

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

#### TITULO

Diseño del complejo turístico "LA PROVIDENCIA", mediante la elaboración del plan de negocios, para fomentar el turismo de recreación, en la Parroquia Puerto Limón, Cantón Santo Domingo.

Tesis previa la obtención del Grado de Ingeniera en Administración Turística

**AUTORA:** Irene Jazmín Mora Lara.

DIRECTORA: Dra. Rocío Toral Tinitana.

LOJA.ECUADOR 2017

# DRA. ROCIO DEL CARMEN TORAL TINITANA. **DIRECTORA DE TESIS**

#### CERTIFICA

Que la presente tesis titulada: DISEÑO DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA PROVIDENCIA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FOMENTAR EL TURISMO DE RECREACIÓN, EN LA PARROQUIA PUERTO LIMÓN, CANTÓN SANTO DOMINGO, desarrollada por la Srta. Irene Jazmín Mora Lara, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, diciembre de 2017

Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana.

DIRECTORA DE TESIS

#### **AUTORÍA**

Yo, **Irene Jazmín Mora Lara**, declaro ser la autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Titulación en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual y física.

Autora: Irene Jazmín Mora Lara

Firma:

Cedula: 1721707949

Fecha: Loja, diciembre de 2017

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y LA PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, IRENE JAZMÍN MORA LARA, declaro ser autor, de la Tesis Titulada DISEÑO DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA PROVIDENCIA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FOMENTAR EL TURISMO DE RECREACIÓN, EN LA PARROQUIA PUERTO LIMÓN, CANTÓN SANTO DOMINGO. Como requisito para optar al grado de: Ingeniera en Administración Turística: Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio.

la universidad nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio total o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 18 de diciembre de 2017 firma la autora.

Autora: Irene Jazmín Mora Lara

Firma:

Cedula: 1721707949

Dirección: Santo Domingo Avda. Bomboli y Manuel Oliva esquina.

Correo Electrónico: j.m.asociados@hotmail.com

Celular: 0982497880

**DATOS COMPLEMENTARIOS** 

DIRECTORA DE TESIS: Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTA: Lic. Diana Nagua Suing. Mg. Sc

VOCAL DE TRIBUNAL: Ing. Katherine Astudillo. MAE

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo. Mg. Sc.

#### **DEDICATORIA**

#### A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta aquí por brindarme salud, sabiduría, amor y su bondad.

#### A mi madre

María Teresa Lara Díaz, por ese apoyo incondicional, por brindarme su ayuda, consejos, amor y sus conocimiento y darme esa fuerza que fueron lo mejor en mi diario vivir.

#### A mi padre

Milton Ulpiano Mora Lara, por ese ejemplo de valentía y fortaleza, gracias a ti por ese gran apoyo que me has brindado en el transcurso de mi vida y por ser ese hombre con carácter fuerte que te identificas para poder sobresalir.

#### A mis familiares.

A cada uno de mis hermanos Giovanny y Gary por brindarme su ayuda, por ese aliento de fortaleza, a cada uno de mis amigos que estuvieron ahí de forma directa e indirecta, por el apoyo y esfuerzo que han realizado para finalizar con mi trabajo investigativo y llegar a obtener un grado y título de Ingeniera en Administración Turística.

¡Gracias a todos ustedes!

Irene Jazmín Mora Lara.

#### **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios y a la Virgencita por darme la oportunidad de llegar a cumplir una de las metas como es el de obtener un título profesional.

Así mismo mi más sincero agradecimiento a la Dra. Rocío Toral Tinitana. Directora de Tesis, así como a todos los docentes que supieron impartir sus conocimientos en forma desinteresadas.

A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, y a todos quienes de una u otra manera nos ayudaron para culminar con este arduo trabajo.

Irene Jazmín Mora Lara.

# a. TITULO:

DISEÑO DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA PROVIDENCIA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FOMENTAR EL TURISMO DE RECREACIÓN, EN LA PARROQUIA PUERTO LIMÓN, CANTÓN SANTO DOMINGO.

#### b. RESUMEN

La Situación económica por la que atraviesa nuestro país actualmente, ha permitido buscar alternativas para satisfacer las necesidad de los diferentes sectores de la Patria, y una de ellas es de promover el turismo como una de las soluciones prioritarias, para lo cual a través de la presente investigación se pretende promover geográficamente a la parroquia Puerto Limón perteneciente al cantón de Santo Domingo, por medio de un emprendimiento que desarrolla el Buen vivir entre los moradores del sector, coadyuvando al desarrollo socioeconómico de la parroquia, el cantón la provincia y el país.

Los materiales que se utilizaron fueron útiles de oficina, equipos de oficina, entre otros, así como los diferentes métodos: analítico, descriptivo, explicativo y análisis estadístico, mismo que permitieron ir realizando un análisis en cada uno de las fases de la investigación.

La inversión del proyecto asciende a \$.551.901,60 de los cuales el 31% es financiado por los socios y el 69% con un crédito a la Corporación Financiera Nacional, al 10.15% a 10 años plazo.

La Evaluación Financiera nos determina que el proyecto es factible ya que el análisis de los indicadores son positivos, la como son: LA TIR con un 28.97% mayor al costo de oportunidad; el VAN, que es de \$.623.247.36, superior a la inversión, la Relación Beneficio Costo que es de \$.1.80 de rentabilidad por cada dólar invertido, el período de recuperación del capital, que es de 3 años, 2 meses, ocho días y el análisis de sensibilidad que soporta en un incremento en los costos del 80.8% y una disminución en los ingresos del 29.70%, por lo tanto el proyecto no es sensible y por consiguiente puede ejecutarse.

Por lo tanto al obtener resultados favorables es pertinente motivar a los inversionistas para que ejecuten el proyecto, considerando los beneficios que traerán a quienes inviertan en los mismos y para el desarrollo socioeconómico de la parroquia el cantón, la provincia y por ende del país.

Palabras Clave: Proyecto, Turismo, Mercado, Evaluación Financiera, Centro Turístico.

Palabras Clave: Proyecto, Turismo, Mercado, Evaluación Financiera, Centro

#### **ABSTRACT**

The economic situation that our country is currently experiencing has made it possible to find alternatives to satisfy the needs of the different sectors of the Homeland, and one of them is to promote tourism as one of the priority solutions, for which through the This research is intended to promote geographically the Puerto Limón parish belonging to the canton of Santo Domingo, through an enterprise that develops Good Living among the residents of the sector, contributing to the socio-economic development of the parish, the canton, the province and the country.

The materials that were used were the office supplies, office equipment, among others, as well as different methods: analytical, descriptive, explanatory and statistical analysis, which allowed to carry out an analysis in each of the phases of the investigation.

The project investment amounts to \$ .551,901.60 of which 31% is financed by the partners and 69% with a loan to the National Financial Corporation, at 10.15% for a 10-year term.

The Financial Evaluation determines that the project is feasible since the analysis of the indicators are positive, such as: LA TIR with 28.97% greater than the opportunity cost; the NPV, which is \$ .623.247.36, higher than the investment, the Cost Benefit Ratio which is \$ .1.80 of return for each dollar invested, the period of recovery of capital, which is 3 years, 2 months, eight days and the sensitivity analysis that supports an increase in costs of 80.8% and a decrease in revenues of 29.70%, therefore the project is not sensitive and therefore can be executed.

Therefore, when obtaining favorable results it is pertinent to motivate the investors to execute the project, considering the benefits that will bring to those who invest in them and for the socioeconomic development of the parish the canton, the province and therefore the country.

Keywords: Project, Tourism, Market, Financial Evaluation, Tourist Center.

Key Words: Project, Tourism, Market, Financial Evaluation, Center

# c. INTRODUCCIÓN

Hoy por hoy hay un gran número de complejos turísticos a lo largo del territorio ecuatoriano que se constituyen en centros de atracción para los pobladores locales e internacionales es así que en Santo Domingo de los Tsáchilas, se encuentran varios complejos recreativos a pocos minutos del centro de la ciudad, donde entre sus tantos atractivos turísticos se destacan el Ecoturismo, Conservación, Turismo Ecológico, Exhibiciones. Además ofrecen a sus turistas servicios de restaurante, aventuras, visitas entre otras.

Actualmente la falta del desarrollo turístico en el cantón ha generado un impacto negativo a la mayoría de complejos turísticos que presentan dificultades para la accesibilidad de la llegada al lugar de recreación porque se encuentran a varios kilómetros del centro de la ciudad, además se cuenta con escaso transporte público y falta capacitación para atención al turista. Es por esto que el propósito de esta investigación fue Diseñar el complejo turístico "LA PROVIDENCIA", elaborando un plan de negocios, para fomentar el turismo de recreación, en la parroquia Puerto Limón.

La Parroquia Puerto Limón se encuentra en el Canto Santo Domingo, en este sector se puede encontrar un bosque húmedo tropical, árboles frutales, plantas propias del lugar, una variedad de animales, aves e insectos; un lugar donde turistas podrán regocijarse de la naturaleza y atención de la gente.

El presente trabajo de investigación cuenta con los siguientes apartados y estudios:

El título de la investigación, donde se centra todo lo que se va a investigar, luego se hace un resumen de lo que consta el trabajo investigativo, seguidamente se presenta la introducción en donde se hace referencia a lo que contiene todo el trabajo objeto de estudio, posterior a ello se

fundamenta una revisión de literatura en donde de hace hincapié de los datos generales del cantón y la parroquia en donde se va a implantar la nueva unidad productiva, así como conceptos que fundamentan lo que es el turismo y los proyectos de inversión, seguido a ello se indican los materiales, métodos y técnicas que se utilizaron para desarrollar el trabajo, y luego se hicieron los estudios de: Mercado que permitió determinara la oferta, demanda y demanda insatisfecha para el complejo turístico, así como las estrategias de marketing, para un buen posicionamiento del servicio en el mercado; el Estudio Técnico en donde se determinó el tamaño, la localización óptima del complejo, la ingeniería del proyecto y la estructura orgánico-funcional; el Estudio económico-financiero, que a través de los diferentes presupuestos de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se determinó la inversión y financiamiento del proyecto, así como los presupuestos de costos e ingresos; la evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad el proyecto a través de los diferentes VAN, indicadores como son: el LA TIR. RELACIÓN BENFICIO/COSTO.PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL Y NÁLISIS

#### d. REVISION DE LITERATURA

# a) MARCO REFERENCIAL

# Reseña Histórica de Santo Domingo

Lo que actualmente se conoce como Santo Domingo de los Tsáchilas, en tiempos de la colonia se conocía como el cantón de Los Yumbos. En ella habitaban las etnias Tsáchilas, Yumbos y Chachis. A inicios del siglo XIX la comunidad religiosa de los Dominicos evangelizaron la zona y conjuntamente con ellos arriban algunos pobladores del interior del país. Los Yumbos concentrados en las estribaciones occidentales de la cordillera desaparecen, mientras que Los Chachis y Los Tsáchilas fueron replegándose a otras zonas. Debido a enfermedades, a las luchas contra trabajadores caucheros y a procesos de mestización la Nacionalidad Tsáchila fue perdiendo integrantes y se establecieron en comunidades dispersas del cantón. Para el investigador Patricio Velarde, el nombre de Santo Domingo, se originó en honor al patrono de los Dominicos "Santo Domingo de Guzmán". Los misioneros dominicos evangelizaron los territorios de los Yumbos del Sur. En cambio que el nombre "de los colorados", se vincula a la presencia de la milenaria tribu de los indios "Yumbos Colorados", luego autodenominados "Tsáchilas" (VELARDE, P & SANCHEZ, R, 2000).

#### a) Localización Geográfica

Con una extensión de 3.453,848 Km2, es el sector geográfico donde convergen las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y Cotopaxi, a una altura que va desde 120 m.s.n.m. hasta los 3020 m.s.n.m., y una temperatura promedio de 22º C. Los límites cantonales son:

- Norte: Cantones Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos (Provincia de Pichincha) y Cantón La Concordia (Provincia de los Tsáchilas)
- Sur: Cantones Valencia y Buena Fe (Provincia de Los Ríos)

- Este: Cantones Quito DM y Mejía (Provincia de Pichincha), y Cantones:
   Sigchos y La Maná (Provincia de Cotopaxi)
- Oeste: Cantón El Carmen (Provincia de Manabí)
- La ciudad de Santo Domingo de los Colorados, cabecera cantonal tiene un área de 7.389,6 Ha. Es sensiblemente plana (90%), con una cota que en la parte central oscila entre 550 y 553 msnm. Geográficamente está ubicada en las coordenadas:
- Longitud: 78°40' a 79°50' de longitud oeste
- Latitud: 0°40' latitud norte a 1°0'5" de latitud sur

# b) División Política Administrativa

Cuadro 1: División Política

		Superficie	Densidad
Cantón/Ciudad/Parroquias Rurales	Población	Km2	Hab/Km2
Alluriquín	9.725	664.289	14,7
El Esfuerzo	5.763	282.795	20,3
Luz de América	10.881	310.785	35
Puerto Limón	9.344	239.373	39
San Jacinto del Búa	11.718	204.482	57,3
Santa María del Toachi	5.615	351.811	15,9
Santo Domingo (ciudad)	305.632	1.090.537	280,2
Valle Hermoso	9.335	309.776	30,1
TOTAL	368.013	3.453.848	107

Fuente: INEC-CELIR

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

La Virgen

Valle Hermoso

Pichincha

Paquimaro

Piez de Agosto

Pichincha

Paquimaro

Piez de Agosto

Pichincha

Paquimaro

Piez de Agosto

Piez de Agosto

Paquimaro

Piez de Agosto

Mapa 1: Parroquias Rurales de Santo Domingo

Fuente: INEC-CELI

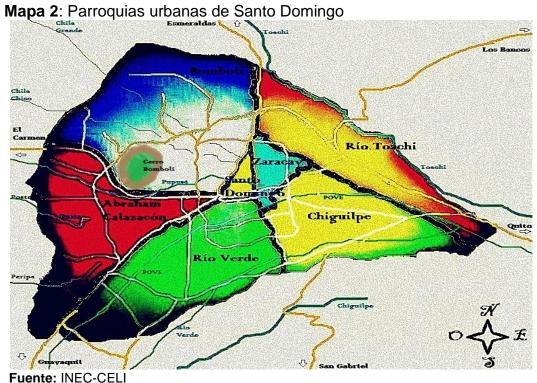
Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara.

