los que se encuentran las materias primas, materiales y recursos necesarios para crear el producto o dar el servicio. Estos costos se pueden clasificar en función de su valor, como variables o fijos.

2.8.1.4. Ingresos

Por otro lado, en el estudio económico, además de los gastos, hay que realizar una valoración del dinero que se estima se puede recaudar gracias a la venta del producto o servicio realizado y de

otros tipos de ingresos que puedan beneficiar la rentabilidad del proyecto (OBS Business School, 2015).

2.8.2. *Estudio financiero*

La evaluación financiero permite conocer la rentabilidad del proyecto, se realiza a partir del cálculo de Flujo de Caja Actualizado, Valor Actual Neto, Relación Beneficio-Costo y Tasa Interna de Retorno (Muñoz, 2017).

- $VAN = \text{Sumatoria de ingresos descontados} - \text{sumatoria de desembolsos descontados}$
- $B/C = \frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$
- $TIR = i1 + (i1 - i2) \frac{VAN 1}{VAN1 - VAN 2}$

2.8.2.1. *Valor actual neto (VAN)*

Es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable (Molina, 2017).

- $VAN < 0$ el proyecto no es rentable.
- $VAN = 0$ el proyecto es rentable.
- $VAN > 0$ el proyecto es rentable.

El VAN es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada (Ecofinanzas, 2015).

2.8.2.2. *Relación beneficio costo B/C*

La relación beneficio/costo permite comparar directamente, los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad (Blank y Tarquin, 2017).

Para determinar la viabilidad de un proyecto, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- $B/C = 1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar (Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2019).

2.8.2.3. Tasa interna de retorno TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión (Torres, 2016).

Para determinar la viabilidad de un proyecto se debe tener en cuenta:

- Si un proyecto tiene una TIR del 10% e invirtiendo en el mercado en activos financieros puede conseguirse, para el mismo plazo, una rentabilidad del 6%, significa que el proyecto es interesante: permite obtener una rentabilidad superior a la de la inversión alternativa.
- En definitiva, para juzgar la rentabilidad de un proyecto debe compararse su TIR con la tasa de rentabilidad que se pueda alcanzar en inversiones alternativas en el mercado (Edufinet, s.f.).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente proyecto se realizó mediante la guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos con relación a negocios turísticos (Muñoz, 2017).

Para el cumplimiento del primer objetivo que es determinar la viabilidad comercial; se efectuó un análisis de la oferta, con las siguientes actividades:

- Se procedió a realizar el proceso creativo y participativo por el cual permitió generar ideas de los bienes y servicios que se detalla en la matriz del anexo A.
- Después se evaluó las ideas anteriores y se seleccionó de acuerdo a los criterios sugeridos como se detalla en la matriz del anexo B.
- Luego de ello, se describió a detalle la idea seleccionada producto del paso anterior, se elaboró el itinerario, el guion interpretativo del producto que tuvo mayor calificación.

Para el análisis de la demanda se procedió a realizar los siguientes procesos:

- Segmentación: las encuestas fueron dirigidas a la población económicamente activa de las ciudades de Riobamba y Ambato.
- Universo: para el universo de estudio se tomó en cuenta a la población económicamente activa de las ciudades de Riobamba y Ambato.
- Muestra: Se determinó la muestra mediante la fórmula de muestreo para poblaciones finitas en la siguiente expresión matemática (Badii et al., 2011).

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: universo de estudio.

e: margen de error 5%.

z: nivel de confianza 95%.

p: probabilidad de ocurrencia (0.5).

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5).

- División de la muestra: La división es proporcional al tamaño del estrato cuyo factor de estratificación se mide con la siguiente expresión (Ochoa, 2019):

$$f = \frac{n}{N}$$

f: proporcionalidad.

n: tamaño de la muestra.

N: universo de estudio.

- Técnica e Instrumento: Se utilizó la técnica para la recolección de información como la encuesta y se elaboró el cuestionario ver anexo C.
- Análisis de los resultados del estudio de la demanda: con los datos obtenidos en las encuestas se procedió a la realización de un análisis estadístico y desarrollando la demanda actual y demanda futura.
- Análisis de la competencia: se determinó empresas y proyectos que producen bienes o servicios similares al que se planteó, determinando la demanda insatisfecha, también se hizo el plan mercadotécnico donde se definió el nombre del centro, slogan y logotipo, se diseñó los medios publicitarios y se estableció estrategias de comercialización definiendo los canales de distribución para el producto.
- Finalmente se calculó el presupuesto del área.

Para el cumplimiento del segundo objetivo que es definir la viabilidad técnica productiva y ambiental se realizó las siguientes actividades:

- Estudio técnico – productivo: se determinó el tamaño del proyecto por medio de la capacidad operativa y el consumo aparente.
- Luego se elaboró el empaquetamiento del producto, el flujograma de producción y el diseño técnico del centro.
- Finalmente se calculó el presupuesto del área.
- Estudio ambiental: se identificó y evaluó el grado de impacto ambiental mediante la matriz de Leopold y con ello se planteó un plan de manejo.

Para el cumplimiento del tercer objetivo que es establecer la viabilidad legal administrativa.

Se identificó las siguientes leyes y reglamentos los cuales se procedió a analizar:

- Ley de turismo.
- Ley de Economía Popular y Solidaria.
- Reglamento general de actividades turísticas.

Mediante esto se determinó la condición legal que sustente la operación del centro turístico, posterior a ello, y en lo que concierne al ámbito administrativo se definió la filosofía de la empresa, el organigrama estructural, el personal necesario para el centro y el manual de cargos y funciones para su correcto funcionamiento.

Por último, se calculó el presupuesto del área.

Finalmente, para el cumplimiento del cuarto objetivo que es determinar la viabilidad económica financiera.

- Estudio económico: se tomó como requerimiento los presupuestos de las áreas comercial, productiva y administrativa, donde se procedió a determinar:
 - Análisis de inversiones.
 - Usos y fuentes.
 - Cálculo del pago de la deuda.
 - Depreciación de activos fijos.
 - Amortización de activos diferidos.
 - Estructuración de costos y gastos.
 - Punto de equilibrio.
 - Presupuesto de ingresos.
 - Balance de pérdidas y ganancias.
 - Flujo de caja.

- Estudio financiero: se determinó la rentabilidad de la inversión por medio de los siguientes pasos:
 - Relación Beneficio -Costo (RB/C).
 - Valor Actual Neto (VAN).
 - Tasa Interna de Retorno (TIR).
 - Periodo de recuperación de capital (PRC).

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Determinación de la viabilidad comercial

4.1.1. *Proceso creativo y participativo*

Se desarrolló en base a un proceso creativo y participativo, el cual permitió generar ideas de los bienes y servicios que se ofertaran en el centro, mediante el siguiente procedimiento.

4.1.1.1. *Lluvia de ideas para identificar productos e iniciar el proceso creativo del proyecto.*

Se realizó una lluvia de ideas de los bienes y servicios, mediante la siguiente matriz.

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

Bienes/ Servicios	Características	Problema o necesidad que satisface
Aguas termales	Son aguas medicinales naturales.	Artritis Problemas articulares Golpes Recreación y relajación.
Masajes	Es una práctica de manipulación basada en el cuerpo.	Reduce la tensión y el estrés. Reduce el dolor. Calambres.
Meditación	Es un tipo de medicina mente-cuerpo, los pacientes regulan su atención o se enfocan sistemáticamente en aspectos particulares de la experiencia interna o externa. Se desarrolla en un contexto religioso o espiritual.	Aumenta el cociente intelectual. Mejora la memoria. Alivia el estrés, la ansiedad y la depresión.
Oración	Cuando la revelación de la naturaleza de la forma universal, nos permite ver a la divinidad en los ríos, las montañas, los árboles, el tiempo y en	Reflexión Reducción de ansiedad

	todos los procesos de la creación y hacia el desarrollo de un estilo de fe que nos resulta bastante satisfactorio.	
Relajación	Es la actividad más natural. Es un conjunto de ejercicios o herramientas que ayudan a las personas.	Disminuye la tensión. Disminuye el estrés. Estabilidad emocional.
Aromaterapia	Es la utilización médica de los aceites esenciales y otros productos derivados de los vegetales.	Disminuye la ansiedad. Relaja
Utilización de plantas nativas	Las plantas medicinales ayudan a las personas a tratar sus enfermedades y dolencias, mejorando su salud.	Limpias o curaciones. Aceites naturales. Infusiones. Descongestión de las vías respiratorias. Utilización, cuidado y cultivo de las plantas. Jabones aromáticos. Shampoo.
Baños de lodo	Se utiliza barro o arcilla a temperaturas moderadas.	Son relajantes, revitalizantes, rejuvenecedores e hidratantes.

Fuente: Muñoz, 2017

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.1.2. Selección inicial de las ideas para el proyecto

Después de evaluar las ideas anteriores y seleccionar de acuerdo a los criterios sugeridos.

Tabla 2-4: Ideas para el proyecto

Criterios Ideas	Nivel de Innovación	Mercado potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento de capital	Tendencia Nacional	Total
Producto 1 (Aguas termales, hidroterapia,	2	5	2	2	3	14

baños de vapor, meditación, sauna)							
Producto 2 (Aguas termales, aromaterapia, utilización de plantas, oración, relajación, baños de lodo, masajes)	2	5	2	3	4	16	
Total							30

Fuente: Muñoz, 2017

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.1.3. Descripción de la idea seleccionada

Mediante la identificación de los bienes y servicios, el producto 2 tiene una puntuación de 16 y es el producto 2 que se va a ofertar en la comunidad Cunuk Yacu mediante la creación del centro de medicina alternativa y andina.

4.1.2. Estudio de mercado

4.1.2.1. Análisis de la demanda

- Segmentación

Los potenciales clientes del centro de medicina alternativa y andina están dirigida a la población económicamente activa con empleo de las ciudades de Riobamba y Ambato.

- Universo

De acuerdo con la segmentación el universo está conformado por 204.002 personas. La población económicamente activa con empleo de la ciudad de Riobamba es de 76.113 (INEC, 2010), y la población económicamente activa con empleo de la ciudad de Ambato es de 127.889 (INEC, 2010).

- Muestra

Se determinó la muestra mediante la fórmula de muestreo para poblaciones finitas en la siguiente expresión matemática:

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

$$n = \frac{(1,96^2)(204.002) (0,5 * 0,5)}{(204.002 - 1)(0,05^2) + (1,96^2)(0,5 * 0,5)}$$

$$n = 383$$

- División de la muestra

La división es proporcional al tamaño del estrato cuyo factor de estratificación se mide con la siguiente expresión:

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{383}{204002}$$

$$f = 0,0018774325741$$

Tabla 3-4: División de la muestra

Tipos	Estratos	Factor de división	División
Ciudad de Ambato	127.889	0,0018774325741	240
Ciudad de Riobamba	76.113	0,0018774325741	143

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Técnica

La técnica empleada fue la encuesta.

- Instrumento

El cuestionario se encuentra en el anexo C.

- Resultado del estudio de la demanda

- Aceptación

Tabla 4-4: Aceptación

Aceptación	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Si	319	319	83,3	83,3
No	64	383	16,7	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

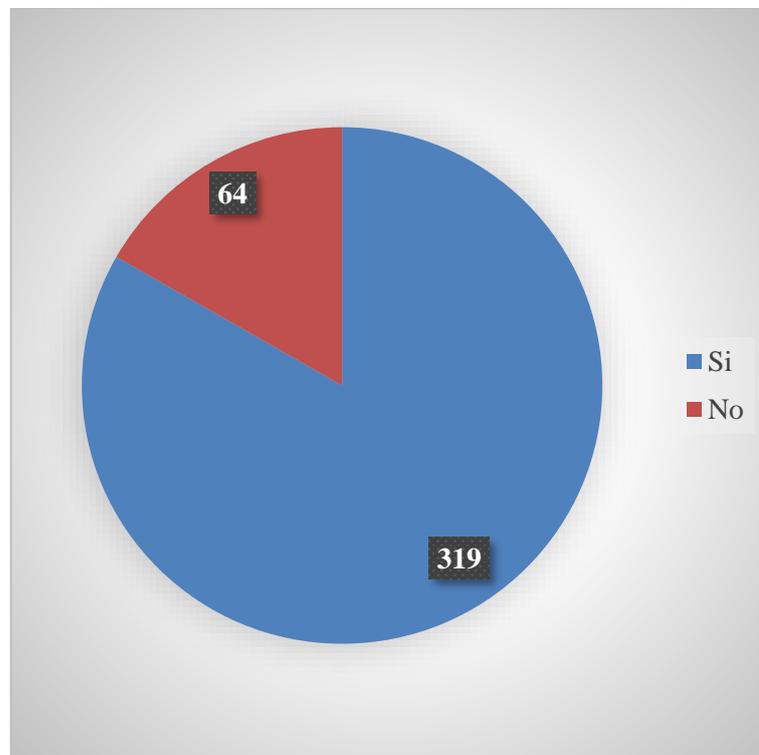


Gráfico 1-4: Aceptación

Realizado por: Guamán, E. 2022

En base a la información obtenida del gráfico 4-1, la mayoría de las personas encuestadas, el 83% quieren visitar las aguas termales y el 17% no la quieren visitar, esto indica que las aguas termales tienen gran aceptación y la posibilidad de la implementación del centro de medicina andina y alternativa.

- Bienes y servicios adicionales

Tabla 5-4: Bienes y servicios complementarios

Bienes y servicios	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
A	157	157	41,0	41,0
B	226	383	59,0	100,0

Realizado por: Guamán, E. 2022

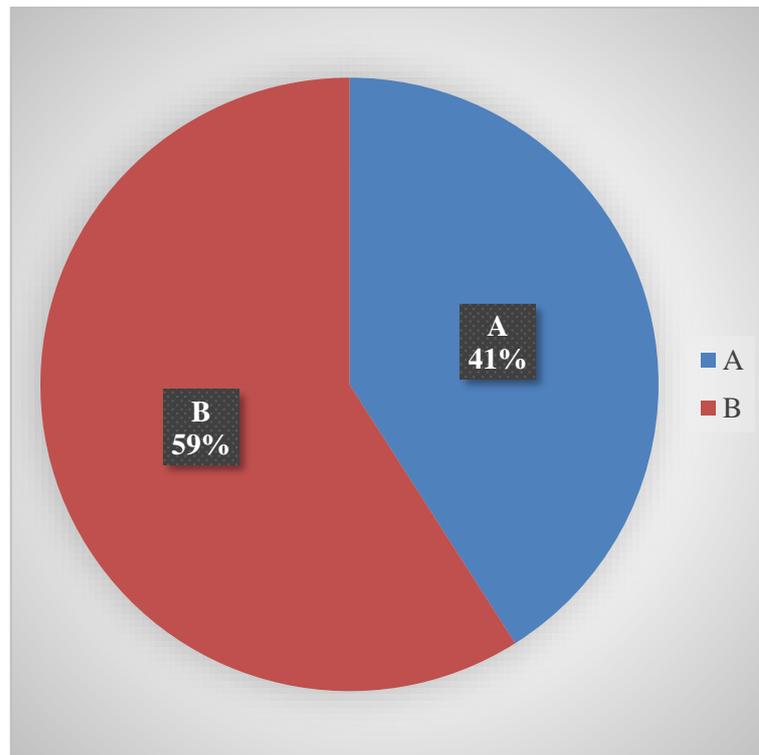


Gráfico 2-4: Servicios complementarios

Realizado por: Guamán, E. 2022

En base a la información obtenida del gráfico 4-2, la mayoría de las personas encuestadas, el 41% quieren el producto A (Masajes, hidroterapia, baños de vapor, meditación, sauna) y el 59% quieren el producto B (Aromaterapia, limpiezas con plantas (aceites, jabones), oración, relajación, baños de lodo, masajes), mediante esta información nos permite saber que a la mayoría le gustaría estos servicios en el centro de medicina andina y alternativa.