Cuadro 2: Ciudad: División Política Admirativa

Cantón	Parroquias Rurales	
SANTO DOMINGO	Santo Domingo	
	Chiguilpe	
	Río Verde	
	Bombolí	
	Zaracay	
	Abraham Calazacón	
	Río Toachi	

Fuente: INEC-CELI

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara.



ruente: INEC-CELI

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

# c) Parroquia Puerto Limón

Parroquialización: 6 de septiembre de 1984. Registro Oficial No. 29,

septiembre 20 de 1984.

Superficie: 239,373 km<sup>2</sup>

Puerto Limón fue fundado como Comuna el 1 de agosto de 1961, con el nombre de José Ricardo Chiriboga Villagómez, en honor del Alcalde de la ciudad de Quito, en una extensión de 50 Ha. comprendidas entre los ríos Peripa y Congona. Según los primeros habitantes provenientes de Manabí, Pichincha y Cotopaxi, la parroquia se llama Puerto Limón, por cuanto en esa época, llegaban compradores de boya, que era recogida donde hoy es la bomba del agua potable. En ese sitió había un puerto, en el cual existía árbol de limón, único en los alrededores.

Sus principales festividades se realizan el 2 de agosto (fundación) conjuntamente con la fiesta de la Virgen María de los Ángeles. El 6 de septiembre se conmemora la Parroquialización.

Recintos / Poblados / Cooperativas:

San Miguel de los Colorados, Tosagua, Providencia, Simón Bolívar, San Isidro de Peripa, El Progreso, La Unión La Independencia, Vicente Rocafuerte, La "Y" del Paraíso, Rosario, El Nila, Palo Blanco, San Francisco, La Polvareda, Libertad de Cóngoma, La Congomita

#### d) Turismo en el Cantón Santo Domingo

La provincia Tsáchilas cuenta importantes atractivos turísticos: Jardín Botánico Padre Julio Marrero, Parque Ecológico San Francisco, Catedral el Buen Pastor, Monte Bombolí, Cascada de Valle Hermoso y balnearios como el Toachi, San Miguel de Baba, Huapili, Viña del Río, El Esfuerzo, Río Malicia y Julio Moreno. Además, de las 7 comunas Tsáchilas, donde se puede conocer a los indios colorados, su gastronomía, costumbres, vestimentas y tradiciones.

Santo Domingo nos ofrece la experiencia de probar sus más deliciosos y típicos platos que son una exquisitez: el pandado, la bala de plátano, sancocho, seco de gallina, maduros con queso y sal prieta.

Santo Domingo de los Tsáchilas o Colorados, forma parte de la región costa. Históricamente conocida como Provincia de Yumbos.

Foto 1: Comuna Peripa



Fuente: GAD Municipal

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Un lugar sagrado donde antiguamente bautizaban a los Pone (Shamanes) denominándole Santuario (está en investigación) por la existencia de piedras esculpidas en formas humanas (mujer) que representaría a las deidades en la que los nativos creían, incluso existen figuras de elefantes. Por el poder adquisitivo no han logrado mejorar sus viviendas, por lo que común optar por espacios construidos de madera y pambil y a sus alrededores sembrado yuca, plátano y tubérculos; compartiendo el espacio con aves de corral y animales domésticos.

La gente de la comuna La Peripa trabaja arduamente por hacer realidad el proyecto arqueológico llamado Koleka Napi.

Foto 2: Alluriquin



Fuente: GAD Municipal

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Recibe el nombre de Tierra Dulce por la gran tradición de deliciosos dulces (melcochas, panela y maní) y aguardiente, elaborados por su gente, que inicialmente ésta labor se realizaba únicamente para compartir el producto en el hogar, pero poco a poco se incentivó la actividad como un buen negocio.

Foto 3: Kasama



Fuente: GAD Municipal

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Kasama es la única fiesta que celebran los miembros de la etnia Tsáchila. En el idioma tsafiqui "Kasa" significa nuevo y "ma" día, entonces Kasama es el inicio de un nuevo día o nuevo año.

Una traducción textual al castellano diría "nuevo día" aunque el significado para la etnia es de "nuevo año", por lo que este evento se constituye en una gran fiesta a la que concurren todos los miembros de las demás comunas Tsáchilas, para reencontrase con sus raíces, saludar a sus familias, intercambiar sentimientos de prosperidad y amistad.

La fiesta de Kasama, que marca el inicio de un nuevo año, que siempre coincide con el Sábado de Gloria (para los católicos), representa mucho más que para los occidentales la celebración del año nuevo.

Foto 4: Bosque protector la Perla



Fuente: GAD Municipal

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Denominado "La Perla" desde hace más de medio siglo, El Bosque Protector que forma parte de la hacienda del mismo nombre, es considerada uno de los más importantes de la zona.

La formación ecológica predominante es la del bosque húmedo tropical, la propiedad es atravesada por los ríos "Cucaracha" y "Ramón" con poco caudal de agua en verano.

Se trata de uno de los últimos remanentes de bosque húmedo tropical del occidente ecuatoriano, considerado como "hot spot" de la mega diversidad biológica.

El Bosque es hogar aproximadamente de 250 especies de aves, 33 variedades de helechos y pequeños animales.

Foto 5: Comuna Cóngoma



Fuente: GAD Municipal

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Es única y llamativa por su gran diversidad de pájaros que posee, un gran atractivo al momento que se escuchan las melodías que entonan los pájaros al ritmo de la corriente del río. Sus atardeceres son ideales para un refrescante baño dentro del río del cual proviene el nombre de Congona.

Foto 6: Cascada los Ángeles



El recorrido a las cascadas se puede efectuar en dos parroquias, en Alluriquín están siete caídas de agua y un bosque de monos aulladores, mientras en El Esfuerzo hay cinco cascadas, Los Ángeles. La actividad la dirigen guías y se pueden realizar deportes extremos.

En el mirador del cerro Bombolí hay una iglesia donde está la imagen de la Virgen de El Cisne, patrona de la ciudad y se celebran misas con la vista panorámica de la urbe.

# Parroquia Puerto Limón de Santo Domingo

Puerto Limón es una parroquia rural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas ubicado al centro este de Ecuador, tiene aproximadamente 12.588 habitantes. Se encuentra a una altura de 244 msnm y la temperatura promedio es de 23 a 16 °C. (GAD, 2016)

# Toponimía

Los primeros habitantes de este sector, lo llamaron Puerto Limón, debido a que en esa época, a la pequeña población llegaban compradores de madera, especialmente de boya (un árbol nativo de madera muy liviana), la misma que se transportada por la corriente del Río Peripa. La boya era recopilada a orillas del río, en un pequeño puerto, junto a este lugar se encontraba un árbol de limón, único en los alrededores del caudaloso río, con estos antecedentes los primeros colonos optaron por nombrar a la parroquia con este nombre.

#### Historia

Los primeros habitantes llegaron de una migración interna que sacudía al país producto de una sequía en el año 1960 aproximadamente, llegaron desde la provincia de Manabí, Pichincha, y Cotopaxi. El fácil acceso al uso de la tierra y su fecundidad son las razones por las que la aldea atrajo habitantes. Toda la zona aledaña a Puerto Limón, ha sido históricamente tierras comunales de la Nacionalidad Tsáchilas, quienes han tenido que aprender a convivir con la ocupación colona.



Mapa 3: Puerto Limón

Fuente: GAD Parroquial

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

# Turismo en la Parroquia Puerto Limón de Santo Domingo

La comunidad Tsáchilas es también uno de sus mayores atractivos, a 23 kilómetros de la entrada a Puerto Limón se encuentra un sector, llamado Congomita, habitado por 120 familias que en algunas épocas del año reciben a los turistas nacionales e internacionales. Su danza tradicional, el shamanismo y la comida a base de pescado, plátano verde y mayón son elementos interesantes.

Foto 7: Puerto Limón



Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial Puerto Limón

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### d.2. PROYECTOS DE INVERSIÓN

#### a) Proyectos de inversión

Es el conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de recursos (Humanos, materiales, económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor, que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión, o el costo de capital.

# b) Estudio de mercado

Según Naresh Malhotra (1997). Clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las

características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros

#### c) Análisis de la demanda

"Aquí se determinan las cantidades del producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o sicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del producto, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro". (NASSIR SAPAG, 2005)

#### d) Tipos de demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera te va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

# e) Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esta sería la demanda real.

#### f) Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está

(bueno esta es una demanda satisfecha porque se queda conforme y se accedió al producto).

# g) Demanda Aparente

Es aquella demanda que se genera según el número de personas.

# h) Demanda Potencial

Es la demanda total del mercado, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

#### d.3. Estrategias de Marketing

#### a) Producto o Servicio

Es el arma que nos va a permitir conquistar el segmento de mercado que nos hemos trazado como objetivo. Esto es muy importante, pues muchos emprendedores basan su idea de empresa sobre un producto muy concreto. Si bien esto no es bueno ni malo a priori, conviene tenerlo muy presente ya que tarde o temprano ese producto habrá que abandonarlo y trabajar otros productos distintos, según la etapa del ciclo de vida en que se encuentre, por lo tanto el servicio que va a ofertar la nueva unidad productiva está en función de dar un servicio, eficiente y confortable a los turistas que visiten la ciudad de Yacuambi.

# b) Precio

Es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio, se presenta como la única variable que genera ingresos a la empresa, sus variables son: costos, competencia, nivel de precio, demanda, fijación de precio y ciclo de vida del producto de acuerdo a estas variables el precio que se ofrece de un producto al final solo el consumidor decidirá si lo adquiere o no.

# c) Plaza (Distribución)

La distribución incluye todas las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del cliente final para su consumo. El objetivo de la distribución es la penetración del mercado mediante canales de distribución como intermediarios que permiten hacer llegar el producto al consumidor final. El canal de distribución es el enlace entre fabricante y consumidor de sus necesidades y deseos de acuerdo a la cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística se garantiza que la distribución haga llegar el producto o servicio al lugar y momento adecuado.

#### d) Promoción

Es una herramienta o conjunto de técnicas que se confirman una de las variables controlables de la mercadotecnia cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, la mezcla promocional se presenta mediante la venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda, estas variables son la mayoría de las veces la función principal de la mercadotecnia pues no solo describen las características de un producto sino que se encargan de provocar la necesidad del consumidor hacia el producto que se oferta.

#### e. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. (BACA URBINA, 2000)

En el estudio técnico se define:

- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- ✓ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

#### a) El tamaño del proyecto

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia dónde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

# b) La localización del proyecto

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor, así tenemos por ejemplo el caso de los embutidos cuya materia prima es carne de caballo, de burro, de perro y en el peor de los casos la materia prima proviene animales que viven en los basurales (chillan); es horripilante, pero se dan esos casos en nuestro país y no es el único, son muchos, así tenemos en los chupetes, conservas de pescado, golosinas, licores, etc.

Entonces hay un problema de honestidad que ha alcanzado a todos los niveles de nuestra sociedad, en tal sentido la formalidad de alguna manera le podría dar al consumidor cierta garantía que lo que consume es un producto de una calidad aceptada.

Por lo tanto de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

#### c) Factores determinantes de la localización.

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- ✓ La política tributaria del gobierno
- ✓ La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- ✓ La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- ✓ La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- ✓ Disposiciones municipales
- ✓ Mano de obra disponible
- ✓ Costo del transporte
- ✓ Existencia de universidades, institutos, colegios

#### d) Macro localización

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

#### e) Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo.

Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

#### f) Ingeniería del Proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

# g) Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc.

#### h) Procesos productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

# i) Diagramas de flujo

Un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa.

Son de gran importancia ya que ayudan a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este. En la actualidad los diagramas de flujo son considerados en la mayoría de las empresas como uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método o sistema.

#### i) Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- ✓ El área del local
- ✓ Las características del techo, la pared y de los pisos
- ✓ Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).

#### k) Determinación de necesidades de insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto).

#### **Estudio Administrativo**

Es importante que toda persona que es parte de una empresa o que vayan a emprender en una empresa, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen.

#### **Empresa**

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas. En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

# Estructura orgánica funcional de una empresa

Toda empresa cuenta con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explicita y oficialmente reconocida por

la empresa (orgánico-funcional). La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros (organigramas).

#### **Organigrama**

Es una representación gráfica de la organización de la empresa o de parte de ella. Agrupa las actividades de la empresa y los niveles jerárquicos que existen, por lo tanto, representa la organización formal de la empresa.

Es una gráfica estadística, lo que significa que corresponde a una radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no muestra su funcionamiento ni su dinámica.

#### **Niveles Jerárquicos**

Dentro de la estructura orgánica-funcional de una empresa existen los siguientes niveles jerárquicos:

#### **Nivel directivo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normar procedimientos que debe seguir la organización.

Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

#### Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

#### **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

# **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

#### Estudio Financiero<sup>1</sup>

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

#### **Inversiones**

# **Fijas**

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

#### **Diferidas**

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> BACA URBINA, Gabriel. 2000. **Evaluación de Proyectos**. Mc. Graw Hill. México.

investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

# Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

#### **Financiamiento**

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

#### Elementos Básicos de Financiamiento

Cuando se cita la dirección deficiente como la razón más frecuente por la cual fracasa un negocio, él es suficiente tener financiamiento; el conocimiento y la planificación son financiamiento inadecuado o a destiempo es el segundo. Ya sea que esté comenzando un negocio o expandiéndolo, disponer de suficiente capital es esencial. Pero no requisitos para manejarlo bien. Estas cualidades asegurar al empresario ahorrarse errores comunes como obtener un tipo de financiamiento

equivocado, calcular mal la cantidad necesaria, o subestimar el costo de pedir dinero prestado. (ZAPATA SANCHEZ, 2012)

# **Presupuestos**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

# Costo de producción

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo.

Sueldos y cargas sociales del personal de producción.

Depreciaciones del equipo productivo.

Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo. Costo de envases y embalajes.

Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

#### Costo de comercialización.

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas, Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería, Seguros por el transporte de mercadería, Promoción y Publicidad, Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

#### Costo de administración.

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa; Honorarios pagados por servicios profesionales, Servicios Públicos correspondientes al área administrativa, Alquiler de oficina, Papelería e insumos propios de la administración

## Costo de financiación.

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo: Intereses pagados por préstamos.

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

## **Costos fijos**

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo: Alquileres, amortizaciones o depreciaciones, seguros, Impuestos fijos, servicios

públicos (Luz, Teléfono, Gas, etc.), sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

#### Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto), Materias Primas directas, Materiales e Insumos directos, Impuestos específicos, Envases, Embalajes y etiquetas, Comisiones sobre ventas.

Se aplican algunos métodos de evaluación que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación Beneficio Costo principalmente.

## Flujo de Caja

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos de las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

## Evaluación Financiera

## Valor actual neto

El Valor Actual Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. La tasa utilizada para descontar los flujos es la tasa del costo de capital por la tasa de interés otorgada que es el 10%.

Los criterios de decisión son:

Si el Van es positivo se debe realizar el proyecto.

Si el Van es negativo se rechaza el proyecto.

Si el Van es cero es indiferente su ejecución.

Fórmula del factor de actualización:  $FA = \frac{1}{(1+i)^n}$ 

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

VANP = ∑VA(1 a 10) – INVERSIÓN

## Tasa Interna de Rendimiento

Se define la TIR como la tasa de descuento ( i ) que hace que el valor actual de los flujos netos de Caja positivos sea igual a la inversión.

A la TIR se la utiliza como un criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto considerando:

Si la TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto Si la TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es propia del inversionista.

Si la TIR es < que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula.

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

## Período de Recuperación de Capital

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = A \tilde{n}o \ que \ \text{supera la inversion} + \frac{Inversion - \sum \text{Primeros Flujos}}{Flujo \ Neto \ del \ a \tilde{n}o \ que \ \text{supera inversion}}$$

#### Relación Beneficio/Costo

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del en base a los siguientes criterios:

RB/C mayor que1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que1 no se debe realizar el proyecto.

## Análisis de Sensibilidad

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando en coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

$$\%$$
 de Variación =  $\frac{Diferencia entre TIR}{TIR del Proyecto}$ 

$$Sensibilidad = \frac{\% \ de \ Variaci\'on}{Nueva\ TIR}$$

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

## **Materiales**

- Resmas de papel Bond
- · Libreta de campo
- Flash Memory
- Baterías para cámara fotográfica
- Cartuchos de impresora

## **Equipos**

- Cámara fotográfica
- Computador
- Impresora
- Teléfono
- Fax

## **Métodos**

Los métodos utilizados en esta investigación para la obtención de la información fueron los siguientes.

## a) El método analítico sintético

Se utilizó en los distintos hechos desde la descomposición minuciosa de cada cosa es decir en forma individual para luego integrarlas a un todo en si dando la conclusión que este lleva de las causas a los efectos y de los principios a las conclusiones finales.

## b) El método descriptivo

Este método ayudo a describir hechos de una población o área investigada de forma directa y objetiva, guiándose en este método se obtendrán información relevante de un plan de negocios y su uso para la creación de un complejo turístico en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

## c) El método explicativo

Que como su palabra dice da una explicación correcta de la fundamentación teórica, metodológica y técnica en el desarrollo de la creación de un complejo turístico mediante un estudio de mercado.

#### Método análisis estadístico

Este permitió presentar los datos obtenidos, como resultado de la investigación empírica en cuadros, gráficos y tablas, de modo que se facilite su comprensión, análisis e interpretación.

## **Técnicas**

Dentro de las técnicas que se utilizaron para recopilación de la información son:

## La Encuesta

Es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de

la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

Las encuestas se aplicaron a los habitantes de la población de Puerto Limón que son un total de 8.833 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1.42%, según el Censo del INEC del 2010; a los turistas nacionales que son un total de 2.300 y 500 extranjeros, datos tomados del PDOT de Santo Domingo.

Cuadro 3: Población Meta

Sector investigado	Población	Porcentaje
Población Local	8.833	76%
Turistas nacionales	2.300	20%
Turistas internacionales	500	4%
Total	11.633	100%

**Fuente:** INEC-PDOT-Sto. Domingo Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

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

$$n = \frac{Z^2 * N * PQ}{e^2(N-1) + Z^2 * PQ}$$

Considerando lo siguiente:

Cuadro 4: Datos para calcular la muestra

Símbolo	Significado	Valor
N	Tamaño de la muestra	11.633,00
Z	Nivel de confianza deseado	95% (1.96)
Р	Proporción real estimada de éxito	0,50 (50%)
Q	Proporción real estimada de fracaso	0,50 (50%)
E	Margen de error	0,05 (5%)

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

$$n = \frac{Z^2 * N * PQ}{e^2(N-1) + Z^2 * PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(11633)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(11633-1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(11633)(0,50)(0,50)}{(0.0025)(11632) + (3.8416)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{11.172.33}{29.05 + 0.9604}$$

$$n = \frac{11.172.33}{29.05 + 0.9604}$$

$$n = \frac{11.172.33}{30.04}$$

$$n = 371.91 - -- \rightarrow 372$$
 encuestas

Cuadro 5: Distribución del Tamaño de la muestra

Sector investigado	Poblaci ón	Porcentaje	No. Encuestas
Población Local	8.833	76%	283
Turistas nacionales	2.300	20%	74
Turistas internacionales	500	4%	15
Total	11.633	100%	372

Fuente: INEC-PDOT-Sto. Domingo Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### **Entrevistas**

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. Todos aquellos presentes en la charla dialogan en pos de una cuestión determinada planteada por el profesional.

La entrevista se la realizó al Presidente del GAD Parroquial y a los asambleístas territoriales de la parroquia Puerto Limón, con la finalidad de conocer algunos aspectos que permitan llevar a efecto el estudio y determinar la factibilidad del mismo. La entrevista se la realizó al Sr. Cristhian Ganchozo, Presidente del GAD Parroquial, a los señores: Tito Pilligua, Sandra Maldonado, Isabel Sánchez, Cristóbal Lamar, María Aguavil, Bienvenido Moreira, Lilian Herrera, Hugo Morillo, Maretxi Vélez, Silvio León, Santa Mera y Mario Vargas.

Así mismo se lo entrevisto a los propietarios que se encuentran lo más cerca posible a la parroquia Puerto Limón como son:

Complejo Turístico FIKUZ, ubicado vía Santo Domingo-Quito Km. 5.

Hostería Complejo Turístico deportivo Yabelmi, vía Quinindé Km. 2. Santo Domingo de los Colorados, Complejo Turístico sol dorado, lugares de similar servicio, en este caso para hospedaje a los hoteles, para alimentación a los restaurant y para centros recreativos.

#### **PROCEDIMIENTO**

- Después de aplicar y recolectar los instrumentos de investigación, se realizó el procesamiento de los datos:
- Tabulación de la información empírica investigada con el trabajo directo de campo, utilizando estadística descriptiva.
- Representación de los datos empíricos en tablas, cuadros y gráficos.
- Análisis e interpretación de los resultados de las preguntas formuladas.
- Formulación de las conclusiones finales del trabajo de investigación.
- Elaboración del informe de investigación luego de integrar todos los componentes del proceso.
- Se realizó el estudio técnico en donde se determinó el tamaño, localización, ingeniería del proyecto y la estructura orgánica funcional del complejo turístico.
- Se realizaron los presupuestos de costos para determinar el monto de la inversión y el financiamiento del proyecto.
- Se realizó el análisis económico financiero, en donde se determinaron los presupuestos de costos e ingresos, así como la elaboración del estado de pérdidas y ganancias y el punto de equilibrio.
- Luego se procedió a realizar la evaluación financiera, determinando el flujo de caja, y los diferentes indicadores financieros, como el VAN, LA TIR, R/B-C, PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL, Y EL ANALISIS DE SENSIBILIDAD.
  - Por último se plantearon las conclusiones y recomendaciones.

## f. RESULTADOS

# RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACION Y TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

## 1. Cuál es su Género

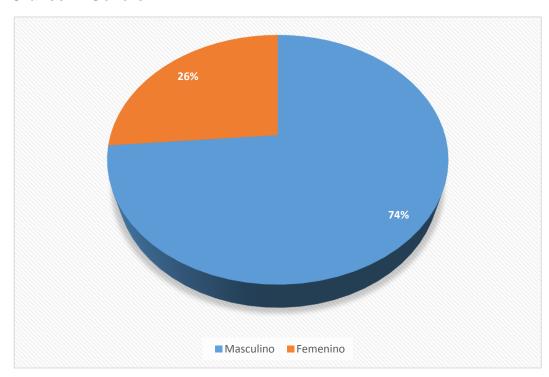
Cuadro 6: Género

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	274	74%
Femenino	98	26%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Gráfico 1: Género



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

En lo que respecta al sexo de los encuestados, el 74% corresponde al género masculino y el 26% al femenino, por consiguiente el mayor porcentaje equivale a varones.

## 2. Cuál es su procedencia.

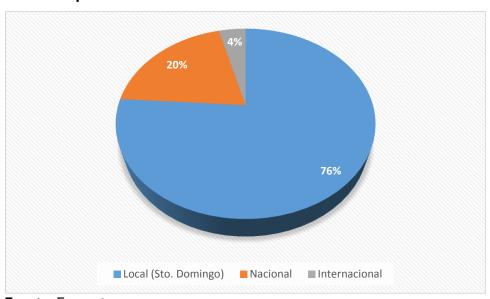
Cuadro 7: Procedencia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local (Sto. Domingo)	283	76%
Nacional	74	20%
Internacional	15	4%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Gráfico 2: procedencia



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

La procedencia de los encuestados el 76% son locales, o sea de Santo Domingo de los Tsáchilas, el 20% a turistas nacionales y el 4% a turistas internacionales. Por lo tanto el mayor porcentaje de personas encuestadas

son de procedencia local, que serían quienes accederían a los servicios que se van a ofertar.

## 3. Cuál es su edad

Cuadro 8: Edad

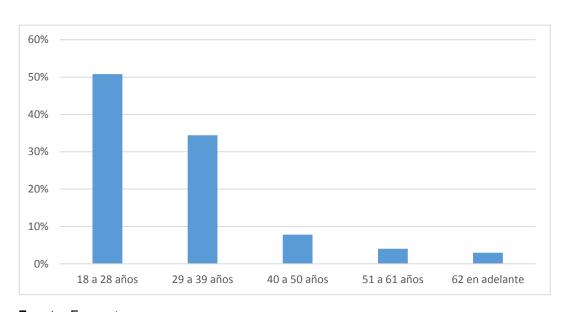
	FRECUENCI			
EDAD	А	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
18 a 28 años	189	51%	23	4347
29 a 39 años	128	34%	34	4352
40 a 50 años	29	8%	45	1305
51 a 61 años	15	4%	56	840
62 en adelante	11	3%	62	682
				11.52
TOTAL	372	100%		6

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

Promedio de Ingresos =  $\sum F(Xm)/N$ Promedio de Ingresos = 11,526/372

Gráfico 3: Edad



Fuente: Encuestas Elaboración: Irene Mora La edad de los encuestados se encuentra en un promedio de 31 años, de los cuales el 51% está en te 18 y 28 años; el 34% entre 29 y 39 años, el 8% entre los 40 y 50 años, el 4& entre los 51 y 61 años y el 3% de 62 años en adelante. Esto nos demuestra que el mayor porcentaje de personas entrevistadas son gente joven.