- Acompañantes

Tabla 6-4: Acompañantes

Personas	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Solo	8	8	2,1	2,1
1 a 5	300	308	78,3	80,4
6 a 10	70	378	18,3	98,7
Más de 10	5	383	1,3	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

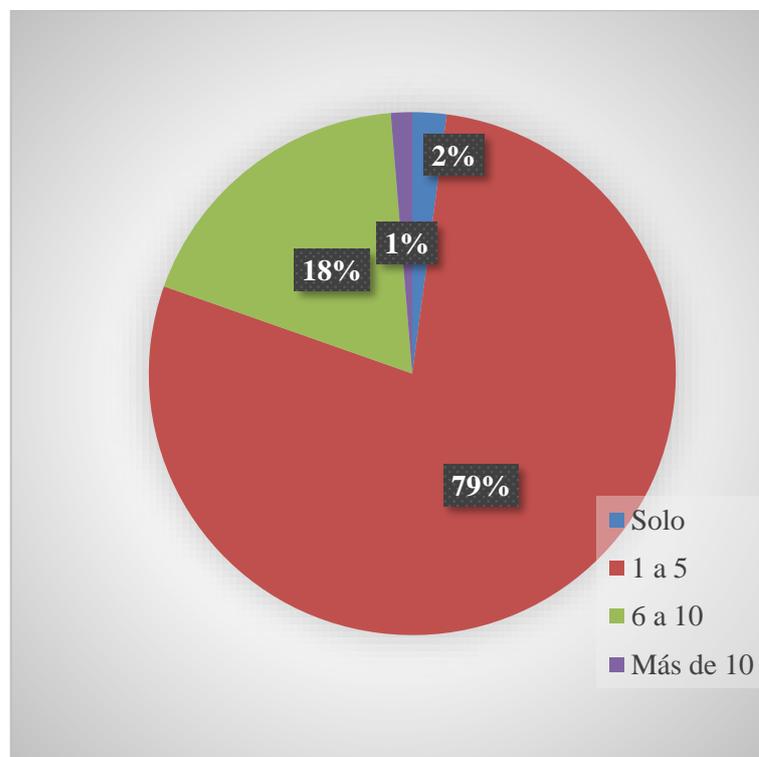


Gráfico 3-4: Acompañantes

Realizado por: Guamán, E. 2022

En base a la información obtenida del gráfico 4-3, la mayoría de las personas encuestadas, el 79% viajan entre 1 a 5 personas, el 18% lo hacen entre 6 a 10 personas, el 2% prefieren viajar solos y el 1% con más de 10 personas. Por esta razón necesario ofrecer actividades turísticas garantizando la seguridad y confianza en los servicios y que las actividades sean para grupos de 5 personas.

- Servicios complementarios

Tabla 7-4: Servicios complementarios

Servicios	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Transporte	172	172	27,4	27,4
Hospedaje	143	315	22,8	50,2
Alimentación	312	627	49,8	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

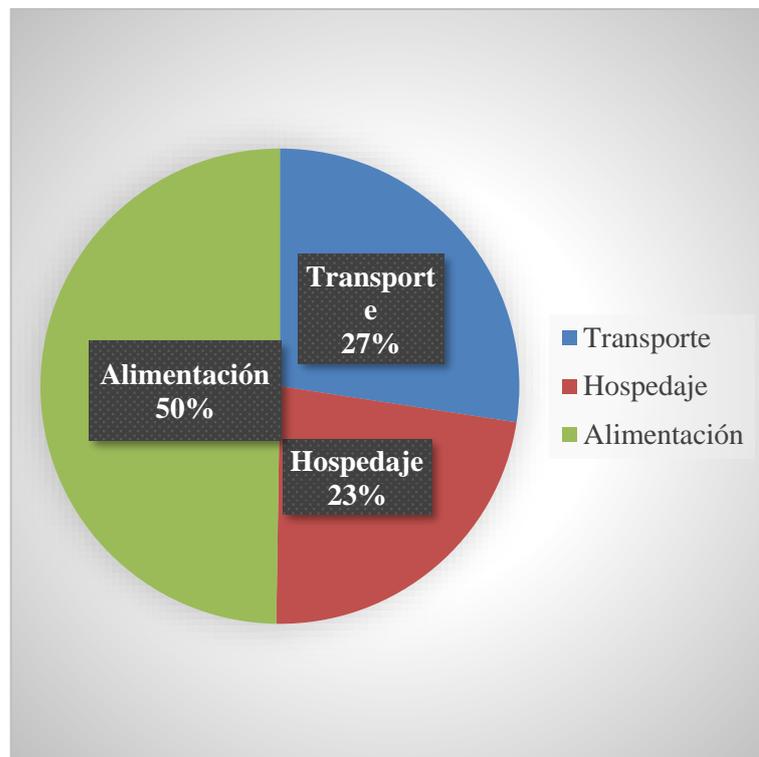


Gráfico 4-4: Servicios complementarios

Realizado por: Guamán, E. 2022

En base a la información obtenida en el gráfico 4-4, la mayoría de encuestados consideran que los servicios complementarios que se deben considerar al momento de la visita a las aguas termales son la alimentación con el 50%, transporte con el 27% y hospedaje con el 23%, siendo esto los servicios complementarios que se deben incluir en el centro de medicina andina y alternativa.

- Tipo de comida

Tabla 8-4: Tipo de comida

Tipo de comida	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Internacional	36	36	8,3	8,3
Típica	397	433	91,7	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

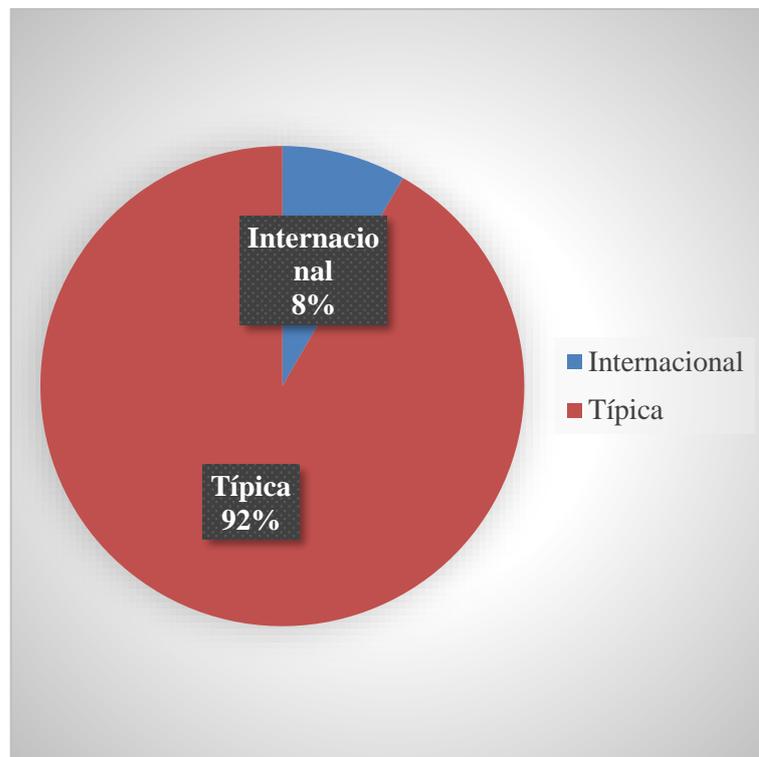


Gráfico 5-4: Tipo de comida

Realizado por: Guamán, E. 2022

El 92% de las personas encuestadas prefieren la comida típica del lugar, el 8% la comida internacional, esto nos permite conocer el tipo de comida que se va a preparar al momento de la llegada de turistas al centro de medicina andina y alternativa.

- Tipo de alojamiento

Tabla 9-4: Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Viviendas familiares	36	36	17,0	17,0
Cabañas	108	144	50,9	67,9
Hostal	68	212	32,1	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

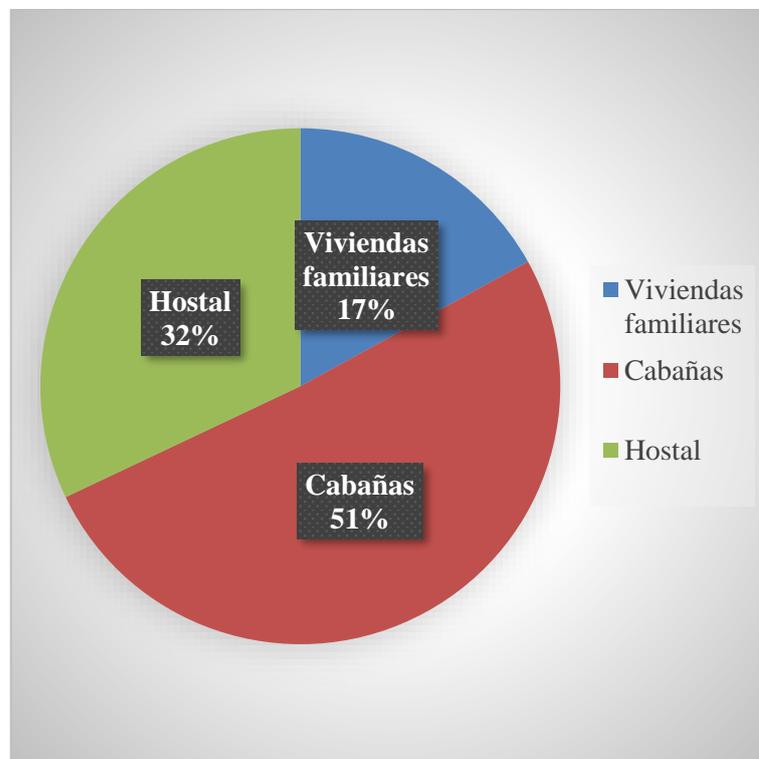


Gráfico 6-4: Tipo de alojamiento

Realizado por: Guamán, E. 2022

De las personas encuestadas, el 51% tienen preferencia de hospedarse en cabañas de estilo tradicional, el 32% tienen preferencia de hospedarse en hostales y el 17% tienen preferencia de hospedarse en viviendas familiares. Mediante esta información obtenida es indispensable para tomar una decisión sobre el tipo de alojamiento a implementarse.

- Cuanto pagaría
- ✓ Aguas termales

Tabla 10-4: Aguas termales

Aguas termales	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
\$ 1 a \$ 3	166	166	55,3	55,3
\$ 4 a \$ 6	94	260	31,3	86,7
más de \$ 6	40	300	13,3	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

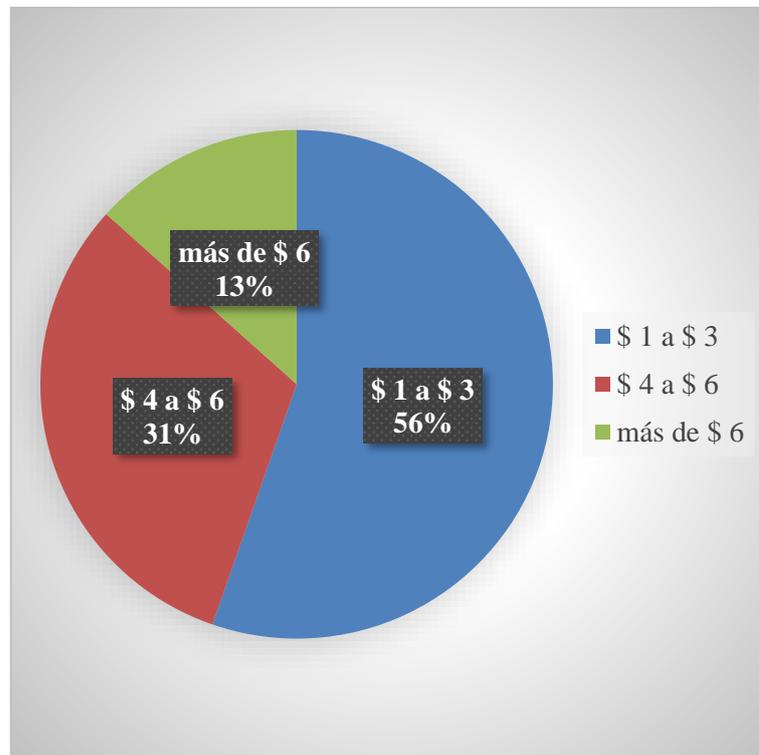


Gráfico 7-4: Aguas termales

Realizado por: Guamán, E. 2022

Se evidencia en el gasto turístico diario durante su viaje al lugar que visita, siendo que, el 56% gasta en un rango de 1 a 3 USD, el 31% de 4 a 6 USD, el 13 % de las personas encuestadas gasta mayor a 6 USD. La información obtenida es importante para conocer la capacidad de pago por el servicio de aguas termales.

✓ Comida

Tabla 11-4: Comida

Comida	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
\$ 1 a \$ 5	239	239	77,6	77,6
\$ 6 a \$ 10	48	287	15,6	93,2
más de \$ 10	21	308	6,8	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

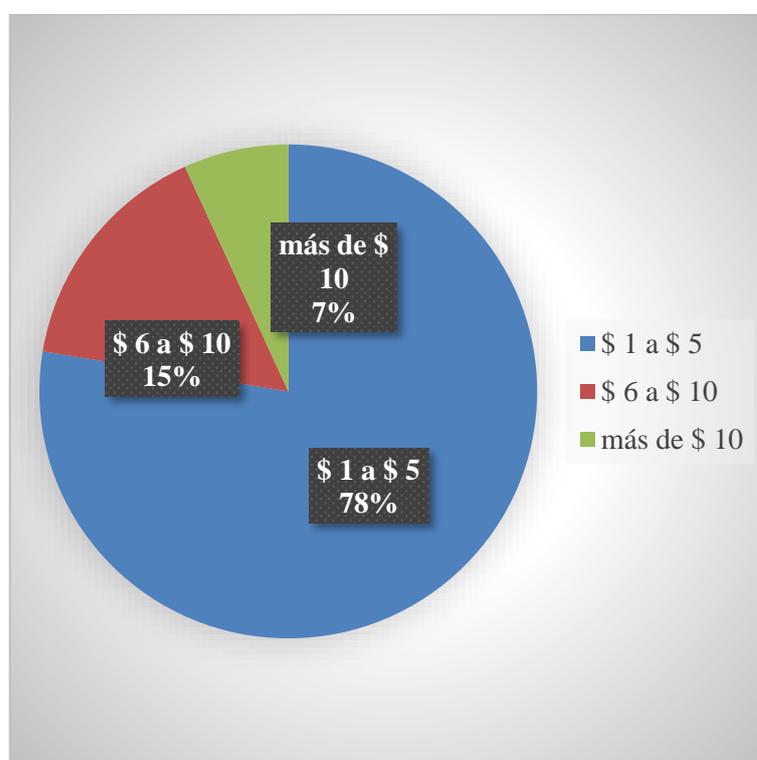


Gráfico 8-4: Comida

Realizado por: Guamán, E. 2022

Se evidencia en el gasto turístico diario durante su viaje al lugar que visita para alimentación, siendo que, el 78% gasta en un rango de 1 a 5 USD, el 15% de 6 a 10 USD, el 7% de las personas encuestadas gasta mayor a 10 USD. La información obtenida es importante para conocer la capacidad de pago por el servicio de alimentación.