## 4. Cuál es su nivel de ingresos

Cuadro 9: Ingresos

INGRESOS (USD)	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
\$.376 A 576	75	20%	476	35.700
\$.577 a 777	79	21%	677	53.483
\$.778 a 978	81	22%	878	71.118
\$.979 a 1179	98	26%	1079	105.742
\$.1180 a 1380	29	8%	1280	37.120
\$.1381 en adelante	10	3%	1381	13.810
TOTAL	372	100%		316.973

Fuente: Encuestas

Elaboración: Irene Mora

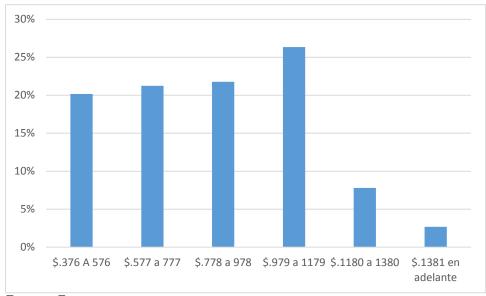
Promedio de Ingresos =  $\sum F(Xm)/N$ 

Promedio de Ingresos = 316,973/372

Promedio de Dólares

Ingresos = 852,08 americanos

**Gráfico 4: Ingresos** 



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

El nivel de ingresos de los encuestados se encuentra en \$.852.08, por lo tanto el mayor ingreso fluctúa entre los 979 y 1179 dólares americanos que equivale al 26%; el 22% perciben sueldos entre los 778 y 978 dólares americanos; el 21% entre los 577 y 777 dólares americanos.

## 5. Cuál es su ocupación

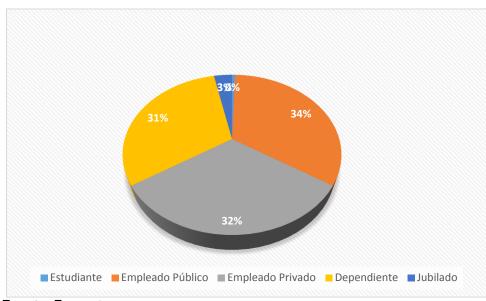
Cuadro 10: Ocupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	2	1%
Empleado Público	125	34%
Empleado Privado	118	32%
Dependiente	115	31%
Jubilado	12	3%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Gráfico 5: Ocupación



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Del total de encuestados el 34% son empleados públicos, el 32% empleados privados, el 31% dependientes, el 3% jubilados y el 1|% estudiantes. Por lo tanto de este total, el mayor porcentaje tienen sus ingresos por las actividades que realizan.

## 6. De cuántos miembros de familia conforman su hogar.

Cuadro 11: De cuántos miembros está conformada su familia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Xm	f(Xm)
1 a 5	186	50%	3	558
6 a 10	149	40%	8	1192
11 en adelante	37	10%	11	407
TOTAL	372	100%		2157

Fuente: Encuestas

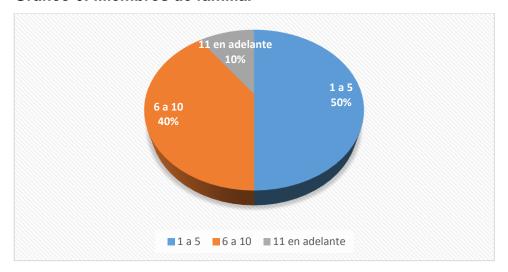
Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Promedio miembros de familia: ∑f(Xm)

Promedio miembros de familia: 2,157/372

Promedio miembros de familia = 6 personas

Gráfico 6: Miembros de familia.



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Los miembros que conforman las familias de acuerdo a los encuestados tenemos que es de 6 miembros. Ya que el 50% sus miembros de familia están entre los 1 y 5 personas, el 40% entre 6 y 10 personas y el 10% de 11 personas en adelantes. Esto nos determina que en estos sectores existen familias que pasan del número que establece el INEC, de cinco miembros de familia.

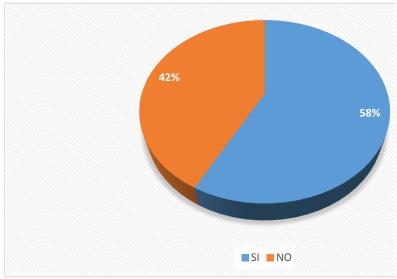
Cuadro 12: Ha visitado algún complejo turístico en Santo Domingo.

Descripción	Frecuen	Porcent
Безопроют	cia	aje
SI	215	58%
NO	157	42%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Gráfico 7: Visita al complejo Turístico



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

En lo que respecta si los encuestados han visitado un complejo turístico en Santo Domingo, el 58% manifiestan que si y el 42% que no. Esto nos demuestra que el mayor porcentaje de encuestados si han visitado complejos turísticos, por lo tanto nos pueden dar una mayor información sobre este tipo de establecimientos.

#### 8. ¿Si Ha visitado un complejo turístico, cuántas veces lo hace al mes?

Cuadro 13: Frecuencia de visitas

VISITAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1 a 3	25	12%	1,5	37,5
4 a 6	40	19%	3,5	140
7 a 9	65	30%	5,5	357,5
10 a 12	85	40%	7,5	637,5
TOTAL	215	100%		1172,5

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Promedio de visitas al año =  $\sum F(Xm)/N$  5,45

Promedio de visitas al año = 1172,5/215

Promedio de visitas al año =

5 veces al año

40% 35% 30% 25% 20%

Gráfico 8: Número de visitas al complejo

10% 5%

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

1 a 3

Los turistas manifiestan que por lo general visitan los complejos turísticos por lo menos 5 veces al año, razón de que el clima acompaña para visitar este tipo de establecimientos, por lo tanto el 40% lo hacen entre 10 a 12 veces, este porcentaje está directamente relacionado a las personas que viven en el lugar; el 30% visitan de 7 a 9 veces; el 19% de 4 a 6 veces y el 12% de 1 a 3 veces.

7 a 9

10 a 12

### 9. Con cuántas personas suele realizar sus visitas a los complejos turísticos

4 a 6

Cuadro 14: Con personas que visita los complejos

	FRECUENCI			
ACOMPAÑANTES	Α	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1 a 2	25	12%	1,5	37,5
3 a 4	187	87%	3,5	654,5
5 a 6	2	1%	5,5	11.0
7 en adelante	1	0%	7	7.0
TOTAL	215	100%		672,5

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Promedio de visitas al mes =  $\sum F(Xm)/N$ Promedio de visitas al mes = 672,5/215

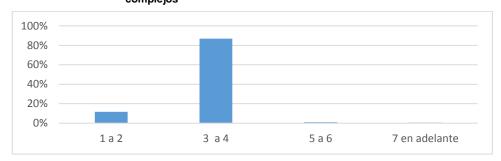
persona

Promedio de visitas al mes =

3

s

Gráfico 9: Número de personas que visitan los complejos



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Los encuestados manifiestan que cuando visitan los complejos turísticos lo hacen en compañía hasta de tres personas, por lo tanto el 87% lo hacen en compañía de 3 y 4 personas, el 12% de 1 a 2 personas y el 1% de 7 personas en adelante.

#### 10. Cuál es el costo promedio que paga por persona por el ingreso a estos complejos turísticos

Cuadro 15: Costo promedio de gasto por persona

COSTO (USD)	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1 a 5	139	65%	3,00	417
6 a 10	71	33%	8,00	568
11 a 15	5	2%	13,00	65,00
TOTAL	215	100%		1.050,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Promedio de Costo =  $\sum F(Xm)/N$ Promedio de Costo = 1,050,00/215

Promedio de Costo =

5 Dólares americanos

70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
1 a 5 6 a 10 11 a 15

Gráfico 10: Costo promedio de gasto

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

El costo promedio que pagan por personas cuando asisten a este tipo de establecimientos es de cinco dólares americanos, por consiguiente el 65% gastan un promedio de 1 a 5 dólares americanos, el 33% de 6 a 10 dólares americanos, el 2% de 11 a 15 dólares americanos. Esta información permitirá tener un referente para la aplicación de costos de venta del servicio.

## 11. Cuáles son los medios que utiliza para seleccionar el destino turístico que visita

Cuadro 16: Medios Turísticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	54	25%
Revistas	21	10%
Prensa	17	8%
Internet	215	100%
Familiares	45	21%
Amigos	25	12%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Los medios de comunicación que utilizan los turistas para seleccionar un destino turístico el 100% lo hacen a través de internet, el 25% por televisión, el 21% a través de familiares, el 12% por amigos, el 10% por revistas turísticas y el 8% a través de la prensa.

## 12. Le gustaría visitar un nuevo Complejo turístico en la Parroquia Puerto Limón en Santo Domingo

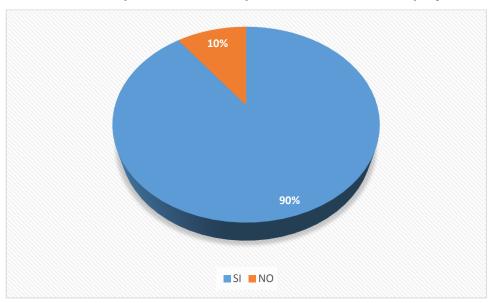
Cuadro 17: Aceptación del nuevo centro turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	193	90%
NO	22	10%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Gráfico 11: Aceptación de la implementación del complejo turístico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

En lo que respecta a la interrogantes si los encuestados estarían de acuerdo con la implementación de un centro turístico en la Parroquia Puerto

Limón de Santo Domingo de los Tsáchilas, el 90% manifiestan que si están de acuerdo, mientras que el 10% no lo están, esta información nos permite determinar que la nueva oferta del servicio si va a tener la acogida necesaria.

13. Que servicios le gustaría que se oferten en el complejo turístico

Cuadro 18: Visita a un centro turístico en la Parroquia Puerto Limón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alojamiento	193	100%
Bar-Restaurante	154	80%
Piscinas	193	100%
Canchas	185	96%
Recorridos y caminatas	35	18%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Los encuestados manifestaron con respecto a esta pregunta que les gustaría que el centro turístico oferte en un 100% alojamiento, piscinas; el 96% canchas deportivas, el 80% Bar-Restaurante y el 18% paquetes que incluyan recorridos y caminatas.

## 14. Qué características debe cumplir el Complejo turístico

Cuadro 19: Características que debe tener el centro turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de calidad	193	100%
Promociones	128	66%
Precios accesibles	193	100%
Paquetes turísticos	42	22%
Servicio de Guardianía	193	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

De acuerdo a los encuestados, el 100% manifiesta que las características que debe cumplir el centro turístico es el servicio que sea de calidad y los

precios que sean accesibles, el 66% que deben haber promociones y el 22% paquetes turísticos, información que se debe tomar en consideración al momento de implementar el centro turístico.

# 15. Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el nuevo complejo turístico

Cuadro 20: Medios de comunicación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	17	9%
Revistas	31	16%
Prensa	12	6%
Internet	193	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Los medios de comunicación por los que les gustaría enterarse de la nueva unidad de servicio es a través de una página de internet, el 16% por medio de revistas de información turística, el 9% por televisión y el 6% por la prensa, esto nos permitirá considerar para planificar la publicidad.

16. Cómo le gustaría que se promocione el nuevo complejo turístico Cuadro 21: Promoción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	22	11%
Camisetas	101	52%
Llaveros	132	68%
Gorras	122	63%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Irene Mora

Los encuestados manifiestan en un 68% que el centro turístico se lo puede promocionar entregando llaveros, el 63% gorras, el 52% camisetas y el

11% descuentos, esto permite planificar la promoción para hacer conocer

el centro turístico y posicionarlo en el mercado.

**Demanda Potencial** 

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir

o utilizar de un determinado producto, en el mercado. En este caso el

servicio del centro turístico.

Para determinar la demanda potencial se procedió en primer lugar a

proyectar la población objeto de estudio para el año base que es el 2017,

que según el INEC, la población de acuerdo al censo del 2010 es de 11633

habitantes con una tasa de crecimiento del 1.42%.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pf = Db (1 + i)n$$

De donde:

Pf = Población Futura

Db = Demanda base

I = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos

Pf = Db (1 + i)n

Pf = 11633 (1 + 0.0142)6

Pf = 11633 (1 + 0.0142)6

Pf = 11633 (1,0142)6

Pf = (11633)(1,09)

Pf = 12.660

56

**Cuadro 22: Demanda Potencial** 

Años	Demanda Potencial (1.42%)
0	12.660
1	12.840
2	13.022
3	13.207
4	13.395
5	13.585
6	13.778
7	13.973
8	14.172
9	14.373
10	14.577

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## **Demanda Real**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan en el mercado. En el presente caso las personas que visitan los centros turísticos cuando visitan el Cantón Santo Domingo que son un promedio del 58%

. Cuadro 23: Demanda Real

Años	Demanda Potencial (1.42%)	Demanda Real 58%
0	12.660	7.343
1	12.840	7.447
2	13.022	7.553
3	13.207	7.660
4	13.395	7.769
5	13.585	7.879
6	13.778	7.991
7	13.973	8.105
8	14.172	8.220
9	14.373	8.336
10	14.577	8.455

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### **Demanda Efectiva**

La cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado, Está constituida por quienes tienen intención y capacidad de compra o van a utilizar el servicio, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

Cuadro 24: Demanda Efectiva

				Vece	No.	
	Demanda Potencial	Demand	Demand	s que	Persona	Demand
Años	(1.42%)	a Real	а	visita	s con las	a Futura
	(1.4270)	58%	Efectiva	al	que	arutura
			90%	año	visita	
0	12.660	7.343	6.609	5	3	99.128
1	12.840	7.447	6.702	5	3	100.535
2	13.022	7.553	6.798	5	3	101.963
3	13.207	7.660	6.894	5	3	103.411
4	13.395	7.769	6.992	5	3	104.879
5	13.585	7.879	7.091	5	3	106.369
6	13.778	7.991	7.192	5	3	107.879
7	13.973	8.105	7.294	5	3	109.411
8	14.172	8.220	7.398	5	3	110.965
9	14.373	8.336	7.503	5	3	112.540
10	14.577	8.455	7.609	5	3	114.138

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### Análisis de la Oferta

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto(s) o servicios relacionado con el del proyecto, estos

constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

## Oferta Internacional de Centros Turísticos

## Oferta de Centros Turísticos a nivel nacional

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos. Cada región geográfica y dentro de ellas aglutina diversas manifestaciones de la cultura ecuatoriana y sus estilos de vida, lo que confirma que cuatro mundos coexisten y se vinculan en un solo territorio. El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO, como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afro ecuatorianas. El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con

expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afro ecuatorianas. (PlandeTur, 2017)

Análisis de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados

La oferta de Turismo en la provincia de Santo Domingo es variada y por ello desde ayer sus habitantes hallan satisfacción en el gran número de visitantes que llegan hasta estas tierras. Si bien la tradición de los Tsáchilas con sus costumbres ancestrales es uno de los principales ganchos, la ciudad busca abrir el abanico de oportunidades al resto de la población.

Para determinar el crecimiento de la oferta se tiene en cuenta el incremento promedio de las actividades turísticas estimadas por el país para el año 2015 que es 2,3% en alimentos y bebidas, alojamiento y otros similares, así como servicios recreacionales 9%; con ello se obtiene un valor medio de 5,65%, este porcentaje se aplica a la información del año base para obtener la serie futura.

Cuadro 25: Oferta estimada de servicios turísticos en Santo Domingo de los Tsáchilas

Año	Período	Tasa	Oferta Total
		crecimiento	
2016	0	5.65%	673.540
2017	1	5.65%	711.595
2018	2	5.65%	751.800
2019	3	5.65%	794.277
2020	4	5.65%	839.153

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### Oferta Local de Centros Turísticos

Resultados de las entrevistas realizadas a las autoridades de la Junta Parroquial de Puerto Limón.

La entrevista se la realizó al Presidente del GAD Parroquial y a los asambleístas territoriales de la parroquia Puerto Limón, con la finalidad de conocer algunos aspectos que permitan llevar a efecto el estudio y determinar la factibilidad del mismo. La entrevista se la realizó al Sr. Cristhian Ganchozo, Presidente del GAD Parroquial, a los señores: Tito Pilligua, Sandra Maldonado, Isabel Sánchez, Cristóbal Lamar, María Aguavil, Bienvenido Moreira, Lilian Herrera, Hugo Morillo, Maretxi Vélez, Silvio León, Santa Mera y Mario Vargas.

- .2. La Parroquia Puerto Limón es considerado como un destino Turístico El Presidente de la Junta Parroquial conjuntamente con sus Asambleístas Parroquiales manifestaron que no ha sido considerado un destino Turístico, pero con una buena promoción el lugar tendría un buen desarrollo turístico, por ser un sector donde se conserva tradiciones de sus ancestros manabitas. Ya que esta parroquia fue fundada por montubios de Chone, Santa Ana, Olmedo, Flavio Alfaro, Montecristi y Portoviejo.
- .3. La Parroquia Puerto Limón cuenta con ofertas turísticas La parroquia Puerto Limón cuenta con medicina ancestral con hierbas del lugar, lo que constituye un patrimonio para los habitantes, alrededor de la parroquia se encuentran cauces, donde el visitante entra en contacto con la naturaleza y se deleita con fenómenos naturales como la cascada del rosario en el río cori que da muestra del patrimonio fluvial de la región. Además cuenta con una gastronomía manabita, como por ejemplo maní y sal prieta; así mismo se encuentran a su alrededor ríos: neme, mulaute, negro, baba, toachi, del blanco entre otros, donde se hace el rafting, lo que seduce a turistas nacionales y extranjeros.
  - .4. Qué porcentaje de turistas ingresan a la Parroquia Puerto Limón mensualmente.

Los turistas que ingresan a la Parroquia Puerto Limón son en un promedio de 100 semanal.

- .5. En lo que respecta a la infraestructura turística que posee la parroquia está de acuerdo a las necesidades y exigencias de las turistas.
  En la parroquia Puerto Limón no existe la infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades de los turistas.
- .6. Cuáles son los motivos por el cual no se ha desarrollado el sector turístico en la parroquia.

El principal factor para que no exista el desarrollo turístico está relacionado directamente con la asignación de presupuesto para este tipo de actividad.

.7. A través de qué medios de comunicación se hace conocer de los lugares turísticos de la Parroquia Puerto Limón.

Estos lugares se los da a conocer a través de las redes sociales.

.8. Les gustaría que se implemente un complejo turístico en la Parroquia, donde se de los servicios necesarios a los turistas.

En su totalidad manifestaron que sería una excelente oportunidad para atraer a los turistas y que la parroquia se vaya desarrollando en el sector turístico, indicando que tendrían todo el apoyo necesario.

Cuadro 26: La planta turística que se encuentra en Puerto Limón es la siguiente:

Razón social	Cantidad
Agencias de viaje en el cantón	5
Alojamiento en la parroquia (hotel, hoteles, pensión,	4
hosterías)	
Comidas y bebidas (restaurantes, cafetería, bar)	12
Recreación diversión esparcimiento	2
Transporte turístico	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Irene Mora

#### **Análisis**

De acuerdo a los resultados de la entrevista realizada a las autoridades de la Parroquia Puerto Limón y al sondeo realizado en la parroquia se determinó que no existe oferta alguna sobre el proyecto que se quiere implementar que es un centro turístico en donde se oferte el servicio de

restaurante, hospedaje a través de cabañas, piscinas y juegos recreativos para adultos y niños. Por consiguiente la oferta es cero.

#### **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

#### Servicio Turístico

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo (la actividad que desarrolla un individuo cuando, con fines de ocio, descanso u otro, se traslada a un lugar distinto al que se encuentra habitualmente y pernocta allí).

La empresa a implementarse es un:

COMPEJO TURÍSTICO: Es una localidad que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes. Los servicios que ofertará el complejo turístico son los siguientes:

- Recreación: piscinas, juegos infantiles y áreas deportivas.
- Hospedaje: Alojamiento en cabañas con baño privado, Tv, closet y parqueadero.
- Alimentación: Restaurante y bar.





Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Las estrategias aplicadas al complejo fueron las siguientes:

#### Diferenciación del servicio

Se resalta las características que hacen diferente al complejo turístico a los demás complejos de la zona.

- i. Servicio de piscina, juegos infantiles y canchas deportivas.
- ii. Servicio de alojamiento con cabañas de caña guadua cerca del bosque.
- iii. Servicio de Bar- restaurante con comida tradicional.
- iv. Responsabilidad ambiental para minimizar el impacto humano y mantener la vegetación nativa.

## Razón Social

El nombre del Complejo turístico es "La Providencia", dado que se ubica en el recinto del mismo nombre en la parroquia de Puerto Limón

## Slogan

Se escogió el siguiente slogan debido a que en este lugar se puede disfrutar de un agradable descanso.

## , somos lo mejor en comodidad y diversión ,

## Logotipo de la empresa

Los colores utilizados en el logotipo son el verde por el entorno del bosque y vegetación, el color café por el diseño del complejo que utiliza la madera en su construcción y el azul por el esparcimiento acuático (piscinas).

Figura 1. Logotipo del complejo



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## • Identidad corporativa

El diseño la tarjeta de presentación fue el siguiente:

Figura 2. Tarjeta de presentación





Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## b) Precio

El precio final de los servicios ofrecidos por el complejo turístico están dados de acuerdo a los costos de producción y a la competencia

También se estableció la política de cobro y formas de pago del complejo "La providencia" en cada servicio ofrecido:

En el hospedaje según el tipo de reservación: mediante vía telefónica o internet la reservación se la hace con el 50% del valor del servicio y el resto cuando el cliente llegue a hacer uso del hospedaje, en el caso de que la reservación se la realice de manera personal el cobro se lo hará en su totalidad en ese momento.

En el resto de servicios que se ofrecen la forma de pago será en efectivo y tarjeta de crédito.

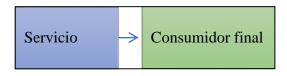
## a) Plaza

Se utilizan los canales:

#### El canal directo

El canal de distribución usado por la pymes es directamente entre el servicio y el cliente o consumidor final, ya que los clientes llegaran por iniciativa propia.

Figura 3. Canal directo



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## Canal indirecto

El canal de distribución indirecto se lo implementa al hacer uso de alianzas con operadoras de turismo como intermediarios para hacer llegar al consumidor al complejo turístico la providencia.

Figura 4. Canal indirecto



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## d) Promoción

Se determinó los siguientes medios publicitarios:

- Radio
- Internet
- Redes Sociales
- Ferias locales y provinciales
- Afiliación a la cámara de turismo de la ciudad

## • Spot publicitario

Asista y disfrute de diversión y descanso en nuestras cabañas y piscina rodeados de un paraíso vegetal! En el Complejo turístico "La Providencia", parroquia Puerto Limón, entrando por el Kilómetro 6 de la vía Quevedo, una experiencia inolvidable.

## Página WEB

En lo referente a la publicidad, las encuestas reflejaron que los medios informáticos y redes sociales son el medio de llegar al consumidor de son la manera más rápida y efectiva hoy en día. Para mayor difusión y conocimiento del complejo turístico se diseñó una Página Web.

Figura 5. Diseño de página web



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

# e) Costos y gastos del área comercial

Tabla 28. Requerimiento de publicidad

Detalle
Página web
Tarjetas de presentación
Publicidad en radio

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### **ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

#### **TAMAÑO**

Se conoce como tamaño de una planta o empresa la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo.

## Capacidad

La capacidad de un proyecto o empresa se expresa, no en términos de la cantidad de servicios que se obtienen, sino en función del volumen de los servicios que se ofertan.

#### Capacidad Instalada

Es el potencial de producción o volumen máximo de producción o de servicio que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período determinado de tiempo, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, como por ejemplo, instalaciones, equipos, mobiliario, tecnología entre otros.

La capacidad instalada del Centro Turístico va a estar en función de los servicios que va a ofertar el mismo, en este caso: El servicio de Restaurant, hospedaje, piscinas, canchas juegos infantiles.

Cuadro 29: TAMAÑO DEL PROYECTO	
INSTALACIONES	m² por cada área
Construcciones	3.568 m <sup>2</sup>
Área Administrativa	120 m <sup>2</sup>
Otras Áreas (Vestidores y baños, mantenimiento y seguridad,	4.312 m <sup>2</sup>
parqueadero)	
TOTAL	8.000m <sup>2</sup>

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Cuadro 30: Restaurante

N° Mesas	N°. Sillas	No. personas
5	4 sillas	20 personas
2	6 sillas	12 personas
1	8 sillas	8 personas
TOTAL		40 personas

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

Cuadro 31: Cabañas para hospedaje

N° Cabañas	N°. Camas	No. personas
2	3 dobles x2	12 personas
2	4 triples x 2	18 persona
4	Cabañas familiares	36 personas
TOTAL		66 personas

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

## Capacidad Utilizada

Es el porcentaje de la capacidad instalada que efectivamente se emplea. En el caso del Centro Turístico se utilizará el 100% de la capacidad instalada.

## **Capacidad Administrativa**

Debe tenerse claro el panorama respecto si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano, con el cual operará la empresa en forma eficiente y efectiva.

El centro turístico contará con el siguiente personal:

Cuadro 32: Personal Administrativo		
Cantidad	Descripción	
1	Gerente	
1	Secretaria-Contadora	
2	Recepcionista (1 para hospedaje y 1 para restaurant).	
1	Conserje-Guardián	
1	Chofer	

Fuente: Organigrama Estructural de la Empresa

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

#### Capacidad Financiera

En cualquier tipo de proyecto empresarial es importante analizar las condiciones económico-financieras de que dispone para ello, esto significa determinar la capacidad para financiar la inversión, esto ya sea con capital propio o financiado por terceras personas (instituciones financieras).

Cuadro 33: Capacidad Financiera

Descripción	Monto	Porcentaje
Capital Propio	172.886.60	31%
Corporación Financiera Nacional	379.015.60	69%

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional **Elaborado por:** Irene Jazmin Mora Lara.