✓ Hospedaje

Tabla 12-4: Hospedaje

Hospedaje	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
\$ 5 a \$ 10	131	131	67,2	67,2
\$ 11 a \$ 15	36	167	18,5	85,6
más de \$ 15	28	195	14,4	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

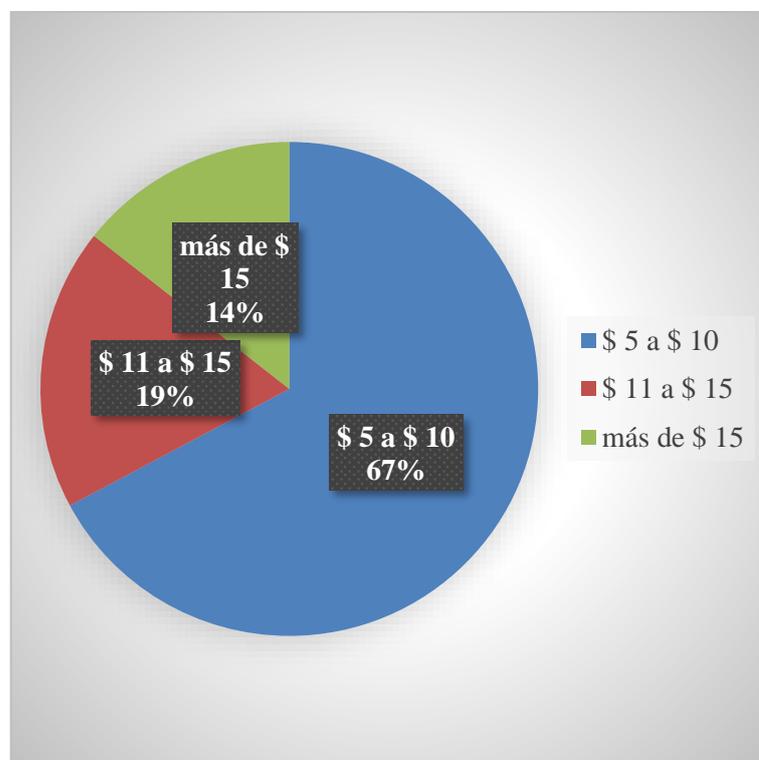


Gráfico 9-4: Hospedaje

Realizado por: Guamán, E. 2022

Se evidencia el gasto turístico diario durante su viaje al lugar que visita para hospedaje, siendo que, el 67% gasta en un rango de 5 a 10 USD, el 19% de 11 a 15 USD, el 14% de las personas encuestadas gasta mayor a 15 USD. La información obtenida es importante para conocer la capacidad de pago por el servicio de hospedaje.

✓ Equipos e insumos

Tabla 13-4: Equipos e insumos

Equipos e insumos	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Trajes de baño	153	153	17,9	17,9
Gorras	100	253	11,7	29,6
Aceites esenciales	97	350	11,4	41,0
Sandalias	95	445	11,1	52,1
Toallas	88	533	10,3	62,4
Cremas	84	617	9,8	72,2
Jabones aromáticos	82	699	9,6	81,9
Boyas	68	767	8,0	89,8
Gafas	53	820	6,2	96,0
Incensos	34	854	4,0	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

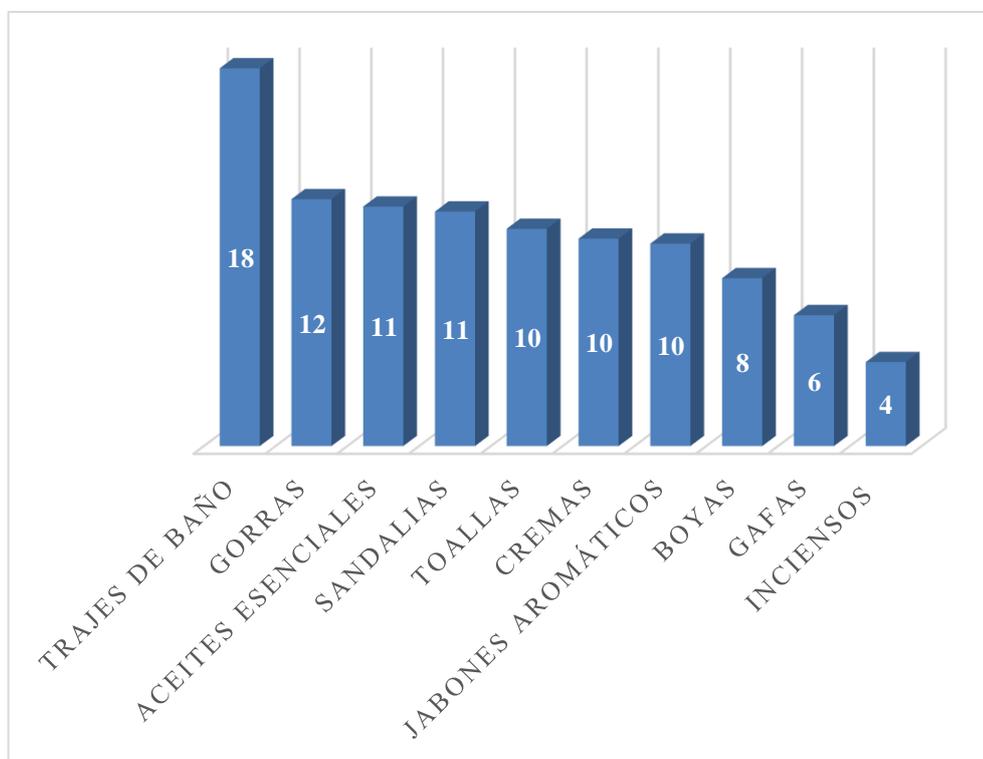


Gráfico 10-4: Equipos e insumos

Realizado por: Guamán, Erika, 2022

El 18% de las personas encuestas quieren que en los equipos e insumos de baño haya trajes de baño para poder comprar, el 12% quieren gorras, el 11% prefieren sandalias y aceites esenciales, el 10% quieren cremas, jabones aromáticos y toallas, el 8% prefieren boyas, el 6% gafas, el 4% prefieren inciensos para comprar, esto nos permite conocer los equipos e insumos que se pueden implementar dentro del centro de medicina andina y alternativa.

✓ Recuerdos

Tabla 14-4: Recuerdos

Recuerdos	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Tagua	131	131	67,2	67,2
Madera	36	167	18,5	85,6
Lana	28	195	14,4	100

Realizado por: Guamán, E. 2022.

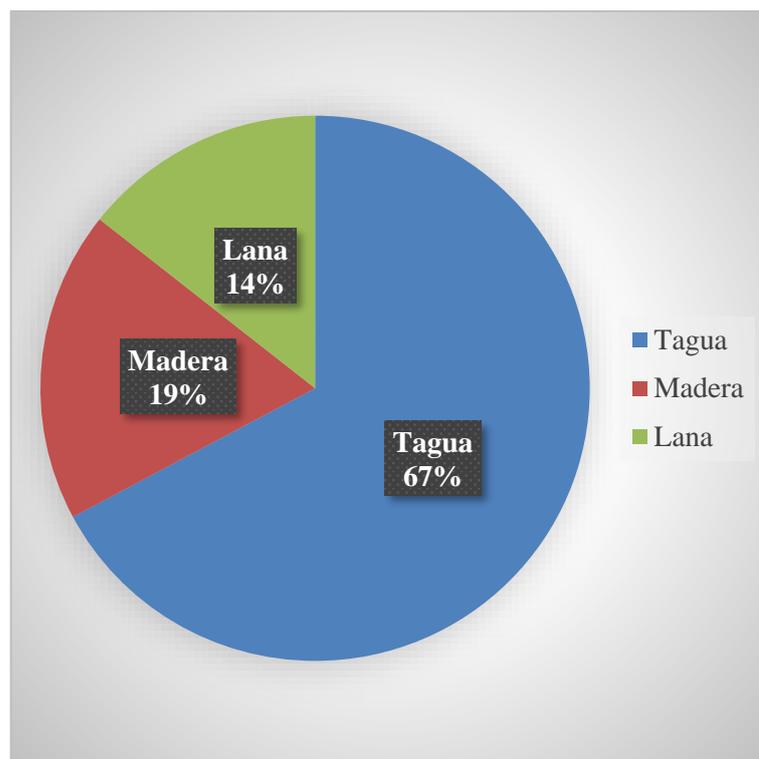


Gráfico 11-4: Recuerdos

Realizado por: Guamán, E. 2022

El 67% de las personas encuestadas prefieren que los recuerdos sean de tagua, el 19% prefieren que los recuerdos sean de madera y el 14% prefieren que sean de lana. Mediante esta información

nos permite conocer el tipo de material se va a fabricar los recuerdos y que los turistas prefieren comprar.

- Tipos de comunicación
- ✓ Medios de comunicación local

Tabla 15-4: Medios de comunicación local

Medios de comunicación	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Prensa	62	62	40,3	40,3
Radio	92	154	59,7	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

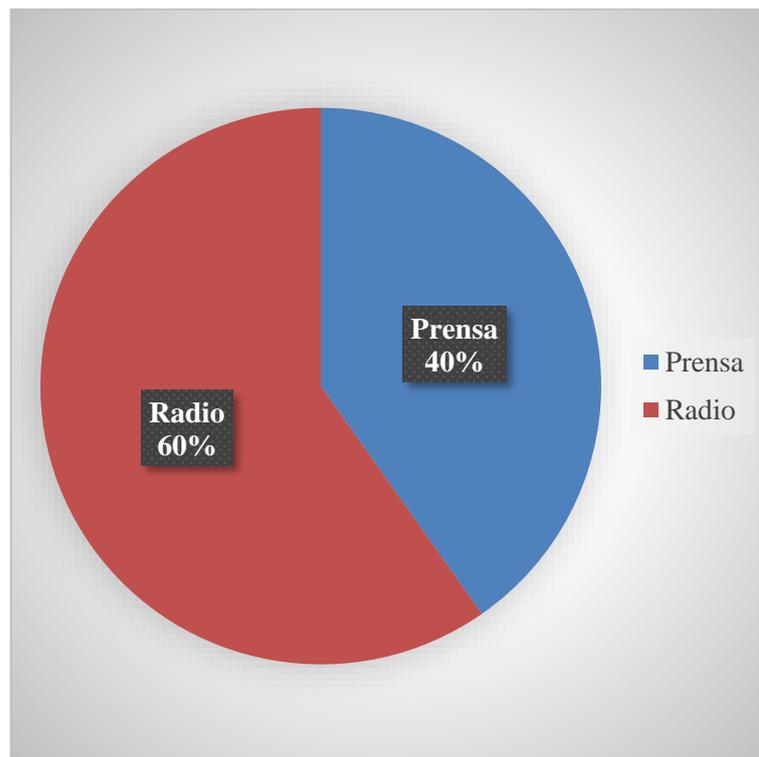


Gráfico 12-4: Medios de comunicación local

Realizado por: Guamán, E. 2022

El 51% de las personas encuestadas prefieren informarse por medio de anuncios en programas de radio, el 40% por medio de periódicos o revistas esto nos permite conocer que, mediante los medios de comunicación local, el radio es el medio ideal para la difusión.

✓ Medios electrónicos

Tabla 16-4: Medios electrónicos

Medios electrónicos	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Facebook	338	338	88,0	88,0
Instagram	41	379	10,7	98,7
Twitter	5	384	1,3	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

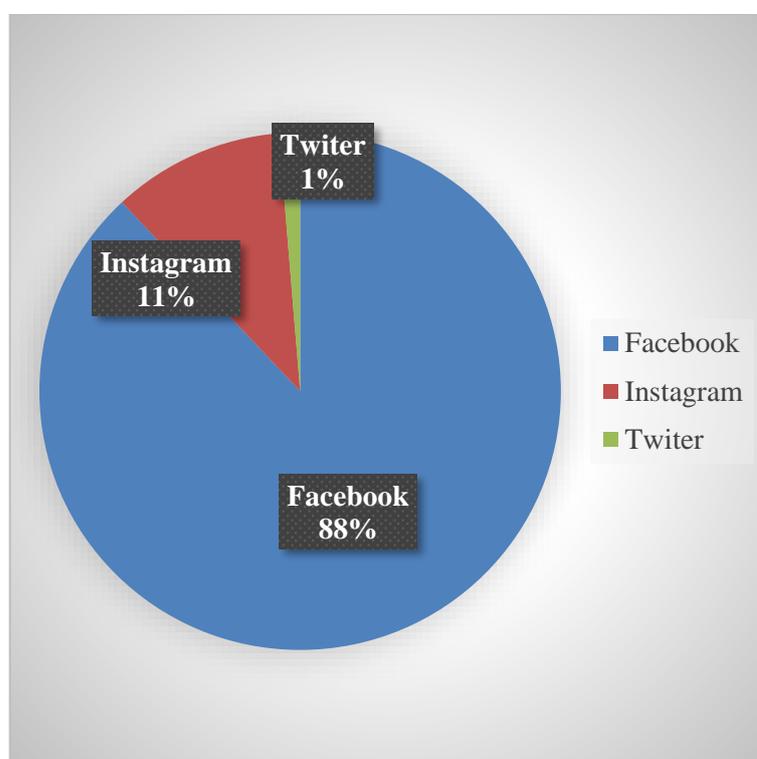


Gráfico 13-4: Medios electrónicos

Realizado por: Guamán, E. 2022

El internet es la herramienta más común a la hora de informarse sobre un destino turístico a visitar, por esta razón las redes sociales en especial Facebook tiene el 88% de encuestados que afirman utilizar este medio, el 11% prefiere informarse a través de Instagram, el 1% se informa mediante twitter, esto indica que los medios electrónicos, principalmente las redes sociales, es el medio informativo ideal para la difusión y promoción turística a través del marketing digital.

✓ Propaganda estática

Tabla 17-4: Propaganda estática

Propaganda estática	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Vallas	33	33	23,9	23,9
Letreros	94	127	68,1	92,0
Banners	11	138	8,0	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

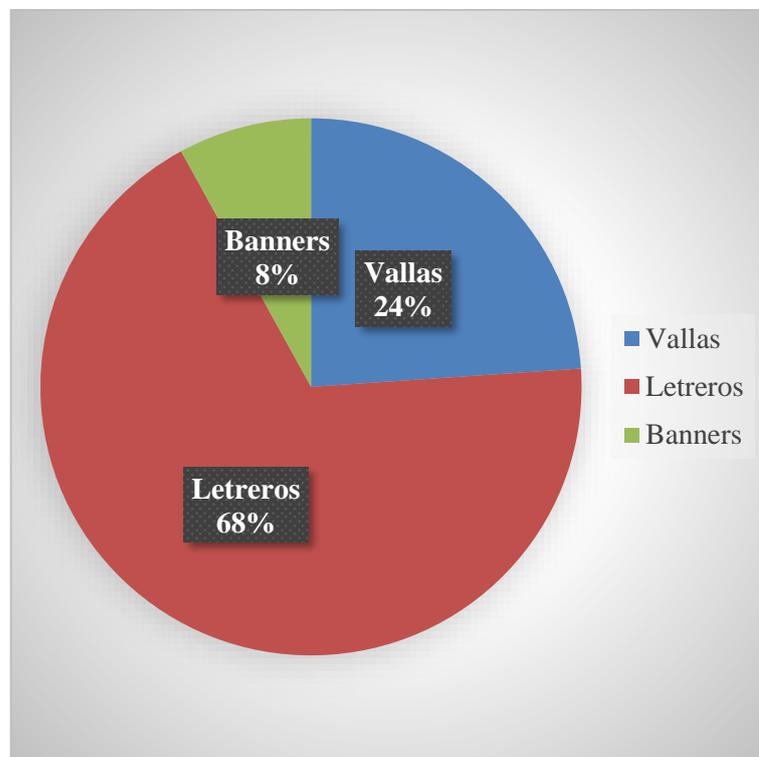


Gráfico 14-4: Propaganda estática

Realizado por: Guamán, E. 2022

El 68% de las personas encuestadas prefieren informarse por medio de letreros, el 24% por medio de vallas y el 8% por medio de banners, mediante esta información nos permite conocer que, por medio de la propaganda estática, los letreros es el medio ideal para la difusión.