# **LOCALIZACIÓN**

El primer punto a analizar será precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación de un Centro Turístico. El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

## LOCALIZACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO.

#### Macrolocalización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

Factores determinantes de la Macro localización

- Localización del mercado de consumo:
- Fuentes de materias primas;
- Disponibilidad de mano de obra;
- Facilidades de transporte;
- Fuentes de suministro de agua;
- Disponibilidad de energía eléctrica y combustible;
- Disposiciones legales, fiscales o de política económica;
- Servicios públicos diversos;
- Condiciones climáticas.

El Centro Turístico la Providencia se ubicará en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, ubicado en el centro este de Ecuador, a una altura de 244 msnm y una temperatura promedio de 16 a 23°C, parroquia Puerto Limón.



Figura 11: Mapa por parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas

Fuente: GADPST, Gobierno Provincial.

Elaborado por: Instituto Geográfico Militar.

#### Microlocalización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo, selección y

#### Factores determinantes de la Micro localización

En la micro localización influyen los siguientes factores: re-limitación precisa de las áreas, también denominado sitio, en que se localiza y operara el proyecto dentro de una macro zona.

- a) Tipo de edificio;
- b) Área requerida;
- c) Necesidades de líneas férreas, carreteras y otros medios;
- d) Consumo de agua, luz y energía;
- e) Volúmenes y residuos de agua;
- f) Otros contaminantes;
- g) Instalación y cimentación para equipo y maquinaria;
- h) Flujo y transporte de materias primas dentro de la planta.

El centro Turístico se encontrara ubicado en el recinto la Providencia, parroquia Puerto Limón.

Esmeraldas Pichincha Puerto Quito San Lorenzo Valle Hermo Santo Domingo Onito STO DGO Alluriquin El Carmen Flavio Santo Domingo Alfaro de los Tsáchilas Mejia Esfuerzo Sigcho America anta Maria del Toachi a Man Manabi Pujili

Figura 24: Mapa de Puerto Limón

Fuente: GADP de Puerto Limón.

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

#### **Terreno**

El terreno donde se ubica la construcción del complejo turístico es de propiedad del Señor José Eduardo Lara con un valor de treinta mil dólares americanos con una dimensión de 10.000 metros cuadrados. El terreno tiene sembríos de árboles frutales como: naranja, limón, arazá, borojo, aguacate, guayaba y muchas flores propias del sector.

## Diseño y tipología de construcción

El diseño se lo realizó con la ayuda de un técnico en la carrera de ingeniería civil, esto se lo realizo en función a las necesidades de los clientes. Para la construcción de la infraestructura del complejo turístico se realizó una construcción de tipo mixta utilizando caña guadua y cemento para guardar armonía con la naturaleza.

4. Cabaña 2 5. Cabaña 3 6. Piscina 7. Cancha 1. Recepcion Adminsitracion 2. Comedor- cocina- bar deportiva 3. Cabaña 1 8.Sembrio domestico 9. Juegos infantiles 10. Puente de madera. 11. Zona de hamacas 12. Zona de juegos 13. Animales domesticos 14. Bodega. 15. Sendero

Figura 6. Diseño de la construcción

Fuente: Investigación

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

El área que se destina como restaurante del complejo turístico se compone de una cabaña grande. En este sitio se implementará el Bar - restaurante. Se cuenta con un área deportiva donde se encontrara una cancha de indorvolley, juegos infantiles y una piscina sitios destinados para el descanso recreativo de los clientes.

# **INGENIERÍA DE PROCESOS**

# Flujograma de Procesos

El proyecto es una Pyme turística que se basa en los procesos: recreación, hospedaje, alimentación. Se estableció el diagrama de flujo, que facilitaran las operaciones correctas para el mejor servicio.

Inicio Recepción y cobro del servicio Servicio ofrecido Recreacion Alimentacion Hospedaje (Piscinas y area (Bar -(alojamiento) deportiva) restaurante)

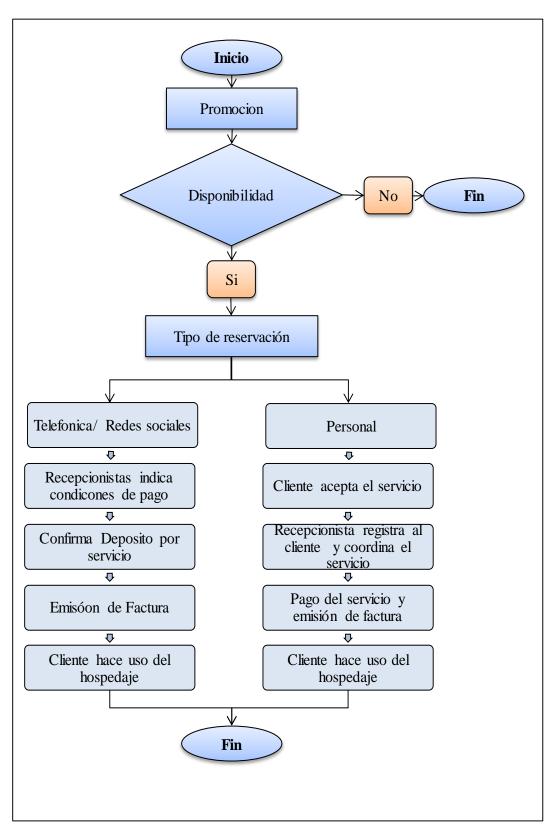
Figura 7. Flujo grama general del complejo turístico.

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

# b) Flujo grama del proceso área recreativa

El área recreativa dispone de del servicio de Piscinas, juegos infantiles canchas deportivas.

Figura 8. Flujo grama del proceso área recreativa



Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

# Inicio Interes del cliente Promoción al cliente Disponibilidad No Fin Si Cliente acepta el servicio $\overline{\Phi}$ Pago del servicio y emisión de comprobante Cliente hace uso del area recreativa

# c) Flujo grama del proceso del área hospedaje

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

Fin

# 4) Flujo grama del proceso área alimentación

El área de alimentación comprende el uso del restaurante- bar, que puede ser usado como salón de eventos.

Inicio Interes del cliente Disponibilidad Fin No Si Mesero entrega la carta Cliente hace pedido Mesero registra la orden Mesero hace pedido en cocina Cocinero prepara la orden Mesere sirve la orden Cliente se alimenta Mesero emite la cuenta Cliente paga por servicio Cajero emite emite factura Fin

Figura 9. Flujo grama del área de alimentación

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara

## ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL

Es una herramienta muy útil para organizar la estructura formal de una organización, en el cual se representa gráficamente, el nivel jerárquico, las interrelaciones, las funciones de cada puesto dentro de la organización que conlleva cierta responsabilidad con su consecuente nivel de autoridad.

#### **ESTUDIO LEGAL**

#### Tipo de empresa

La empresa tiene como objeto el servicio turístico bajo la modalidad de complejo turístico y se constituye bajo la denominación legal de Compañía de Responsabilidad Limitada.

La pyme se legalizara bajo normas y regulaciones de las leyes del Ecuador

## Requisitos para apertura del RUC (Registro Único del Contribuyente)

- ✓ Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia de una planilla de un servicio certificada de la escritura pública de constitución.
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de cédula de identidad, certificado de votación del representante legal.
  - Original o copia de las cartas de servicios básicos de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.
  - Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción

## Requisitos para apertura del número patronal en el IESS.

La empresa también deberá afiliar a todos sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Para lo cual se debe cumplir con algunos procedimientos para la obtención de los documentos:

- ✓ Contrato de trabajo inscrito ante el inspector de trabajo estando de acuerdo con todas las clausulas escritas a favor de ambas partes el empleador y empleado.
- ✓ Cédula de identidad del representante legal de la compañía.
- ✓ RUC
- ✓ Posterior a todos estos pasos se procederá a la inscripción de cada uno de los empleados.
- ✓ Certificado bancario.

## Requisitos para afiliación a la cámara de turismo

- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante legal de la empresa.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ RUC
- ✓ Patente municipal.
- ✓ Registro dl ministerio de turismo.
- ✓ Dos fotos tamaño carnet.

#### Requisitos para licencia anual de funcionamiento

- Solicitud de registro en el catastro turístico dirigida al señor alcalde.
- Certificado de registro conferido por el ministerio de turismo.
- Patente municipal actualizada.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.
- Copia certificada del RUC.
- Lista de precios del establecimiento turístico.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento

## **Beneficios Legales**

El código de la producción incentiva tributariamente a las nuevas empresas que se radiquen en el país con:

- La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta año 2014 es 22%.
- Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial.
- La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno por cada nuevo empleado.
- La exoneración del impuesto a la salida 5% de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva.
- Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores.
- Para zonas deprimidas: se priorizará la nueva inversión otorgándole un beneficio.
- Fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años. Todo esto según el título III, capítulo I, Art. 24 del reglamento al Código de la Producción.
- Que las microempresa y pequeñas pueden ingresar al sistema nacional de contratación pública (Sercop). Según el capítulo III, título II, Art 55 del reglamento al Código de la Producción.
- Según el Capítulo II, Art. 62 del Reglamento del Código de la producción el estado apoyará al acceso de las mi pymes al financiamiento de la banca pública privada y estatal.
- Según el Art. 24 del Reglamento del Código de la producción el

beneficio ambiental se da en un incentivo tributario como deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y la producción eco-eficiente.

## g) Obligaciones Legales.

Según el Código Tributario las empresas tienen la obligación de:

- Presentar la declaración del impuesto a la Renta.
- Presentar la declaración del impuesto al IVA, mensualmente.
- Presentar los anexos transaccionales mensuales (ATS).
- Anexos redep (relación dependencia) una vez al año en el mes febrero.

Según el Código Laboral las empresas tienen la obligación de:

Afiliar a los trabajadores desde el primer día de trabajo al IESS.

Según la Constitución y el Código de la Producción es obligación de la empresa preservar el medio ambiente, así como promover el crecimiento sustentable de la economía, esto según Art. 3 de la Constitución del Ecuador.

#### **Organigramas**

Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella. (GAVILANES, 2012)

#### **Niveles Jerárquicos**

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

#### Nivel directive

Las funciones principales son; legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer nivel jerárquico de la empresa, formado por la Junta General de socios u accionistas.

#### Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

#### Nivel asesor

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

## Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

Apoya a los otros niveles administrativos, en la empresa.

#### Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

#### Coordinaciones

Tiene autoridad solo hacia sus dependientes y asesora, puede delegar autoridad, más no responsabilidad. Consiste en integrar las actividades de departamentos independientes para perseguir las metas de la organización con eficacia. El grado de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del grado de interdependencia que existe entre las personas de las diversas unidades

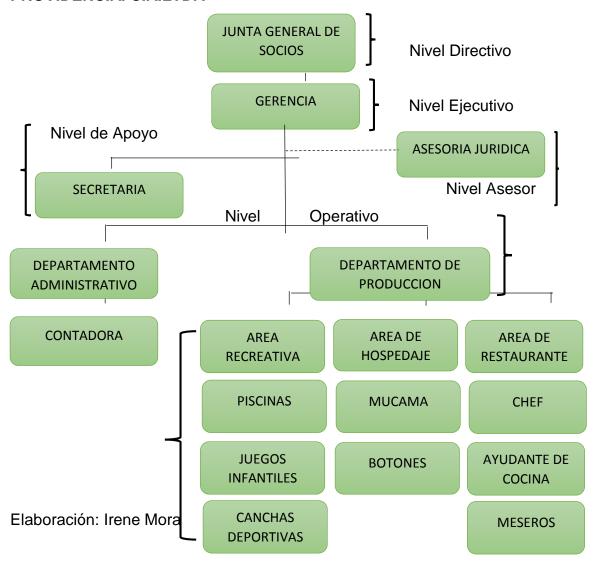
Cuando el intercambio de información es menos importante, el trabajo se puede efectuar con mayor eficiencia, con menos interacción entre departamentos o secciones.

Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable,

#### Puestos operativos

Es la parte fundamental en la producción o realización de tareas primarias y/o. No tiene autoridad ni delega responsabilidad.

# ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURISTICO LA PROVIDENCIA. CIA.LTDA



#### **MANUAL DE FUNCIONES**

Es un libro de intrusiones para el personal de una organización que describe vinculación, responsabilidad y actividades a desarrollar en un puesto o área específica para cada integrante de la organización.

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Gerente General
Áreas de responsabilidad	Gerencia General
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

Control y coordinación de actividades del complejo recreativo. Representación legal y extrajudicial de la Pyme.

#### **Funciones:**

- \* Administrar y representar legalmente a la empresa.
- \* Administrar la empresa.
- \* Presentar a nombre de la empresa, ofertas en ferias de turismo.
- \* Contratar empleados.
- \* Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de los pagos
- \* Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.
- \* Motivación al personal que tiene a su cargo.
- \* Planificación del trabajo.
- \* Evaluar los comentarios y sugerencias de los visitantes.

# Características del puesto de trabajo:

- \* Responsabilidad.
- \* Conducción con responsabilidad de cada uno de los departamentos de la empresa.
- \* Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas.

# Requisitos:

- \* Ingeniero en ecoturismo o carreras afines al turismo.
- \* Conocimiento de manejo de empresas turísticas.
- \* Conocimiento del idioma Inglés.

Dependencia: Jerárquicamente depende dueño del complejo.

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Secretaria
Áreas de responsabilidad	Secretaria
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

Manejo de archivos y documentos así como también hacer las veces de recepcionista.