- Forma de pago

Tabla 18-4: Forma de pago

Formas de pago	Fa	Fa(a)	Fr	fr(a)
Efectivo	363	363	87,9	87,9
Tarjetas	37	400	9,0	96,9
Cheques	13	413	3,1	100

Realizado por: Guamán, E. 2022

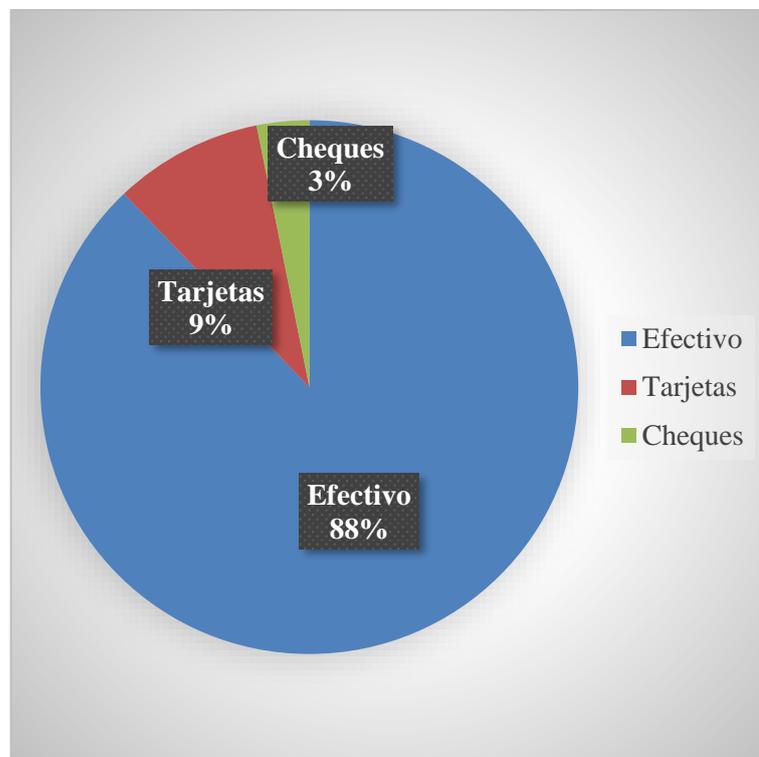


Gráfico 15-4: Forma de pago

Realizado por: Guamán, E. 2022

El 88% de las personas encuestadas prefieren realizar el pago en forma efectiva al momento de hacer turismo, el 9% por medio de tarjetas y el 3% por medio de cheques, esto nos permite conocer cuál es la forma de pago ideal por los servicios a ofertar en el centro de medicina andina y alternativa.

- Demanda actual
 - Demanda actual por clientes

Para este análisis se tomó el nivel de aceptación para la implementación del centro de medicina andina y alternativa con un resultado del 83,3% de aceptación de acuerdo al gráfico 4-1. A partir de eso se obtuvo los siguientes valores:

Tabla 19-4: Demanda actual de clientes

Universo de estudio	Aceptación	Demanda actual
204.002	83,3%	169.934

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Demanda actual para productos

Tabla 20-4: Demanda actual para productos

Producto	Universo de estudio	Aceptación	Demanda actual
A	169.934	41%	69.673
B	169.934	59%	100.261

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Demanda futura
 - Demanda futura para clientes

La demanda futura de clientes se calculó de acuerdo a la demanda actual, aplicando la fórmula del incremento compuesto.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

C_n= el año a proyectar

C_0 =el número personas económicamente activa con empleo de las ciudades de Riobamba Ambato de la demanda actual que es 169.934.

i = índice de incremento poblacional de las dos ciudades es del 2%.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el crecimiento promedio anual de la ciudad de Ambato es del 2,0% y el crecimiento promedio anual de la ciudad de Riobamba es del 1.5%. para el incremento de las dos ciudades se sacó un promedio de ambas el cuál es el 2%.

Tabla 21-4: Demanda futura para clientes

Año		Demanda potencial
0	2022	169.934
1	2023	173.333
2	2024	176.799
3	2025	180.335
4	2026	183.942
5	2027	187.621

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Demanda futura del producto

Tabla 22-4: Demanda futura del producto

Año	Demanda potencial	Productos		
		A	B	
0	2022	169.934	69.673	100.261
1	2023	173.333	71.066	102.266
2	2024	176.799	72.488	104.312
3	2025	180.335	73.937	106.398
4	2026	183.942	75.416	108.526
5	2027	187.621	76.925	110.696

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.2.2. Análisis de la competencia

- Competencia actual

Tabla 23-4: Competencia actual

Nombre	Ubicación	Clientes	Productos	
			A	B
Aguas termales EL Salado	Baños	8.739		8.739
Termas de La Virgen	Baños	13.200	13.200	
Total		21.939	13.200	8.739
			40	60%

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Competencia futura
 - Competencia futura para clientes

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

C_n= el año a proyectar

C_o=el número de productos

i= índice de incremento es el 3,7%

Según MINTUR el crecimiento promedio anual de servicios turísticos es el 5 % para la ciudad de Ambato y el 2,3% para la ciudad de Riobamba (MINTUR, 2019).

Tabla 24-4: Competencia futura para clientes.

Año	Clientes
2022	21.939
2023	22.751
2024	23.593
2025	24.465

	Año	Clientes
	2026	25.371
	2027	26.309

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Competencia futura para productos

Tabla 25-4: Competencia futura para productos

Año	Clientes	Productos	
		A	B
2022	21.939	8.776	13.163
2023	22.751	9.100	13.650
2024	23.593	9.437	14.156
2025	24.465	9.786	14.679
2026	25.371	10.148	15.222
2027	26.309	10.524	15.786

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.2.3. Confrontación de la demanda

- Demanda insatisfecha proyectada
- Demanda insatisfecha clientes

Tabla 26-4: Demanda insatisfecha clientes

Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha
0	169.934	21.939	147.995
1	173.333	22.751	150.582
2	176.799	23.593	153.207
3	180.335	24.465	155.870

4	183.942	25.371	158.571
5	187.621	26.309	161.311

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Demanda insatisfecha producto A

Tabla 27-4: Demanda insatisfecha producto A

Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha
0	69.673	8.776	60.897
1	71.066	9.100	61.966
2	72.488	9.437	63.051
3	73.937	9.786	64.151
4	75.416	10.148	65.268
5	76.925	10.524	66.401

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Demanda Insatisfecha producto B

Tabla 28-4: Demanda insatisfecha Producto B

Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha
0	100.261	13.163	87.098
1	102.266	13.650	88.616
2	104.312	14.156	90.156
3	106.398	14.679	91.719
4	108.526	15.222	93.303
5	110.696	15.786	94.911

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.2.4. Plan mercadotécnico

- Distribución
 - Canal de distribución

El canal de distribución empleado es “Productor-Consumidor final”, debido a que así la empresa no dependerá de terceros y obtendrá más beneficios económicos.

- Medios
 - Slogan y logotipo



Figura 1-4: Slogan y logotipo

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Color
- ✓ Celeste

El color celeste presenta: La elegancia, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Asociado a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad. Inspira calma, constancia, descanso, serenidad, confianza, libertad que se va demostrar a los clientes quienes visiten este lugar (Ayala V, y otros, 2013).

- ✓ Verde

Se refiere a la naturaleza por excelencia, la armonía, la vida, la renovación, la relajación, la fertilidad y frescura además es un color asociado con la medicina natural y tradicional (Boy Sánchez, y otros, 2014).

- ✓ Negro

Representa serenidad, fortaleza, profundidad, prestigio, elegancia, tranquilidad, poder, paz y el tiempo (Robles, 2017).

- Papelería



Figura 2-4: Papelería

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Suvenir



Figura 3-4: Suvenir

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Anuncio radial

Tabla 29-4: Anuncio radial.

N°	Guion Narrativo	Sincronización		Tiempo
		Música	Efecto	
1	Tómate un tiempo, siente y vive los saberes ancestrales.	Viento	andina	7"
		Río	andina	5"

2	Ven con tu familia y amigos			
3	Diviértanse y relájense	Gotas de agua	andina	5''
4	En el centro de medicina Andina y alternativa en la comunidad Cunuk Yacu, Ambato.	Agua	andina	10''
5	Te esperamos.	-	andina	5''

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Anuncio de tv

Tabla 30-4: Anuncio de tv

N°	Guion Narrativo	Toma Motivo	Tiempo de toma	Sincronización		Efecto Visual especial	Tiempo
				Música	Efecto		
1	¿Estás cansado de tanto estrés?	Título en texto Imagen en movimiento de personas estresadas.	Plano General	Andina	Ondulación	Mosaico	5''
2		Rotulo,	Toma detalle	Andina	Cuadros	Mosaico	6''

	Ven con tu Familia y amigos	Imagen del centro.					
3	Diviértanse y relájense	Imágenes en movimiento de: Aguas termales.	Toma general Toma detalle Toma zoom	Andina	Ondulación	Collage	10"
4	Ubicación y contactos	Imagen del Lugar Contactos Dirección	Toma general	Andina	Verticales	Sepia	6"
5	Te Esperamos	Logo del centro	Toma salida libre	Andina	Ondulación salida	Natural acercamiento	5"

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.1.2.5. Presupuesto del área comercial

- Talento humano

Tabla 31-4: Talento humano

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual unificado	Gasto Anual
Representante en ventas	1	\$ 448,60	\$ 5.383,20
Total			\$ 4800,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Materiales e insumos

Tabla 32-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	P.U	Gasto anual
Papel	10 resmas	\$ 3,50	\$ 35,00
Esfero	5 cajas	\$ 5,00	\$ 25,00
Carpetas	5 unidades	\$ 1,00	\$ 5,00
Grapas	10 cajas	\$ 1,00	\$ 10,00
Tinta	4 cajas	\$ 25,00	\$ 100,00
Clips	5 cajas	\$ 0,75	\$ 3,75
Total			\$ 178,75

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos fijos

Tabla 33-4: Activos fijos

Denominación	Cantidad	P.U	Inversión
Bien Inmueble			
Terreno			\$ -
Construcción y edificación(m ²)	15 m ²	\$ 250,00	\$ 2.500,00
Equipo de computo			
Computadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00

Equipo y maquinaria			
Tv	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sistema de sonido	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Grapadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Teléfono	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Muebles y enseres			
Sillones	3	\$ 280,00	\$ 840,00
Afiches	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Rótulos	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Cuadros	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Total			\$ 4.676,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos diferidos

Tabla 34-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	P.U	Inversión
Capacitación	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Estudio Mercado	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Spot radio	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Spot TV	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Total			\$ 5.540,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Tabla 35-4: Promoción y publicidad

Denominación	Cantidad	P.U	Gasto anual
Radio	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Tv	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Internet	1	\$ 25,00	\$ 75,00
Prensa	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Total			\$ 860,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2. Definición de la viabilidad técnica productiva y ambiental

4.2.1. Estudio técnico productivo

4.2.1.1. Tamaño de mercado

- Capacidad operativa

Tabla 36-4: Capacidad Operativa u objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad Operativa 5%
2022	147.995	7.400
2023	150.582	7.529
2024	153.207	7.660
2025	155.870	7.793
2026	158.571	7.929
2027	161.311	8.066

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Consumo aparente

Tabla 37-4: Consumo aparente

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad Operativa 5%	Diario	Semanal	Mensual
2022	147.995	7.400	21	154	617
2023	150.582	7.529	21	157	627
2024	153.207	7.660	21	160	638
2025	155.870	7.793	22	162	649
2026	158.571	7.929	22	165	661
2027	161.311	8.066	22	168	672

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Flujograma de producción

El proyecto se basa en la prestación de servicio salud que cumpla un proceso y garantice la calidad en el servicio.

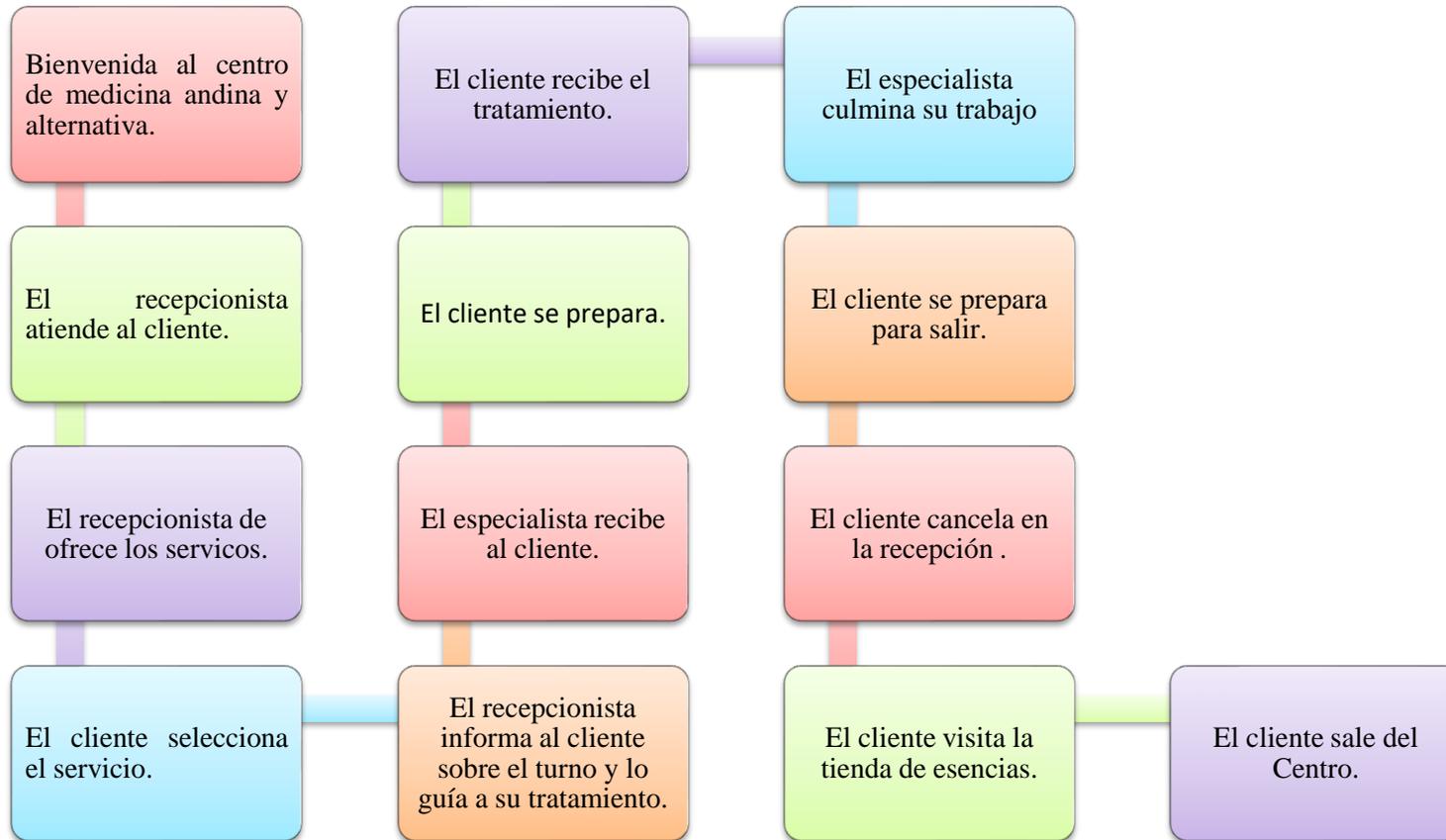


Figura 4-4: Flujograma

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.1.2. Diseño técnico

- Diseño arquitectónico

La fase de diseño arquitectónico se conforma por los distintos planos arquitectónicos, en los que se indica la distribución del centro; elaborado con el programa AutoCAD.