#### **Funciones:**

- \* Realizar la redacción de los documentos y oficios de la empresa.
- \* Receptar las comunicaciones internas como externas.
- \* Coordinar actividades de la compañía que le sean asignadas.
- \* Recibir y atender a los clientes.
- \* Hacer reservas y vender el producto turístico.
- \* Llevar un registro de turistas que visitan la empresa.
- \* Atención y soluciones a problemas y quejas presentadas por los turistas.

# Características del puesto de trabajo:

- \*Responsabilidad en el cuidado de documentos.
- \* Excelente capacidad para la reservación y venta de paquetes.
- \* Excelente atención a clientes.

## Requisitos:

- \* Cursando estudios superiores en administración turística
- \* Conocimiento idioma inglés
- \* Experiencia mínima 2 años
- \* Buenas relaciones humanas.

Dependencia: Jerárquicamente depende del gerente general

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Chef
Áreas de responsabilidad	Restaurante
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

Preparación del menú para los visitantes al centro recreacional.

#### **Funciones:**

- \* Preparación de los platos típicos
- \*Elaborar cartas y menús para el restaurante.
- \* Compra de materia prima para la elaboración de los platos
- \* Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales.
- \* Controlar los pedidos que realiza el cliente.
- \* Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos.
- \* Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina.

# Características del puesto de trabajo:

- \* Dirige la cocina y del buen funcionamiento del servicio de restaurante.
- \* Confección de menú
- \* Cuida que los platos que se sirvan

# Requisitos:

- \*Licenciado en gastronomía.
- \* Conocimiento idioma Inglés
- \* Buenas relaciones humanas.

Dependencia: Jerárquicamente depende del Administrador.

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Mesero
Áreas de responsabilidad	Restaurante
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

Estar pendiente de los turistas que vienen consumir el servicio de restauración.

#### **Funciones:**

- \* Dar la bienvenida y recibir a los turistas.
- \* Responsable del correcto montaje de las mesas.
- \* Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú que se ofrecen.
- \* Tomar el pedido de los clientes para proceder a la elaboración.
- \* Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido.
- \* Entregar al cliente la orden ya preparada.
- \* Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera.
- \* Recoger los platos luego que el cliente se haya servido.
- \* Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y calidad de los alimentos y bebidas.

## Características del puesto de trabajo:

- \* Responsabilidad en su trabajo.
- \* Trabajo en equipo.
- \* Compañerismo.

## Requisitos:

- \* Un año de experiencia
- \* Buena presencia.
- \* Buenas relaciones humanas.
- \* Conocimiento idioma inglés.

Dependencia: Jerárquicamente depende del Cocinero

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Ayudante de limpieza
Áreas de responsabilidad	Hospedaje
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

Ayudar en la limpieza del complejo.

## Funciones:

- \* Organizar neveras y armarios.
- \*Mantener en orden y limpieza la cabañas para hospedaje de turistas
- \* Llevar equipajes a cabañas de hospedaje.
- \*Realizar el lavado de toallas sabanas y demás implementos utilizados en el confort del visitante.
- \* Recibir y atender a clientes.
- \* Demás ordenes que se le designen
- \* Pendiente del inventario de productos de limpieza.

# Características del puesto de trabajo:

- \* Responsabilidad en el cumplimiento de su labor.
- \* Trabajo en equipo
- \* Compañerismo.

## Requisitos:

- \* Instrucción Bachiller
- \*Un año de experiencia
- \* Buenas relaciones humanas.

Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente/Secretaria.

#### **Funciones:**

\* Organizar neveras y armarios.

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Jardinero
Áreas de responsabilidad	Área Recreación
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias

#### Naturaleza del trabajo:

Tener en buenas condiciones las áreas verdes y de recreación del complejo turístico.

#### Funciones:

- \* Cuidar los jardines.
- \* Llevar un registro de poda de los jardines.
- \*Mantener en buen estado la piscina y juegos infantiles

## Características del puesto de trabajo:

- \* Responsabilidad en su trabajo.
- \* Trabajo en equipo.
- \* Compañerismo.

## Requisitos:

- \* Instrucción: bachiller
- \* Experiencia en el trabajo
- \* Buenas relaciones humanas.

Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente

- \*Mantener en orden y limpieza la cabañas para hospedaje de turistas
- \* Llevar equipajes a cabañas de hospedaje.
- \*Realizar el lavado de toallas sabanas y demás implementos utilizados en el confort del visitante.
- \* Recibir y atender a clientes.
- \* Demás ordenes que se le designen
- \* Pendiente del inventario de productos de limpieza.

COMPLEJO TURÍSTICO LA PROVIDENCIA			
DESCRIPTIVO DE CARGO			
Nombre del puesto Guardia			
Áreas de responsabilidad Área Recreación			
Tiempo de trabajo Ocho horas diarias			

Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anormalidades al interior del complejo turístico

#### Funciones:

- \* Atender y recibir a los clientes
- \* Controla el cumplimiento de normas y disposiciones reglamentarias en el lugar
- \* Efectúa rondas en el complejo turístico para prevenir y detectar robos, incendios mal uso de equipos o instalaciones en general.
- \* Verifica el uso de iluminación con relación a las necesidades de control.
- \* Registra novedades en el tiempo cumplido, e informa de anomalía

## Características del puesto de trabajo:

- \* Responsabilidad en su trabajo.
- \* Trabajo en equipo.
- \* Compañerismo.

# Requisitos:

- \* Instrucción: bachiller
- \* Experiencia en el trabajo
- \* Buenas relaciones humanas.

Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente

## ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

#### INVERSIÓN

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

En el proceso de determinar la inversión podemos clasificarla en:

**Inversión Fija**: Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto

Terrenos: Es aquella erogación que se realiza por la compra del terreno para la implementación del Centro Turístico, en la parroquia Puerto Limón, que de acuerdo al GADM de Santo Domingo, el metro cuadrado de terreno es de \$.7,25, para lo cual se hará la adquisición de3 8000 m². El total es de \$.58.000.00

**Cuadro 34: Terrenos** 

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
8000	m <sup>2</sup>	Terreno	7,25	58.000,00
		TOTAL		58.000,00

Fuente: GAD Municipal de Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Construcciones:** Erogaciones que se realizan por metro cuadrado de construcción para los diferentes ambientes del centro turístico, como es el área de recreación, restaurant y hospedaje. El costo total asciende a \$.418.020.00.

**Cuadro 35: Construcciones** 

	Unidad			
Canti	de	December 16 m	Precio	Valor Tatal
dad	Medida	Descripción	Unitario	Valor Total
	(m²)			
2	256,50	Piscinas	280,00	71.820,00
1	420,00	Cancha sintética	80,00	33.600,00
1	420,00	Cancha de básquet	60,00	25.200,00
10	22,50	Vestidores	100,00	2.250,00
1	280,00	Restaurant	245,00	68.600,00
2	20,00	Cabañas individuales	250,00	5.000,00
2	30,00	Cabañas triples	280,00	8.400,00
4	88,00	Cabañas familiares	290,00	25.520,00
1	375,00	Área de parqueo	50,00	18.750,00
1	36,00	Caseta de vigilancia	180,00	6.480,00
1	120,00	Área Administrativa	220,00	26.400,00
		Área de recolección de		
1	30,00	desechos	50,00	1.500,00
1	40,00	Fosa séptica	200,00	8.000,00
2	800,00	Área Juegos Infantiles	30,00	24.000,00
1	300,00	Cominerías y áreas de conexión	75,00	22.500,00
1	20,00	Cuarto máquinas Piscinas	150,00	3.000,00
	35,00	Área se servicios	145,00	5.075,00
4	120,00	Servicios higiénicos 30m2	245,00	29.400,00
1	25,00	Cuarto de máquinas	175,00	4.375,00
1	10,00	Cuarto de equipos	175,00	1.750,00
1	120,00	Sala de juegos	220,00	26.400,00
	3.568,00	TOTAL		418.020,00

Fuente: Cámara de la Construcción de Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Maquinaria y Equipos para piscinas:** Son aquellos gastos que se realizan por la compra de maquinaria y equipos para que funcionen las piscinas en forma adecuada. El costo total asciende a \$.13.385.00

Cuadro 36. Maquinaria y Equipos para piscinas

Cant	Unidad		Precio		
i	de	Descripción	Unitario	Valor Total	
dad	Medida		Unitario		
		Bombas de presión para piscina			
1	Unidad	de niños	280,00	280,00	
		Bombas de presión para piscina			
1	Unidad	de adultos	280,00	280,00	
1	Unidad	Filtro sanitizador	425,20	425,20	
1	Unidad	Transformador Trifásico 50Kva	2.200,00	2.200,00	
1	Unidad	Ozonizador	169,00	169,00	
1	Unidad	Generador de alto voltaje	31,65	31,65	
			10.000,0		
1	Unidad	Juegos infantiles	0	10.000,00	
		TOTAL		13.385,85	

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Vehículo:** Es la erogación que se realiza por la adquisición de un vehículo para actividades operativas del centro turístico. El costo total asciende a \$.21.500.00

Cuadro 37: Vehículo

	Unida			
	d de			Volor Total
Cantid	Medid		Precio	Valor Total
ad	а	Descripción	Unitario	
		Camioneta doble Cabina,		
1	Unidad	Chevrolet, año 2017	21.500,00	21.500,00
		TOTAL		21.500,00

Fuente: Concesionaria Chevrolet

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

Herramientas de operación para el área recreativa: Gastos que se tienen que realizar por la compra de herramientas para mantener en buen estado los diferentes espacios verdes del centro turístico. El monto total asciende a \$.855,00.

Cuadro 38: Herramientas de operación : Recreación

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Caja de herramientas	380,00	380,00
1	Unidad	Podadora 22 5.7. Hp. Porten	475,00	475,00
		TOTAL		855,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Equipos de oficina para área recreativa**: Erogaciones que se tienen que realizar por concepto de adquisición de muebles y enseres para el área recreativa. El monto total asciende a \$.1757.oo.

Cuadro 39: Equipos de oficina para área recreativa

Cantidad	Unidad de	Descripción	Precio	Valor
	Medida		Unitario	Total
1	Unidad	Teléfono	15,00	15,00
1	Unidad	Caja registradora boletería	52,00	52,00
1	Unidad	Sumadora	90,00	90,00
4	Unidad	Pantallas LCD 42"	400,00	1.600,00
		TOTAL		1.757,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Muebles y Enseres área recreativa:** Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de muebles para adecuar el área recreativa del centro turístico. El costo total asciende a \$.2.734.00.

Cuadro 40: Muebles y enseres área recreativa

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
		Parasoles con		
12	Unidad	sillas	49,99	599,88
1	Unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
1	Unidad	Escritorio pequeño	120,00	120,00
6	Unidad	Perezosas	190,00	1.140,00
12	Unidad	Sillas	65,00	780,00
		TOTAL		2.734,88

Fuente: Mercado Libre Ecuador
Elaboración: Irene Jazmin Mora Lara

**Maquinaria y equipo para Restaurante:** Son aquellos gastos que se realizan por la compra de maquinarias y equipos para el funcionamiento del restaurante. El costo total asciende a \$.2.295.00

Cuadro 41: Maquinaria y Equipos Restaurant

Cantidad	Unidad de	Descripción	Precio	Valor Total
Cantidad	Medida	Descripcion	Unitario	valor rotar
		Cocina Industrial con		
1	Unidad	freidora	500,00	500,00
1	Unidad	Licuadora Oster	120,00	120,00
1	Unidad	Microondas industrial	325,00	325,00
1	Unidad	Congelador Horizontal	1.000,00	1.000,00
		Ollas industriales de 60 cm.		
1	Unidad	umco	150,00	150,00
		Pailas industrial grande de		
1	Unidad	aluminio	120,00	120,00
1	Unidad	Tostadora Continental	80,00	80,00
		TOTAL		2.295,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

**Muebles y Enseres para Restaurant:** Son erogaciones que se realizan por la compra de muebles para adecuar el funcionamiento del Restaurante. El monto total asciende a \$.2.975,00

**Cuadro 42: Muebles y enseres Restaurant** 

	Unidad de	Descripción	Precio	Valor
Cantidad	Medida	Descripcion	Unitario	Total
		Mesas de madera para		
		cuatro, seis y ocho		
8	unidad	personas	95,00	760,00
40	unidad	Sillas de madera	45,00	1.800,00
1	unidad	Counter	320,00	320,00
1	unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
		TOTAL		2.975,00

Fuente: La Casa del Mueble Elaboración: Irene Mora

Equipos para restaurante: Son aquellos gastos que se tienen que realizar para comprar equipos que permiten viabilizar la operatividad del Restaurante. El monto total asciende a \$.312.00.