- Planta arquitectónica

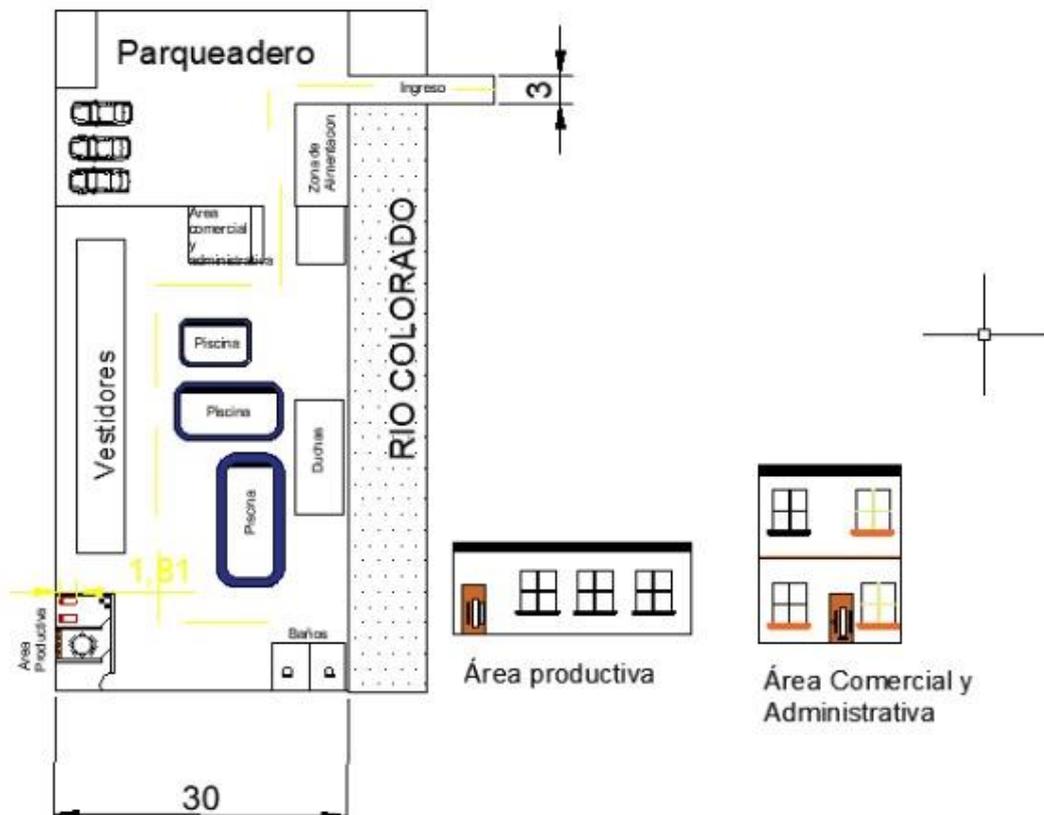


Figura 5-4: Planta arquitectónica

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Distribución y características de la construcción

Para la construcción del centro se empleará adobe y madera certificada en la mayoría de la obra civil, resaltando de esta manera elementos rústicos que complementaran el ambiente rural y natural del medio que se pretende obtener para los futuros clientes.

- Estructura a emplearse en la construcción
- ✓ Techo

El techo estará cubierto con teja a cuatro aguas, de gran resistencia y durabilidad, con colores que se adhieren con características del entorno.



Figura 6-4: Techo

Realizado por: Guamán, E. 2022

- ✓ Mampostería

Las paredes serán de adobe monolítico ya que este actúa como un aislante térmico, acumulan calor, permiten la difusión de vapor de agua contenido en el aire húmedo.



Figura 7-4: Mampostería

Realizado por: Guamán, E. 2022

✓ Puertas y ventanas

Las puertas serán de madera ya están evitan el paso del aire frío y poder mantener el calor.

Las ventanas igual serán de madera para proteger a la gente del clima frío.



Figura 8-4: Puertas y ventanas

Realizado por: Guamán, E. 2022

✓ Pisos

Los pisos serán de cerámica con revestimiento rugoso este debe ser apropiado para caminarlo descalzo, para los niños puedan jugar o gatear tranquilos. Además, la cerámica es de fácil limpieza.



Figura 9-4: Pisos

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.1.3. *Empaquetamiento del producto*

- Empaquetamiento en ciudad de Ambato

Tabla 38-4: Empaquetamiento en la ciudad de Ambato

Nombre del tour	Cunuk Yacu sano
Modalidad	Vivencial, cultural, natural y medicinal
Dificultad	Baja
Dirigido	Niños, adultos
Temporalidad	Indefinido
Número de participantes	2- 10 pax
Duración	1 día
Itinerario	
Hora	Actividad
8:45	Concentración en la parroquia Pilahuín
9:00 – 9:45	Traslado a la comunidad Cunuk Yacu y explicación de las actividades a realizar en el centro de medicina andina y alternativa
9:45 – 10:15	Entrada al centro y convivencia con las personas de la comunidad y recorrido por las instalaciones
10: 15 – 10: 30	Fotografías al volcán Chimborazo
10:30 – 11:30	Entrada a la sala de oración y meditación
11:30 – 12:00	Después a la sala de aromaterapia
12:00 – 12:30	Traslado a las piscinas de lodo
12:00 – 12:30	Luego la utilización de plantas nativas para las limpiezas
13:00 – 14: 00	Traslado a la sala de masajes
14:00 – 16:00	Traslado a las piscinas de aguas termales
16:00	Retorno a la parroquia Pilahuín
Requerimientos para la visita	
Documentos personales, terno de baño, bata de baño, sandalias	
Normas de comportamiento	
Respeto a los compañeros y a las personas de la comunidad	
No botar la basura en las instalaciones	
No destruir las instalaciones	

No cortar las plantas
Costo del paquete individual
Paquete de 1 día \$25
No incluye en el paquete
Comida

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Empaquetamiento en la ciudad de Riobamba

Tabla 39-4: Empaquetamiento en la ciudad de Riobamba

Nombre del tour	Cunuk Yacu sano
Modalidad	Vivencial, cultural, natural y medicinal
Dificultad	Baja
Dirigido	Niños, adultos
Temporalidad	Indefinido
Número de participantes	2- 10 pax
Duración	1 día
Itinerario	
Hora	Actividad
8:30	Concentración en el terminal de Riobamba
8:45 – 9:45	Traslado a la comunidad Cunuk Yacu y explicación de las actividades a realizar en el centro de medicina andina y alternativa
9:45 – 10:15	Entrada al centro y convivencia con las personas de la comunidad y recorrido por las instalaciones
10: 15 – 10: 30	Fotografías al volcán Chimborazo
10:30 – 11:30	Entrada a la sala de oración y meditación
11:30 – 12:00	Después a la sala de aromaterapia
12:00 – 12:30	Traslado a las piscinas de lodo
12:00 – 12:30	Luego la utilización de plantas nativas para las limpias
13:00 – 14: 00	Traslado a la sala de masajes
14:00 – 16:00	Traslado a las piscinas de aguas termales
16:00	Retorno a la parroquia Pilahuín
Requerimientos para la visita	

Documentos personales, terno de baño, bata de baño, sandalias
Normas de comportamiento
Respeto a los compañeros y a las personas de la comunidad No botar la basura en las instalaciones No destruir las instalaciones No cortar las plantas
Costo del paquete individual
Paquete de 1 día \$25
No incluye en el paquete
Comida

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.1.4. Presupuesto del área productiva

- Talento humano
 - Mano de obra directa

Tabla 40-4: Mano de obra directa

Denominación	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Masajista	2	\$ 448,60	\$5.383,20
Terapeuta holístico	3	\$ 448,60	\$ 16.149,60
Total			\$ 26.916,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Mano de obra indirecta

Tabla 41-4: Mano de obra indirecta

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual unificado	Costo
Asesor técnico	1	\$ 560,75	\$ 6729

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Materiales e insumos

Tabla 42-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	P. U	Costo anual
Aceites	1000	\$ 2,00	\$ 2.000,00
Esencias	1000	\$ 3,00	\$ 3.000,00
Jabones	1000	\$ 3,00	\$ 3.000,00
Rodapiés	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Toallas	100	\$ 5,00	\$ 500,00
Batas	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
Alimentación	6000	\$ 3,50	\$ 21.000,00
Transporte	6000	\$ 3,00	\$ 18.000,00
Total			\$ 49.050,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos fijos

Tabla 43-4: Activos fijos

Denominación	Cantidad	P. U.	Inversión
Bien inmueble			
Terreno	25 m ²	\$ 50,00	\$ 1.250,00
Construcción y edificación(m ²)	25 m ²	\$ 5.000,00	\$ 125.000,00
Equipo y maquinaria			
Tv	1	\$ 350,00	\$ 350,00

Sistema de sonido	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfono	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Muebles y enseres			
Sillones	2	\$ 280,00	\$ 560,00
Cama de masajes	2	\$ 300,00	\$ 600,00
sillas	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total			\$ 128.060,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos diferidos

Tabla 44-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	P. U	Inversión
Capacitación	2	\$ 300	\$ 600
Total			\$ 600

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.2. *Estudio ambiental*

Se elaboró el estudio ambiental mediante la matriz de Leopold, el análisis de los parámetros que se tomó en cuenta según los posibles impactos ambientales que pueden ocasionar el centro. Para identificar las acciones y los factores se consideró las más significativas para el proyecto.

4.2.2.1. *Determinación de acciones y factores de la matriz de Leopold*

- Determinación de acciones

Las acciones que se implementó y que causó alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

Tabla 45-4: Determinación de acciones

Acciones	
1. Modificación de régimen	Modificación del hábitad Control del río y modificación de flujo Ruido y vibraciones
2. Transformación del terreno y construcciones	Estructura de recreación
3. Renovación de recursos	Reciclaje de residuos
4. Emplazamiento y tratamiento de residuos	Eliminación de basura Generación de aguas grises.

Fuente: Dellavedova, 2016

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Determinación de factores

Los factores que se implementó y que causó alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

Tabla 46-4: Determinación de factores

Factores		
Características físicas y químicas	Tierra	Materiales de construcción Suelo
	Agua	Calidad del agua
	Atmosfera	Calidad de aire (gases y partículas)
Condiciones biológicas	Fauna	Pájaros Peces Mamíferos
	Flora	Pastos Plantas acuáticas
Factores culturales	Uso de tierra	Espacios abiertos
	Recreación	Natación Centro de relajación

	Intereses estéticos y humanos	Vistas escénicas
	Aspectos culturales	Salud y seguridad Empleo
	Facilidades y actividades humanas	Manejo de residuos

Fuente: Dellavedova, 2016

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.2.2. *Parámetros de valoración de la magnitud e importancia de la matriz*

- **Magnitud**

La magnitud fue medida con una con una escala de calificación del 1 al 10, sabiendo que 1 representa la magnitud menor y 10 la magnitud mayor, teniendo en consideración el signo + como impacto positivo y el signo – como impacto negativo ver anexo D.

- **Importancia**

La importancia fue medida con una escala de calificación del 1 al 10, sabiendo que 1 representa la importancia menor y 10 la importancia mayor teniendo en consideración el signo + como impacto positivo y el signo – como impacto negativo ver anexo E.

4.2.2.3. Evaluación de la matriz

Tabla 47-4: Evaluación de la matriz

Acciones														
Factores			Modificación del hábitad	Ruidos y vibraciones	Estructura de recreación	Reciclaje de residuos	Eliminación de basura	Generación de aguas grises	Explosiones	Capacitaciones al personal				
											Alteraciones(+)	Alteraciones(-)	Total de interacciones	Agregación de impactos
Características físicas y químicas	1. Tierra	A. Materiales de construcción	-5 / +3		-4 / +3	+4 / +1	+2 / +1				2	2	4	-21
		B. Suelo	-4 / +3			+7 / +6	+7 / +6	-5 / +3			2	2	4	57
	2. Agua	A. Calidad					+5 / +6	-5 / +3			1	1	2	15
		3. Atmosfera	A. Calidad				+4 / +2				1	0	1	8
Condiciones biológicas	1. Fauna	A. Pájaros	-5 / +3	-4 / +3	-1 / +3		+3 / +2				1	3	4	-24
		B. Peces					+3 / +3	+3 / -4			1	1	2	-3
		C. Mamíferos		-5 / +3				-3 / +2			0	2	2	-21

Factores culturales	2. Flora	A. Pastos					+4	-5			1	1	2	-13
							+3	+5						
		B. Plantas acuáticas						-6			0	1	1	-18
								+3						
	1. Uso de tierra	A. Espacios abiertos			+3					+2	2	0	2	14
					+2					+4				
		A. Natación			+4						1	0	1	24
					+6									
		B. Centro de relajación								+2	1	0	1	2
										+1				
	3. Intereses estéticos y humanos	A. Vistas escénicas	+2		+3						2	0	2	15
			+3		+3									
	4. Aspectos culturales	A. Salud y seguridad					+5		-4	+2	2	1	3	11
							+3		+2	+2				
	B. Empleo								+2	1	0	1	6	
									+3					
5. Facilidades y actividades humanas	A. Manejo de residuos				+6	+5			+6	3	0	3	51	
					+3	+3			+3					
Alteraciones(+)		1	0	3	3	9	0	0	5	21				
Alteraciones(-)		3	2	2	0	0	6	1	0		14			
Total de interacciones		4	2	5	3	9	6	1	5			35		
Agregación de impactos		-36	-27	24	64	139	-91	-8	38				+103	

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.2.2.4. *Análisis de los resultados*

Según los parámetros establecidos en la matriz de Leopold se consideró 8 acciones y 16 factores que afectarán y favorecerán durante la construcción y la operación del centro.

Se identificó 35 interacciones de las cuales 22 son positivas y 14 son negativas. Los resultados obtenidos en la matriz de los impactos ambientales las acciones que causan aspectos positivos y que acumulan puntos son: Eliminación de basura con 139 puntos, el reciclaje de residuos con 64 puntos de igual manera las capacitaciones ambientales al personal con 38 puntos.

En relación a las acciones que generan puntos negativos son: la generación de aguas grises con - 91 puntos y modificación del hábitat con - 36 puntos.

Para los resultados obtenidos en la matriz de los impactos ambientales los factores que causan aspectos positivos y que acumulan puntos son: El suelo con 57 puntos y el manejo de residuos con 51 puntos.

En relación a las acciones que generan puntos negativos son: las aves debido a la modificación del hábitat con - 24 puntos y los materiales de construcción que generan desechos con -21 puntos. Con los resultados obtenidos en la matriz los impactos positivos que se van a generar durante la construcción y operación del centro superan los impactos negativos dando esto como resultado una amenaza leve para la naturaleza y la comunidad.

4.2.2.5. Acciones para la mitigación y prevención de los impactos ambientales

Tabla 48-4: Acciones de mitigación y prevención

Actividades que impacten	Efecto	Acciones		Costo
		Mitigación	Prevención	
Generación de aguas grises	Contaminación a través de la descomposición de la basura y de aguas jabonosas	Utilizar jabones y productos naturales	Reutilización de agua	\$1.800
Construcción de la infraestructura	Contaminación por utilizar materiales de construcción ajenos al entorno		Reciclar y recoger los desechos	\$800
Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Acumulación, descomposición y quema de la basura		Sistema de reciclaje y letreros	\$1.000
Modificación del habitat	Ahuyentar a las aves	Herramientas y técnicas adecuadas para evitar la menor cantidad de ruido		\$1.500
Total				\$5.100,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.3. Estableció la viabilidad legal administrativa

4.3.1. Filosofía de la empresa

4.3.1.1. Misión

Es un centro de medicina andina y alternativa que brinda servicios de relajación y recreación con el uso de técnicas ancestrales para pobladores locales y turistas.

4.3.1.2. Visión

El centro de medicina andina y alternativa es el referente en la aplicación de prácticas alternativas que se constituye en la mejor alternativa de turismo en el Ecuador.

4.3.1.3. Valores y principios

- Amistad

La amistad según Delgado (2016) es la manifestación de afecto personal, puro y desinteresado, que crece y se fortalece con el otro. En otras palabras, no hay amistad donde no hay preocupación por el otro.

- Honestidad

Honestidad es hablar de lo que se piensa y hacer lo que se ha dicho. No hay contradicciones ni discrepancias entre los pensamientos, palabras o acciones. Esta integración proporciona claridad y ejemplo a los demás (Moreno Carvajal, 2016).

- Autenticidad

Bolívar (2018) plantea que la autenticidad es sinónimo de unicidad, es decir aboga por la diversidad, favorece la diferencia de los diversos grupos que conforman la humanidad.

- Puntualidad

La puntualidad en general, es una regla que exige de la persona ejecutar determinada acción en un tiempo determinado, ya que, aunque la acción sea realizada satisfactoriamente, desequilibra el balance de tiempo de todas las demás (Sánchez Huete y Ministro Silva, 2014).

- Responsabilidad

El autor Febres (2013) realiza el siguiente comentario La responsabilidad también tiene que ver con asumir las consecuencias de nuestras decisiones y acciones.

- Respeto

Los autores Gómez et al., (2013) al hablar de respeto se refieren a la relación armónica que se mantiene con cada uno de los miembros que integra la sociedad, esta relación armónica es posible debido a que respetar significa aceptar la diversidad de las demás personas, su cultura creencia y formas de vida.

- Tolerancia

La tolerancia es la virtud de la democracia. El respeto a los demás, la igualdad de todas las creencias y opiniones, la convicción de que nadie tiene la verdad ni la razón absolutas, son el fundamento de esa apertura y generosidad que supone el ser tolerante (Tolerancia y derechos humanos, 2014).

- Justicia

La justicia es dar a cada quien lo que le corresponde, tiene que ver con verdad, con equidad, con rectitud, con perdón y reconciliación, con retribución y con reconocimiento (Para crecer en un valor: Un Valor para valorarme, 2017).

- Amabilidad

Ser amable es ser cariñoso, afectuoso, gentil, cortés, agradable, servicial, afable, incluso gracioso y risueño, cualidades todas que son imprescindibles formar en los niños desde la más temprana edad (Han, 2013).

- Solidaridad

La solidaridad se desprende de la naturaleza misma de la persona humana, indicando que los individuos no están solos, prefieren vivir acompañados porque el hombre, social por naturaleza, no puede prescindir de sus iguales ni tampoco intentar desarrollar sus capacidades de manera independiente (El CONCEPTO DE LA SOLIDARIDAD, 2013).

4.3.1.4. Políticas

- Puntualidad en el ingreso y salida para todo el personal
- Siempre presentarse con la vestimenta y uniforme adecuado
- Utilizar siempre materiales e insumos adecuados para la prestación de servicio
- Mantener relaciones cordiales y trato amable entre el personal
- Utilizar insumos y materiales sin sobrepasar su fecha de caducidad
- No presentarse al trabajo en estado etílico
- Tratar con respeto y amabilidad a los clientes.

4.3.1.5. Estrategias

- Generar fuentes de empleo para la gente local.
- Esparcir técnicas y saberes ancestrales de la comunidad.
- Difundir el centro mediante técnicas de marketing a nivel nacional e internacional.

4.3.2. Estudio legal- administrativo

4.3.2.1. Marco constitucional

La Constitución del Ecuador donde reconoce y garantiza a las personas el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria y el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. Respetar los derechos de la naturaleza preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Se reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares,

domesticas, autónomas y mixtas. En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimará una gestión participativa, transparente, y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia, económica y social.

4.3.2.2. Ley orgánica de economía popular y solidaria. Arts. 3,4,15

La ley económica y solidaria tiene como objetivo potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.

Las personas y organizaciones amparadas por esta ley deben cumplir con la responsabilidad social y ambiental.

De igual manera las organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

4.3.2.3. Tipo de empresa a crearse según la Ley de Economía Popular y Solidaria

Tabla 49-4: Tipo de empresa a crearse según la Ley de Economía Popular y Solidaria

Tipo	Artículo	Ventajas	Desventajas
Comunitario	Art. 15,17	<p>Organización vinculada por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales</p> <p>Mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada</p>	<p>Requiere un fondo social para el cumplimiento de sus objetivos</p> <p>Aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno</p>
Asociativo	Art. 18,19,20	<p>Conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias</p> <p>Estructura Interna: La forma de gobierno y administración constarán en su estatuto social, con existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; uno de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato</p>	<p>Requerimiento de capital social: el capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico</p>

Corporativo	Art. 21,22,23,31	<p>Personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer necesidades económicas, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica</p> <p>Reembolso de haberes: los socios que hayan dejado de tener esa calidad y los herederos, tendrán derecho al reembolso de sus haberes, previa liquidación de los mismos, en la que se incluirán las aportaciones para el capital, los ahorros de cualquier naturaleza</p> <p>El gerente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la cooperativa, siendo de libre designación y remoción</p>	Objeto: El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica
Unidades Económicas Populares	Art 73,75	<p>Facilita los emprendimientos unipersonales, y domésticos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes</p> <p>Fomenta la asociación y la solidaridad</p>	

Realizado por: Guamán, E. 2022

De acuerdo al análisis legal y las ventajas y desventajas de cada una de las formas de asociación se determina la creación de una unidad económica popular como la más conveniente y apropiada para la administración y direccionamiento del presente proyecto en la comunidad.

4.3.2.4. *Ley de turismo*

Según el MINTUR (2014), en el artículo 8 menciona que para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Además, el artículo 9 dice que el registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de las 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 la categoría que corresponda.

4.3.2.5. *Requisito para la creación de la unidad económica popular*

Según el reglamento a ley orgánica economía popular y solidaria, las asociaciones EPS presentarán los siguientes documentos:

- ✚ Solicitud de constitución.
- ✚ Reserva de denominación.
- ✚ Acta constitutiva, suscrita por los miembros fundadores.
- ✚ Copia de la cédula del representante legal.
- ✚ Certificado de depósito del aporte al fondo social inicial.
- ✚ Certificado de depósito del aporte al fondo social inicial, será serán fijados por el Ministerio encargado de la inclusión económica y social.

4.3.2.6. Trámites para la creación de un Centro Turístico Comunitario y gastos (CTC)

Tabla 50-4: Tramites para un CTC

Tramite	Requisitos	Gasto total
Registro Único de Contribuyente (RUC)	<ul style="list-style-type: none"> • Original y copia de la cédula del representante legal • Original y copia de la papeleta de votación del representante legal • Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente 	\$ 00,00
Registro Ministerio de Turismo (MINTUR).	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de registro donde se indicará los servicios a prestar • Documento que demuestre el nombramiento del representante legal • Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes • Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario 	\$ 00,00
Banco Nacional de Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de apertura • Copia del RUC • Original de la cédula del representante legal • Copia de la planilla de los servicios básicos 	\$ 200,00

	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la escritura de constitución de la empresa • Copia del nombramiento que certifique la condición del representante legal • Nómina de socios o acciones 	
Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cedula de identidad • Copia del RUC • Nombramiento del representante legal • Plan de emergencia y evacuación • Copia de la patente del uso de suelo • Formulario de la solicitud de inspección • Informe de la inspección 	\$ 3,00
La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado del registro • Copia de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal • Copia del RUC • Copia de la patente de uso de suelo • Permiso de los bomberos • Lista de precios vigente de los productos a prestar 	\$ 100,00
Total		\$ 303,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.3.2.7. Organización empresarial

- Organigrama estructural

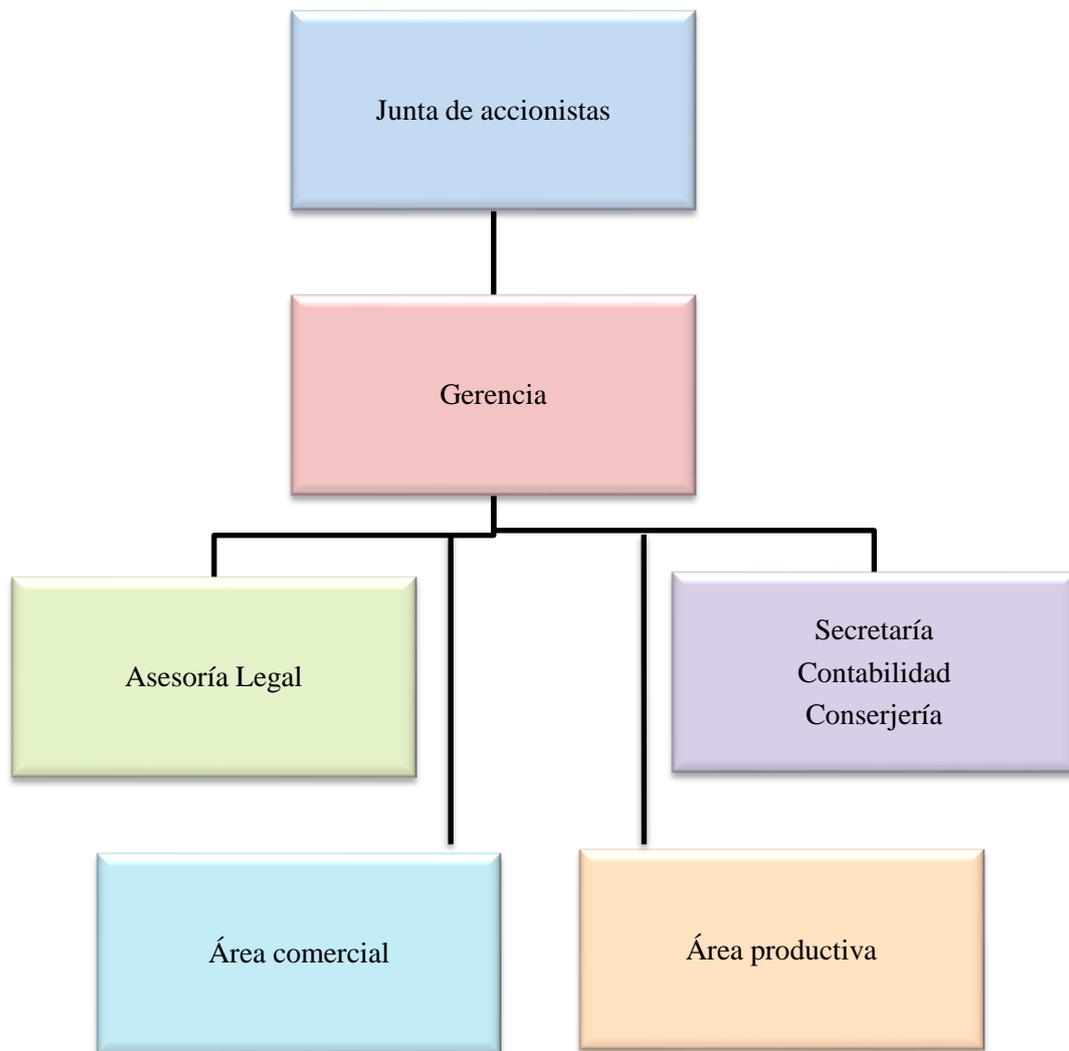


Figura 10-4: Organización estructural

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Organigrama funcional.

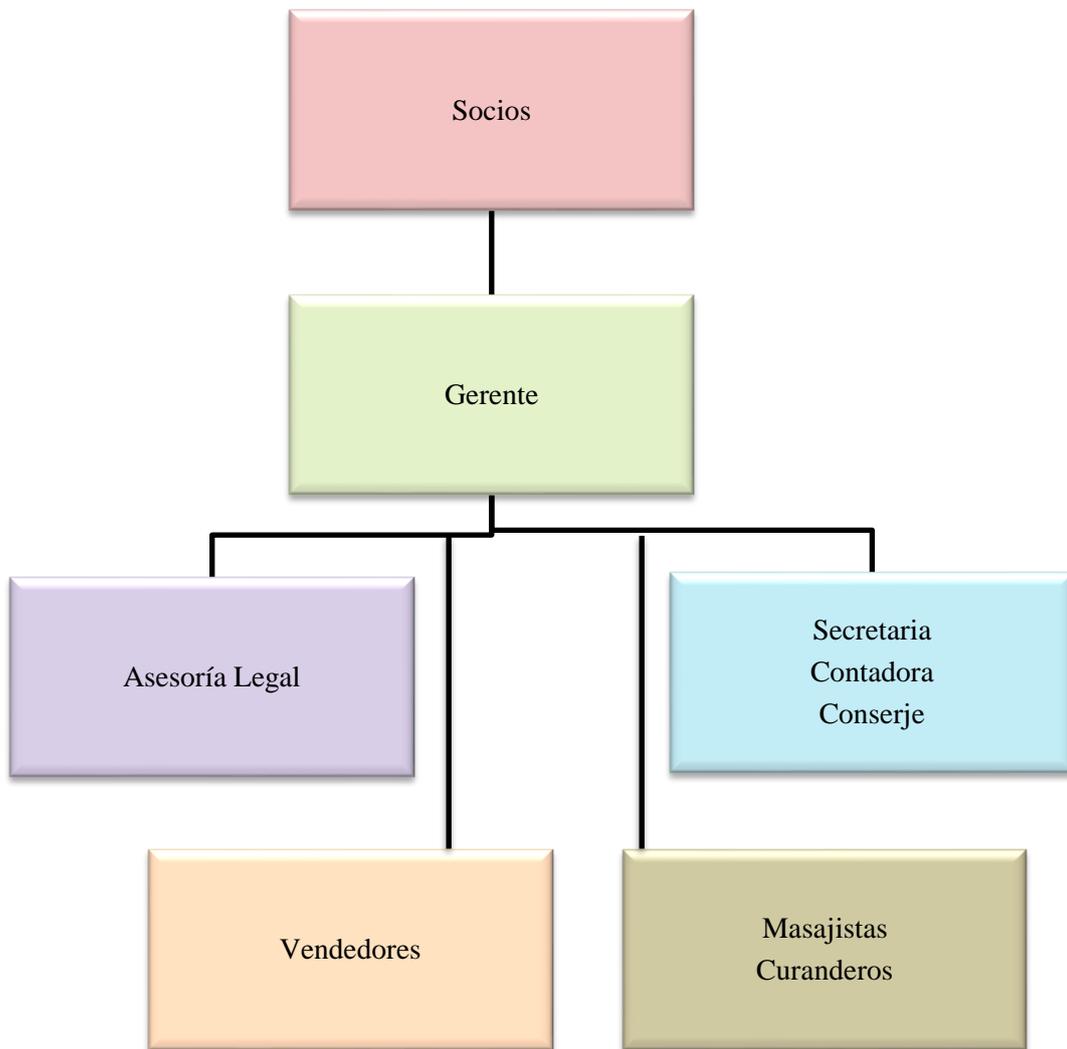


Figura 11-4 Organización funcional

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.3.2.8. *Perfil de talento humano*

- Gerente

Tabla 51-4: Manual de funciones del Gerente

Cargo:	Gerente/ Administrador
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación-Organización-Dirección-Control • Representar a la empresa en eventos • Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas • Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico • Conducir reuniones y conferencias de la empresa
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia • Título de tercer nivel • Manejo adecuado de sistemas tecnológicos • Dominio del idioma inglés • Habilidad para relacionarse

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Secretaria/ Contadora

Tabla 52-4: Manual de funciones de secretaria/ contadora

Cargo:	Secretaria/ Contadora
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación-Documentos-Organización • Documentar: actualización constante de la documentación de la empresa • Manejar: La agenda del gerente, documentación • Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización. • Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones • Controlar: los registros contables mediante un software que facilitara la revisión y control de datos

	<ul style="list-style-type: none"> ● Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios)
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ● Un año de experiencia ● Título de tercer nivel ● Manejo adecuado de sistemas tecnológicos ● Dominio del idioma inglés ● Habilidad para relacionarse

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Conserje

Tabla 53-4: Manual de funciones del conserje

Cargo:	Conserje
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> ● Limpieza ● Reparaciones: realizar las reparaciones de los artefactos utilizados en la empresa ● Seguridad y protección: se responsabiliza de cerrar las puertas del establecimiento ● Labores de mensajería local
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Contar con buena salud y estado físico. ● Manejo básico del computador para operar las cámaras de seguridad ● Entre 25 y 45 años de edad

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Asesor Legal

Tabla 54-4: Manual de funciones del asesor legal

Cargo:	Asesor legal
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Resolver los problemas legales relacionados con la empresa, contratos, convenios y normas legales • Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales • Negociar y redactar contratos • Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia • Título de abogado • Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional • Conocimientos en computación

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Masajista

Tabla 55-4: Manual de funciones de la masajista

Cargo:	Masajista
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar la privacidad del cliente al proporcionarle una bata o cobertor para que pueda cambiarse antes de que comience el masaje • El profesional deberá comunicarse con el cliente de forma que no utilice demasiada presión y para que trabaje en áreas específicas del cuerpo indicadas • Colaborar con los clientes sobre el estrés y el dolor para crear un plan de tratamiento • Asesorar a los clientes sobre las técnicas adecuadas de ejercicio, estiramiento y relajación • Asistir a reuniones y conferencias de la empresa

Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Un año de experiencia ● Título de masajista ● Actitud amable, eficiente y respetuoso
-------------	--

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Terapeuta

Tabla 56-4: Manual de funciones de la terapeuta holística

Cargo:	Terapeuta
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar estados de ánimo de los clientes ● Equilibrar la energía del organismo ● Disminuir dolores ● Saber las técnicas y procesos naturales que ayudaran y estimularan la auto curación ● Asistir a reuniones y conferencias de la empresa
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Un año de experiencia. ● Título de masajista. ● Actitud amable, eficiente y respetuoso.

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Asesor técnico

Tabla 57-4: Manual de funciones del asesor técnico

Cargo	Asesor técnico
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> ● Planificar, en coordinación con el Auditor Interno, las actividades a ser realizadas por la Auditoría Interna, de acuerdo a los objetivos, políticas establecidas y a los recursos (humanos, materiales y tecnológicos) disponibles y realizar toda actividad delegada por la superioridad ● Disponer la ejecución de las tareas en materia de su competencia, de modo a obtener la realización efectiva de las mismas, y la permanente optimización y retroalimentación del rendimiento laboral ● Planificar, evaluar y consolidar el análisis de riesgos presentado por cada departamento, así como otros requerimientos necesarios, para la elaboración de los programas, planes y cronogramas anuales

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia general mínima de 2 años en instituciones públicas • Título de tercer nivel en Auditoría, Administrador Público, entre otras carreras afines al área de Auditoría
------------	--

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.3.2.9. Presupuesto del área administrativa

- Talento humano

Tabla 58-4: Talento humano

Denominación	Cantidad	Gasto mes	Gasto anual
Gerente/a	\$ 560,75	\$ 6.729,00	\$ 560,75
Asesor Legal	\$ 448,60	\$ 448,60	\$ 448,60
Secretario/a	\$ 448,60	\$ 5.383,20	\$ 448,60
Conserje	\$ 448,60	\$ 5.383,20	\$ 448,60
Total			\$ 17.944,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Materiales e insumos

Tabla 59-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	P.U	Gasto Anual
Papel bond	15 resmas	\$ 3,50	\$ 2,50
Esferos	2 cajas	\$ 5,00	\$ 10,00
Lápices	2 cajas	\$ 4,00	\$ 8,00
Marcadores	1 caja	\$ 6,00	\$ 6,00
Carpetas	30 unidades	\$ 1,00	\$ 30,00
Carpeta archivador	6 unidades	\$ 4,00	\$ 24,00
Borradores	2 cajas	\$ 4,00	\$ 8,00

Denominación	Cantidad	P.U	Gasto Anual
Clips	5 cajas	\$ 0,75	\$ 3,75
Flash memory	2	\$ 5,00	\$ 500,00
Grapas	1 caja	\$ 1,00	\$ 1,00
Desinfectante	10 galones	\$ 5,00	\$ 50,00
Total			\$ 693,25

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos fijos

Tabla 60-4: Activos fijos

Denominación	Cantidad	Costo Unitario	Inversión
Bien Inmueble			
Terreno	15 m ²	\$ -	
Construcción y edificación(m ²)	15 m ²	\$ 500,00	\$ 7.500,00
Muebles y enseres			
Escritorio	2	\$ 230,00	\$ 460,00
Archivador	2	\$ 165,00	\$ 330,00
Mesa	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Sillas	15	\$ 5,00	\$ 75,00
Alfombras	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Equipo y maquinaria			
Teléfono fijo	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Perforadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Engrapadora	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Aspiradora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Escoba	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Equipo de computo			
Computadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total			\$ 9.450,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

- Activos diferidos

Tabla 61-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	P. U	Inversión
Capacitación	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Proceso de selección	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Servicios básicos	1	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 2.250,00

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4. Determinación la viabilidad económica financiera

4.4.1. Estudio económico

4.4.1.1. Inversiones

Tabla 62-4: Inversiones

Denominación	Inversión
Activos fijos	\$197.026,00
Terreno	\$50.000,00
Construcción y edificación	\$136.250,00
Equipo de computo	\$1.200,00
Equipo y maquinaria	\$1.202,00
Muebles y enseres	\$3.274,00
Inversiones de mitigación y prevención	\$5.100,00
Activos diferidos	\$20.372,05
Capacitación	\$1.900,00
Estudio Mercado	\$4.500,00
Promoción y publicidad	\$540,00
Intereses en el año cero	\$12.879,05

Denominación	Inversión
Gasto de constitución	\$303,00
Proceso de selección	\$250,00
Capital de trabajo 3 meses	\$25.781,49
Mano de obra directa	\$6.729,00
Mano de obra indirecta	\$140,19
Sueldos y salarios	\$5.831,80
Servicios básicos	\$300,00
Materiales e insumos	\$12.480,50
Contingencia	\$300,00
Total	\$243.179,54

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.2. Usos y fuentes

Tabla 63-4: Usos y fuentes

Denominación	Inversión	Inversión propia	Inversión financiera
Activos fijos	\$197.026,00		
Terreno	\$50.000,00	\$50.000,00	
Construcción y edificación	\$136.250,00	\$35.000,00	\$101.250,00
Equipo de computo	\$1.200,00	\$600,00	\$600,00
Equipo y maquinaria	\$1.202,00		\$1.202,00
Muebles y enseres	\$3.274,00		\$3.274,00
Inversiones de mitigación	\$5.100,00		\$5.100,00
Activos diferidos	\$20.372,05		
Capacitación	\$1.900,00	\$1.900,00	
Estudio Mercado	\$4.500,00	\$4.500,00	
Promoción y publicidad	\$540,00	\$540,00	
Intereses en el año cero	\$12.879,05	\$12.879,05	
Gasto de constitución	\$303,00	\$303,00	
Proceso de selección	\$250,00	\$250,00	

Capital de trabajo 3 meses	\$25.781,49		
Mano de obra directa	\$6.729,00		\$6.729,00
Mano de obra indirecta	\$140,19		\$140,19
Sueldos y salarios	\$5.831,80		\$5.831,80
Servicios básicos	\$300,00		\$300,00
Materiales e insumos	\$12.480,50	\$5.250,00	\$7.230,50
Contingencia	\$300,00		\$300,00
Total	\$243.179,54	\$111.222,05	\$131.957,49

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.3. Cálculo de la deuda

Tabla 64-4: Calculo de la deuda

Año	Préstamo o capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2022	\$131.957,49				
2023	\$105.565,99	\$26.391,50	\$105.565,99	\$12.879,05	\$39.270,55
2024	\$79.174,49	\$26.391,50	\$79.174,49	\$10.303,24	\$36.694,74
2025	\$52.783,00	\$26.391,50	\$52.783,00	\$7.727,43	\$34.118,93
2026	\$26.391,50	\$26.391,50	\$26.391,50	\$5.151,62	\$31.543,12
2027	\$0,00	\$26.391,50	\$0,00	\$2.575,81	\$28.967,31
Total		\$131.957,49		\$38.637,15	\$170.594,64

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.4. Depreciación

Tabla 65-4: Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto	Valor del salvamento
Construcción y edificación	\$136.250,00	\$20,00	\$6.812,50	\$34.062,50	\$102.187,50
Equipo de computo	\$1.200,00	\$3,00	\$400,00	\$2.000,00	\$0,00
Equipo y maquinaria	\$1.202,00	\$10,00	\$120,20	\$601,00	\$601,00
Muebles y enseres	\$3.274,00	\$10,00	\$327,40	\$1.637,00	\$1.637,00
Inversiones de mitigación	\$5.100,00	\$1,00	\$5.100,00	\$25.500,00	\$0,00
Total	\$147.026,00		\$12.760,10	\$63.800,50	\$104.425,50

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.5. Amortización

Tabla 66-4: Amortización de activos diferidos

2022	2023	2024	2025	2026	2027
\$20.372,05	\$4.074,41	\$4.074,41	\$4.074,41	\$4.074,41	\$4.074,41

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.6. Estructura de costos y gastos

Tabla 67-4: Estructura de costos y gastos

Denominación	Años				
	2023	2024	2025	2026	2027
Costos de producción	\$78.057,29	\$79.618,43	\$81.210,80	\$82.835,02	\$84.491,72
Mano de obra directa	\$27.454,32	\$28.003,41	\$28.563,47	\$29.134,74	\$29.717,44
Mano de obra indirecta	\$571,97	\$583,40	\$595,07	\$606,97	\$619,11
Materiales e insumos	\$50.031,00	\$51.031,62	\$52.052,25	\$53.093,30	\$54.155,16
Gastos administrativos	\$38.976,34	\$39.500,67	\$40.053,99	\$40.580,99	\$41.137,41
Sueldos y salarios	\$23.793,74	\$24.269,62	\$24.755,01	\$25.250,11	\$25.755,11
Materiales e insumos	\$889,44	\$907,23	\$943,88	\$943,88	\$962,76
Servicio básicos	\$1.224,00	\$1.248,48	\$1.273,45	\$1.298,92	\$1.324,90
Permisos de funcionamiento	\$309,06	\$315,24	\$321,55	\$327,98	\$334,54
Depreciación	\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10
Gastos de ventas	\$877,20	\$894,74	\$912,64	\$930,89	\$949,51
Promoción y publicidad durante el funcionamiento	\$877,20	\$894,74	\$912,64	\$930,89	\$949,51
Gastos financieros	\$10.303,24	\$7.727,43	\$5.151,62	\$2.575,81	\$0,00
Interés	\$10.303,24	\$7.727,43	\$5.151,62	\$2.575,81	\$0,00
Total	\$128.214,07	\$127.741,27	\$127.329,05	\$126.922,70	\$126.578,63

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.7. *Punto de equilibrio*

Tabla 68-4: Punto de equilibrio

Rubro	
Costos fijos totales	\$357.863,95
Costos variables totales	\$278.921,78
Unidades a producir	38977
Precio de mercado	30
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	15665,588
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	\$357.866,57
PE = Precio de equilibrio	\$16,34
MG = Margen de ganancia	13,663
U = Porcentaje de producción	51%

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.8. *Presupuesto de ingresos*

Tabla 69-4: Ingresos

Denominación	Años					Total
	2023	2024	2025	2026	2027	
Clientes	7529	7660	7793	7929	8066	
Precio	25	25	25	25	25	
Total	188227	191509	194837	198214	201639	974427

Realizado por: Guamán, E. 2022

El presupuesto de ingresos se realizó considerando el precio de equilibrio adicionándole un margen de ganancia, es decir para el presente proyecto el precio de equilibrio fue de \$16,34 y el precio de venta al público de \$25, se puede observar que el precio de venta al público que establecemos es menor al precio de mercado de \$30 por lo que resulta competitivo.

4.4.1.9. Balance de pérdidas y ganancias

Tabla 70-4: Balance de pérdidas y ganancias

Denominación	Años				
	2023	2024	2025	2026	2027
(+)Ventas	\$188.227,42	\$191.508,52	\$194.837,35	\$198.214,20	\$201.639,36
(-)Costos de producción	\$78.057,29	\$79.618,43	\$81.210,80	\$82.835,02	\$84.491,72
Utilidad bruta	\$110.170,14	\$111.890,09	\$113.626,55	\$115.379,19	\$117.147,64
(-)Gastos administrativos	\$38.976,34	\$39.500,67	\$40.053,99	\$40.580,99	\$41.137,41
(-)Gastos en ventas	\$877,20	\$894,74	\$912,64	\$930,89	\$949,51
Utilidad operativa	\$70.316,59	\$71.494,67	\$72.659,92	\$73.867,31	\$75.060,73
(-)Gastos financieros	\$10.303,24	\$7.727,43	\$5.151,62	\$2.575,81	\$0,00
Utilidad antes de repartición de utilidades y pago de impuestos	\$60.013,35	\$63.767,24	\$67.508,30	\$71.291,50	\$75.060,73
(-) el 15% de repartición de utilidades	\$9.002,00	\$9.565,09	\$10.126,24	\$10.693,72	\$11.259,11
Utilidades antes del pago de impuestos	\$51.011,35	\$54.202,16	\$57.382,05	\$60.597,77	\$63.801,62
(-)el 25% de impuestos	\$12.752,84	\$13.550,54	\$14.345,51	\$15.149,44	\$15.950,40
Utilidad neta	\$38.258,51	\$40.651,62	\$43.036,54	\$45.448,33	\$47.851,21

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.1.10. Flujo de caja

Tabla 71-4: Flujo de caja

Denominación	Años					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Inversiones	\$243.179,54					
Capital de trabajo						\$25.781,49
Valor de salvamento						\$104.425,50
Depreciaciones		\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10	\$12.760,10
Utilidad neta		\$38.258,51	\$40.651,62	\$43.036,54	\$45.448,33	\$47.851,21
Flujo de caja	-\$243.179,54	\$51.018,61	\$53.411,72	\$55.796,64	\$58.208,43	\$190.818,30

Realizado por: Guamán, E. 2022

4.4.2. Estudio financiero

4.4.2.1. Relación Beneficio -Costo (RB/C)

Tabla 72-4: Relación beneficio costo

RB/C	\$ 1,23
-------------	---------

Realizado por: Guamán, E. 2022

La relación beneficio costo es de \$1,23 ctv., es decir por cada dólar invertido se recuperará el dólar y se gana \$0,23 ctv. adicionales.

4.4.2.2. Valor Actual Neto (VAN).

Tabla 73-4: Valor actual neto

VAN	\$90.271,98
------------	-------------

Realizado por: Guamán, E. 2022

El valor actual neto es de \$90.271,98 positivo, cantidad que se podría ganar al ejecutarse el proyecto.

4.4.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 74-4: Tasa Interna de Retorno

TIR	16%
------------	-----

Realizado por: Guamán, E. 2022

La tasa interna de retorno es del 16%, siendo mayor al 5,8% de interés ofrecida en las entidades bancarias como costo de oportunidad del dinero.

4.4.2.4. *Periodo de recuperación de capital (PRC)*

Tabla 75-4: Periodo de recuperación

Denominación	Años					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de caja	-\$243.179,54	\$51.018,61	\$53.411,72	\$55.796,64	\$58.208,43	\$190.818,30
	\$1,00	\$0,95	\$0,89	\$0,84	\$0,80	\$0,75
Flujo de caja actualizada	-\$243.179,54	\$48.221,75	\$47.716,13	\$47.114,12	\$46.456,15	\$143.943,38
PRI		\$48.221,75	\$95.937,88	\$143.052,00	\$189.508,14	\$333.451,52

Realizado por: Guamán, E. 2022

El periodo de recuperación del capital se dará entre el cuarto y quinto año de funcionamiento, periodo adecuado dentro de los límites del tiempo proyectado.

CONCLUSIONES

- La demanda insatisfecha para año el 2022 es de 147.995 y para el año 2027 sería de 161.311 por lo tanto el proyecto es viable comercialmente.
- La capacidad operativa del proyecto es del 5%, que representa 147.995 turistas frente a la demanda insatisfecha, lo que implica que el proyecto tiene posibilidades de crecimiento por lo tanto es viable.
- La propuesta de organización legal y administrativa para la comunidad es viable legalmente pues de acuerdo al marco ecuatoriano se puede constituir en Unidad Económica Popular.
- Calculando el van a una tasa de oportunidad del 5,8% dada por el banco central el proyecto reporta un valor actual neto de 90.271,98 dólares siendo positivo el proyecto es viable financieramente.
- La tasa interna de retorno que reporta el proyecto es del 16 % mayor al costo de oportunidad del dinero que por ahorros es del 5,8% consecuentemente el proyecto es viable.
- La tasa que se tomó en cuenta para el cálculo del VAN en RBC es la tasa pasiva más alta que una entidad financiera ofrecerle a inversionista por ahorros u otro producto financiero, permite medir si el proyecto que se está diseñando va a ser rentable en función a la tasa.
- La relación beneficio costo es mayor a 1 consiguientemente es viable y además significa que por cada dólar invertido en el proyecto se recupera el dólar y se gana 0,23.
- Los \$243.179,54de inversión se recupera entre el año 4 y 5 del proyecto, en virtud que se encuentra entre los 5 años proyectados, resulta viable el proyecto.
- El proyecto es viable comercial, técnica, ambiental, legal, administrativa, financieramente, por lo tanto, es factible.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el proyecto de acuerdo a la planificación presupuestaria de las áreas comercial, productiva, administrativa y considerando todos los estudios realizados en la presente propuesta.
- Capacitar al personal que serán responsables de dirigir y operar en el centro.
- Aplicar las medidas de mitigación y prevención para los impactos ambientales correspondientes en el proyecto.
- Lograr el financiamiento para la ejecución del proyecto.

GLOSARIO

ADOBE: Es una masa de barro y paja, moldeada en forma de ladrillo y secada al sol, utilizada en la construcción.

AUTOCAD: Es un programa multifacético que permite desarrollar proyectos de índole arquitectónico, industrial, mecánicos, de diseño gráfico y de ingeniería.

MEDICINA ALTERNATIVA: Se refiere a tratamientos con bajo o sin riesgo que son utilizados en lugar de tratamientos convencionales. Estas incluyen acupuntura, quiropráctica, medicina herbaria, masaje, ondas magnéticas, hipnosis, biorretroalimentación, meditación, yoga y tai chi.

MEDICINA ANDINA: Es la suma total de conocimientos, habilidades y prácticas basadas en las teorías, creencias y experiencias indígenas de distintas culturas, ya sean explicables o no, utilizados en el mantenimiento de la salud, así como en la prevención, el diagnóstico, la mejora o tratamiento de las enfermedades físicas y mentales.

MITIGACIÓN: Es el conjunto de medidas que se pueden tomar para contrarrestar o minimizar los impactos ambientales negativos que pudieran tener algunas intervenciones antrópicas.

MPS: Ministerio de Salud Pública.

OMS: Organización Mundial de la Salud.

UNWTO: World Tourism Organization.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Simón. *Diccionario de economía*. 2006, p. 215. [Consulta: 10-03-2022].

ANANGONÓ, Rolando. Determinación de la factibilidad para la implementación de un centro ecoturístico recreacional en la hacienda San Nicolás, parroquia Licto, provincia de Chimborazo [En línea] (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba, 2014. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/3290/1/23T0381.pdf>

América economía. *Industria del turismo en América Latina: retos y tendencias* [blog] 2015. [Consulta: 17-02-2022] Disponible en: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/industria-del-turismo-en-america-latina-retos-y-tendencias>.

Asociación médica mundial. *Declaración sobre el turismo de salud* [blog] 2018. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <https://www.wma.net/es/policies-post/declaracion-sobre-el-turismo-de-salud/>.

ARIAS, Francisco; et al. *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global* [En línea]. Universidad de Magdalena, 2012. pp 74-75 [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: file:///C:/Users/INTEL_PRO_2020/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeSalud-5114831.pdf

BADII, M, et al. *Nociones introductorias de muestreo estadístico. International Journal of Good Conscience*. México, 2011. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <http://www.spentamexico.org/v6-n1/89a105.pdf>

BLANCO, Adolfo. *Formulación y evaluación de proyectos* [En línea]. Séptima edición. Caracas, 2008. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: https://kupdf.net/download/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-adolfo-blanco_5c13cc90e2b6f57d2b31b8b3_pdf

BLANK, Leland, & TARQUIN, Anthony. *Ingeniería económica*. México, 2017. [Consulta: 02-04-2022].

BENGOECHEA, Bruno. *El Diccionario de Marketing, De Cultural* p. 237. [Consulta: 10-03-2022].

CEVALLOS, Evelyn. *Estudio legal* [En línea] 2011. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en:

<https://es.slideshare.net/opoyc/estudio-legal>.

CONEJO, Myriam. *Dirección Nacional de Interculturalidad, Derecho y Participación Social en Salud* [blog] 2019. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : <https://www.salud.gob.ec/direccion-nacional-de-interculturalidad-derecho-y-participacion-social-en-salud/>.

Constitución de la República del Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador* [En línea]. Ecuador, 2008. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/CONSTITUCI%C3%93N_449_20-10-2008.pdf?fbclid=IwAR2u-6QKLQgZFDZC5HiY3IpIo6DtDKdnCcNtyLFsC-BjGaCrAZqh58LzoEE.

Ecofinanzas. *Formulario económico financiero- valor actual neto* [En línea] 2015. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <https://www.areadepymes.com/?tit=valor-actual-neto-van-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bcdb>.

Edufinet. *¿Para qué sirve la TIR?* [En línea]. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <https://www.edufinet.com/inicio/calculos-financieros/rentabilidad/para-que-sirve-la-tir>.

El Comercio. *El 37% de los latinos utiliza medicinas alternativas* [blog] 2016. Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/tendencias/estadisticos-latinos-medicinaalternativa-automedicacion-ecuador.html>.

ERAZO, Jhonnathan. Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua [En línea] (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba, 2018. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8398/1/23T0655.pdf>.

Gobierno Autónomo Descentralizado parroquia de Pilahuín. *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2015-2020* [En línea] Ecuador, 2015. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1865019420001_PDOT_Pilahuin%20_14-10-2015_20-34-56.pdf.

Infobae. *El turismo en América Latina está en alza* [blog] 2019. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : <https://www.infobae.com/2016/03/03/1793621-el-turismo-america-latina-esta-alza/>.

International Institute for Sustainable Development. *Matriz de Leopold* [En línea] 2016.

[Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <https://www.iisd.org/learning/eia/es/wp-content/uploads/2016/06/ES-Leopold-Matrix.pdf>.

Instituto Nacional de Contadores Públicos. *Relación Beneficio/Costo, ¿por qué es importante tenerla en cuenta para la planeación de un proyecto?* [blog]2019. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en : <https://www.incp.org.co/relacion-beneficiocosto-por-que-es-importante-tenerla-en-cuenta-para-la-planeacion-de-un-proyecto/>.

JARAMILLO, María. 2014. Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda el Sinche en la parroquia Guanuji, del cantón Guranda, provincia de Bolívar [En línea] (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba, 2014. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3671/1/23T0426%20.pdf>

FISCHER, Laura, & ESPEJO, Jorge. Mercadotecnia. [En línea].Cuarta edición. México, 2011. [Consulta: 10-03-2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/41601891/MERCADOTECNIA_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo

GUERRERO GÓNZALES, Perla Elizabeth, & RAMOS MENDOZA, José Roberto. *Introducción al turismo* [En línea]. Primera Edición. México, 2014. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&#v=onepage&q&f=false>.

KOTLER, Philip et al. *Marketing*. Décima edición, 2004. p. 7. [Consulta: 10-03-2022].

Ministerio de energía y minas. *Estudios de impacto ambiental a empresas* [En línea]. Ecuador 2008. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>.

Ministerio de industrias, energía y turismo. *Turismo* [En línea]. [Consulta: 10-03-2022]. Disponible en: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>.

Ministerio de Salud. *Ley Orgánica de Salud* [En línea]. Ecuador, 2015. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf?fbclid=IwAR12IcbAg6H4D52pJ3RlBqh6vi8SRSVOFflkFVB8kkyXaYHaPmU0NoFOWrw>.

Ministerio de Turismo. *Rendición de cuentas 2020* [En línea]. Ecuador, 2020. p.13. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>

Ministerio de Turismo. *Rendición de cuentas 2016* [En línea]. Quito, 2016. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf

MINTUR. *Ecuador promociona el turismo de bienestar y salud en “Termatalia 2018”* [blog] 2018. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-promociona-el-turismo-de-bienestar-y-salud-en-termatalia-2018/>.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. *Gestión de proyectos* [En línea]. Cuarta Edición. Colombia 2005. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: http://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/m7r2W5_Gestion%20de%20Proyectos%20good.pdf

MOLINA, Alonso. *Fundamentos financieros: el valor actual neto* [En línea] 2017. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>.

MUÑOZ, Eduardo. *Formulación y evaluación de proyectos productivos para negocios turísticos.* Riobamba, 2017. [Consulta: 20-03-2022].

OBS Businnes School. *Elementos claves en el estudio económico de un proyecto* [En línea] 2015. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: https://docit.tips/download/elementos-claves-en-el-estudio-econamico-de-un-proyecto_pdf.

Ochoa, Carlos. *Muestreo estratificado* [En línea] 2019. [Consulta: 02-04-2022]. Disponible en: <https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-estratificado/>.

OLIVARES ROLAS, Juan Carlos. *Unidad III Estudio de Factibilidad* [En línea]. México, 2019. pp. 12-13. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: http://dsc.itmorelia.edu.mx/~jcolivares/courses/dp07b/dp_u3.pdf.

Organización Mundial de la Salud OMS. *Documentos básicos*[En línea]. Italia, 2014. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf?ua=1#page=7>.

Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas. *Turismo* [En línea] 2003. [Consultado el: 05-03-2022]. Disponible en: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83notes.pdf>

Organización Mundial del Turismo [OTM]. *Conceptos Fundamentales del Turismo* [En línea] 2007. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.2.pdf>

OMT. *¿Por qué el Turismo?* [blog] 2017. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.

PEREIRA, Ivan. *La matriz de Leopold EIA* [En línea] 2011. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/ivanpereira/la-matriz-de-leopold-en-eia/>.

RIVAS, Humberto. *Los impactos ambientales en áreas turísticas rurales* [En línea]. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en : <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art04.pdf>

RODRIGUEZ, Arturo. *¿Qué es y cómo hacer el análisis de la competencia?* [blog] 2018. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en : <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>.

SANDOVAL, Paulina, & ORJUELA, Soledad. *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos* [En línea]. Chile, 2002. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

SANTIAGO, Nora; et al. “Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador”. *Uniandes Episteme: Revista de ciencia, tecnología e innovación* [En línea], 2017, volumen 4, pp. 276-287. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <http://186.46.158.26/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/721/294>

SENPLADES. *Plan de creación de oportunidades 2021-2025* [En línea] 2021. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en : <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador#:~:text=El%20Plan%20de%20Creaci%C3%B3n%20de,en%20el%20Plan%20de%20Gobierno.>

SOCATELLI, Mario. *Demanda turística.* 2013. [Consulta: 20-03-2022].

SUÁREZ, Antonio. *La importancia del estudio de mercado en la idea de negocio* [blog] 2015.

[Consulta: 10-03-2022]. Disponible en: <http://recodemk.es/articulos/la-importancia-del-estudio-de-mercado-en-la-idea-de-negocio>.

VALLEJO MOYANO, Priscila Andrea. Estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico para la parroquia Punín, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo [En línea] (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba, 2015. p. 20. [Consulta: 17-02-2022]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/4248/1/23T0477%20.pdf>.

VARGAS, Horacio Mercado, & CERNA, Marisol Palmerín. 2007. *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. 2007. [Consulta: 10-03-2022].

VILLAMAR, Carla. *Evaluación del impacto ambiental* [En línea] 2013. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <http://unrn.edu.ar/blogs/matematica1/files/2013/04/5%C2%B0-Matriz-de-Leopold-con-plantilla.pdf>.

TORRES, Matias. *Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos* [En línea] 2016. [Consulta: 20-03-2022]. Disponible en: <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>.

THOMPSON, Ivan. *El estudio de mercado* [En línea] 2019. [Consulta: 10-03-2022]. Disponible en: <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>.

World Tourism Organization. Tourism definitions [En línea]. Madrid, 2019. [Consulta: 05-03-2022]. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>



ANEXOS

A. LLUVIA DE IDEAS

Bienes/ Servicios	Características	Problema o necesidad que satisface

B. IDEAS PARA EL PROYECTO

Criterios Ideas	Nivel de Innovación	Mercado potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento de capital	Tendencia Nacional	Total
Total						

C. ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE LICENCIATURA EN TURISMO

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el grado de aceptación para la implementación de un Centro de medicina alternativa y andina para la parroquia Pilahuín y que son beneficiadas las ciudades de Ambato y Riobamba.

1. ¿En Cunuk Yacu existen piscinas de aguas termales muy parecidas a las de Baños de Agua Santa, se encuentra a unos 45 minutos desde Riobamba en las cercanías del Nevado Chimborazo, actualmente existen piscinas, le gustaría visitarlas?

SI

NO.....

2. Para su visita cree necesario se implemente además de las piscinas de aguas termales:

A.....

Masajes

Hidroterapia

Baños de vapor

Meditación

Sauna

B.....

Aromaterapia

Limpias con plantas (aceites, jabones)

Oración

Relajación

Baños de lodo

Masajes

3. Generalmente cuanto usted visita este tipo de lugares con cuantas personas adicionalmente lo hace

Solo
1 a 5
6 a 10
Más de 10

4. Qué servicios complementarios le gustaría que se implemente en el centro.

Transporte..... Alimentación.....
Hospedaje.....

5. Si usted escoge el servicio de Alimentación qué tipo de comida le gustaría.

Comida internacional..... Comida típica.....

6. Si usted escoge el servicio de hospedaje que tipo alojamiento le gustaría utilizar.

Viviendas familiares..... Cabañas..... Hostal.....

7. Usted cuando sale a este tipo de visitas generalmente cuanta paga por persona para el servicio de:

Aguas termales y relacionados..... Comida..... Hospedaje.....

8. Usted estaría de acuerdo en que se implemente además una sección en la que usted pueda comprar equipos e insumos para el baño, de las siguientes opciones cuales:

Trajes de baño..... Gorras..... Boyas..... Sandalias...
Toallas..... Cremas..... Gafas..... Aceites esenciales.....
Jabones aromáticos orgánicos caseros..... Aromatizantes naturales (incienso).....

9. A usted le gustaría una sección en las que se pueda comprar recuerdos de su visita del lugar, hechos en:

Tagua..... Madera..... Lana.....

10. Usted que medios de información utiliza generalmente

Prensa escrita local

Nombre.....
Sección que más lee.....

Radio local

Que emisora es la que más sintoniza..... horario o programa que más escucha.....

Redes sociales

Facebook.....

Instagram.....

Twitter.....

Propaganda estática

Vallas.....

Letreros.....

Banners.....

11. Cuál sería su forma de pago

Efectivo.....

Tarjetas.....

Cheques.....

D. MAGNITUD

Magnitud		
Calificación	Intensidad	Afectación
1	Baja	Baja
2	Baja	Media
3	Baja	Alta
4	Media	Baja
5	Media	Media
6	Media	Alta
7	Alta	Baja
8	Alta	Media
9	Alta	Alta
10	Muy alta	Alta

E. IMPORTANCIA

Importancia		
Calificación	Duración	Influencia
1	Temporal	Puntual
2	Media	Puntual
3	Permanente	Puntual
4	Temporal	Local
5	Media	Local
6	Permanente	Local
7	Temporal	Regional
8	Media	Regional
9	Permanente	Regional
10	Permanente	Nacional

F. REMUNERACIONES DEL TALENTO HUMANO

Cargo	Cantidad	R.U.M	Aporte patronal	Aporte al IECE	Costo mensual	Costo anual
Vendedor	1	400	44,6	4	448,6	5383,2

Cargo	Cantidad	R.U.M	Aporte patronal	Aporte al IECE	Costo mensual	Costo anual
Asesor técnico	1	500	55,75	5	560,75	6729

Cargo	Cantidad	R.U.M	Aporte patronal	Aporte al IECE	Costo mensual	Costo anual
Gerente	1	500	55,75	5	560,75	6729
Asesor legal	1	400	44,6	4	448,6	5383,2
Secretario	1	400	44,6	4	448,6	5383,2
Conserje	1	400	44,6	4	448,6	5383,2

G. FOTOGRAFÍAS







epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 17 / 03 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Erika Marivel Guamán Caguana
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciada en Turismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