Cuadro 43: Equipos para el restaurant

	Unidad de	Dosoringión		Valor Total
Cantidad	Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
		Caja		
1	unidad	registradora	52,00	52,00
1	unidad	Teléfono	15,00	15,00
		Ventiladores de		
5	unidad	pared	28,00	140,00
		Ventiladores de		
2	unidad	techo	45,00	90,00
1	Unidad	Reloj de pared	15,00	15,00
		TOTAL		312,00

Fuente: Marcimex

Maquinaria y Equipos para cabañas: Son aquellos gastos que se ocasionan por la adquisición de equipos para adecuar las habitaciones. El monto total asciende a \$. 7.106,00

Cuadro 44: Maquinaria y Equipos Cabañas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
6	Unidad	Televisor 32"	250,00	1.500,00
2	Unidad	Refrigerar pequeño	150,00	300,00
		Refrigeradora de 12		
4	Unidad	pies	520,00	2.080,00
6	Unidad	Ventiladora de Techo	120,00	720,00
2	Unidad	Lavadoras industriales	525,00	1.050,00
2	Unidad	Secadoras	728,00	1.456,00
		TOTAL		7.106,00

Fuente: Marcimex

Elaboración: Irene Mora

**Muebles y Enseres para cabañas**: Son aquellas erogaciones que se generan por la compra de muebles y enseres para la operatividad de las cabañas. El monto total asciende a \$.6.250.00

Cuadro 45: Muebles y enseres Cabañas

	Unidad de	Descripción	Precio	Valor Total
Cantidad	Medida	Descripcion	Unitario	Valor Total
3	unidad	Camas literas de 2 plazas	150,00	450,00
8	unidad	Camas de madera de 2 plazas	185,00	1.480,00
4	unidad	Camas familiares	250,00	1.000,00
8	Unidad	Peinadoras	160,00	1.280,00
20	Unidad	Veladores	45,00	900,00
12	unidad	Sillas	65,00	780,00
8	Unidad	Mesas pequeñas.	45,00	360,00
		TOTAL		6.250,00

Fuente: La Casa del Mueble

**Equipos de Seguridad**: Son aquellos gastos que se generan por concepto de equipos destinados a ser utilizados para la seguridad del centro turístico. El monto total asciende a \$.345.00

Cuadro 46: Equipos de seguridad

	Unidad de		Precio	Valor
Cantidad	Medida	Descripción	Unitario	Total
5	Unidad	Extintores DE 10 LBS	22,00	110,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad	110,00	110,00
		Alarmas de seguridad clientes		
1	Unidad	en los juegos.	125,00	125,00
		TOTAL		345,00

Fuente: Mercado Libre Elaboración: Irene Mora

Muebles y Enseres de oficina: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de muebles para la oficina y poder operar las actividades administrativas. El costo total asciende a \$.2725.00.

Cuadro 47: Muebles y Enseres de Oficina

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	unidad	Escritorios estilo gerente	220,00	660,00
3	unidad	Sillones giratorios	145,00	435,00
2	Unidad	Archivadores de 5 gavetas	175,00	350,00
1	Juego	Sala de oficina	500,00	500,00
12	Unidad	Sillas de oficina	65,00	780,00
		TOTAL		2.725,00

Fuente: Mueblería Puerto Limón

Elaboración: Irene Mora

Equipos de computación: Son aquellos gastos que se ocasionan por la adquisición de equipos tecnológicos para viabilizar las operaciones financieras y contables de la empresa. El costo total asciende a \$.2535.00

Cuadro 48: Equipo de computación

	Unidad de	Descripción	Precio	Valor Total
Cantidad	Medida	Descripcion	Unitario	valor rotar
3	unidad	Computadores de escritorio	750,00	2.250,00
3	unidad	Impresora	95,00	285,00
		TOTAL		2.535,00

Fuente: Tecnología Avanzada

Elaboración: Irene Mora

Equipos de oficina. Son aquellas erogaciones que se ocasionan por la compra de equipos que faciliten el buen funcionamiento del centro turístico. El costo asciende a \$.410,00

Cuadro 49: Equipo de oficina

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Sumadora	110,00	110,00
3	unidad	Ventilador pedestal	85,00	255,00
3	unidad	Telefóno	15,00	45,00
		TOTAL		410,00

Fuente: Tecnología Avanzada

Elaboración: Irene Mora

Equipo de Telecomunicaciones: Es el gasto que se genera por la adquisición de una línea telefónica, para operativizar las actividades de comunicación de la empresa. El monto asciende a \$.245,00

**Cuadro 50: Equipo de Telecomunicaciones** 

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Central Telefónico	245,00	245,00
		TOTAL		245,00

Fuente: CNT

**Cuadro 51: Resumen Activos Fijos** 

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terrenos	58.000,00
Construcciones	418.020,00
Maquinaria y equipos	13.385,85
Vehículos	21.500,00
Herramientas de operación: recreación	855,00
Equipos de oficina: recreación	1.757,00
Muebles y Enseres Recreación	2.734,88
Maquinaria restaurant	2.295,00
Muebles y Enseres Restaurant	2.975,00
Equipo: Restaurant	312,00
Maquinaria y Equipo: Cabañas	7.106,00
Muebles y Enseres: Cabañas	6.250,00
Equipos de Seguridad	345,00
Muebles y Enseres de Oficina	2.725,00
Equipo de computación	2.535,00
Equipo de oficina	410,00
Equipo de Telecomunicaciones	245,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	541.450,73

Fuente: Presupuestos Elaboración: Irene Mora

#### **ACTIVOS DIFERIDOS**

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos.

En conclusión son todos aquellos activos pagados por anticipado y que tienen que ser amortizados, que de acuerdo a la ley se amortizan para cinco años.

**Cuadro 52: Activos Diferidos** 

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
Estudios Preliminares	1.200,00	1.200,00
Gastos de Constitución	980,00	980,00
Puesta en marcha	550,00	550,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.730,00	2.730,00

Fuente: Presupuestos

**Capital de Trabajo**: Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre los que tenemos mano de obra directa e indirecta, insumos, menaje entre otros, etc.

Mano de Obra área recreativa: Son aquellos salarios que tienen que ser cancelados de acuerdo a lo que establece la Ley, y que se les cancelará los trabajadores que prestarán sus servicios en el área de recreación. El monto total anual asciende a \$.17.491.46

Cuadro 53: Mano de Obra Área recreativa

					Aporte	TOTAL A
Canti		Sueldo	Décimo III	Décimo	Patronal	PAGAR
dad	Personal	Unificado	Sueldo	IV Sueldo	12.15%	MENSUAL
1	Socorrista	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27
1	Recepcionista y control	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27
1	Jefe de Mantenimiento	380,00	31,67	31,25	46,17	489,09
	TOTAL MENSUAL					1.457,62
	TOTAL ANUAL					17.491,46

Fuente: Ministerio de Trabajo Elaboración: Irene Mora

**Mano de obra para Restaurante**: Salarios que tienen que ser cancelados por el servicio que presta el personal en el restaurant y que debe estar en función de lo que establece la Ley. El monto total asciende a \$.26.483.42.

Cuadro 54: Mano de Obra Restaurante

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL PAGAR MENSUAL	Α
1	Chef	600,00	50,00	31,25	72,90	754,15	
	Ayudante de						
1	Cocina	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27	
1	Meseros	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27	
1	Recepcionista	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27	
	TOTAL						
	MENSUAL					2.206,95	;
	TOTAL						
	ANUAL					26.483,42	2

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Irene Mora

Mano de obra para cabañas: Desembolsos que se realizan por pago del personal que se encargará de la operatividad de las cabañas, salarios que tienen que estar de acuerdo a lo que establece la Ley. El monto total asciende a \$.11.622.42.

Cuadro 55: Mano de Obra Cabañas

					Aporte	TOTAL A
		Sueldo	Décim	Décim	Patrona	PAGAR
Cantida		Unificad	o III	o IV	I	MENSUA
d	Personal	o	Sueldo	Sueldo	12.15%	L
1	Mucama	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27
1	Recepcionista	376,00	31,33	31,25	45,68	484,27
	TOTAL					
	MENSUAL					968,53
	TOTAL ANUAL					11.622,42

Fuente: Ministerio de Trabajo

Insumos para mantenimiento de piscina: Gastos que se generan por la compra de insumos para mantener las piscinas en buen estado y con la higiene necesaria. El monto total asciende a \$.470,00

Cuadro 56: Insumos para Mantenimiento de piscinas

		Descripción	Precio	Valor Total
Cantidad	Unidad de Medida	Description	Unitario	valor rotar
1	caneca	Cloro Libre	58,00	58,00
6	unidad	Pala o bolsa red	5,00	30,00
12	unidad	Cepillos de acero	3,00	36,00
1	caneca	Algan	55,00	55,00
1	caneca	Algan Negro	55,00	55,00
1	caneca	Brillant	62,00	62,00
1	caneca	Flokan	58,00	58,00
1	caneca	Brillan Diamante	58,00	58,00
1	caneca	Clorant 2	58,00	58,00
		TOTAL ANUAL		470,00
		TOTAL MENSUAL		39,17

Fuente: IQUISA- México

Elaboración: Irene Mora

**Menaje de Cocina**: Son aquellos desembolsos que se realizan para la adquisición de todo lo que corresponde a menaje para la utilización de quehaceres de la cocina y adecuar los espacios necesarios para el restaurante. El monto total asciende a \$. 666.93.

Cuadro 57: Menaje de cocina

	Unidad de Descripción		Precio	Valor Total
Cant.	Medida	Descripcion	Unitario	Valor Total
4	docenas	Vajilla para Restaurant	65,00	260,00
2	Juegos	Cubiertos (cucharas, tenedores, cuchillos) 42 piezas	40,99	81,98
5	docenas	vasos para jugo	5,85	29,25
1	docena	Ensaladeras	2,00	2,00
2	Juegos	Pirex	28,00	56,00
2	Juegos	Cuchillos para cocina	22,00	44,00
2	Juegos	Cucharetas para cocina	8,35	16,70
24	unidades	Manteles	6,00	144,00
10	Unidades	Floreros	1,25	12,50
10	Unidad	Azucareras	1,45	14,50
10	unidades	Saleros	0,30	3,00
10	unidades	Servilleteros	0,30	3,00
		TOTAL ANUAL		666,93
		TOTAL MENSUAL		55,58

Fuente: Mercado Libre Elaboración: Irene Mora

**Menaje e insumos para cabañas:** Son todos aquellos gastos que se generan para adecuar las habitaciones, así como los insumos de limpieza que van en las mismas. El monto total asciende a \$. 2.778.00

Cuadro 58: Menaje e insumos para cabañas

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
11	Unidad	Colchones de 2 plazas Chaide-	135,00	1.485,00
70	Unidad	Almohadas	4,50	315,00
40	Juegos	Sábanas	12,00	480,00
11	Unidad	Edredones	15,00	165,00
24	Docenas	Jabón de baño	1,00	24,00
24	Docenas	Shampoo sachet	1,25	30,00
12	Paquetes	Papel Higiénico	6,25	75,00
12	Juegos	Toallas para baño	17,00	204,00
		TOTAL ANUAL		2.778,00
		TOTAL MENSUAL		231,50

Fuente: Mercado Libre Elaboración: Irene Mora

**Fuerza Motriz**: Es el costo que se cancela por energía de 220 Watios para el funcionamiento de las maquinarias. El monto total asciende a \$.768.00.

**Cuadro 59: Fuerza Motriz** 

	Unidad de		Precio	Precio
Cant.	medida	Descripción	unitario	total
		Energía Eléctrica para motores y		
3200	watio	alumbrado parque	0,02	64,00
		TOTAL MENSUAL		64,00
		TOTAL ANUAL		768,00

Fuente: Empresa Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Irene Mora

**Energía Eléctrica**: Es el costo que se cancela por el pago de energía eléctrica de 110 Watios, para las diferentes dependencias del centro turístico. El monto total asciende a \$.498.00

Cuadro 60: Energía Eléctrica

Cant.	Unidad d Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
		Energía Eléctrica para		
1500	watio	restaurante	0,01	15
		Energía Eléctrica para		
1800	watio	cabañas	0,01	18
850	watio	Energía Eléctrica oficinas	0,01	8,5
		TOTAL MENSUAL		41,5
		TOTAL ANUAL		498

Fuente: Empresa Eléctrica de Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Irene Mora

**Agua para piscinas**: Es el costo que se cancela por agua, para el mantenimiento de las piscinas. El monto total asciende a \$.2276,35.

Agua Potable para Restaurant, cabañas y oficinas. Gasto que se ocasiona por el pago de agua para las diferentes dependencias del centro turístico. El costo total asciende a \$.252.00.

Cuadro 62: Agua potable para Restaurant, Cabañas y oficinas

Cantidad	Unidad	de	Descripción	Precio	Valor
Cantidad	Medida		Descripcion	Unitario	Total
	Metros				
320	cúbicos		Agua para Restaurant	0,03	9,60
	Metros				
380	cúbicos		Agua para cabañas y oficinas	0,03	11,40
			TOTAL MENSUAL		21,00
			TOTAL ANUAL		252,00

Fuente: GAD Municipal de Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Irene Mora

**Útiles de oficina**: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de materiales para realizar las actividades administrativas. El monto total es de \$.159.25.

Cuadro 63: Útiles de oficina

Cantidad	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	Resmas	Papel bond (área recreativa, restaurant, hospedaje)	2,80	8,40
1	Caja	Esferos (rojo, azul, negro)	3,20	3,20
1	Caja	Lápices	1,90	1,90
3	Unidad	Borradores	0,25	0,75
3	Unidad	Engrapadora	5,80	17,40
3	Unidad	Perforadora	4,20	12,60
3	Unidad	Basurero	5,00	15,00
5	Juegos	Tinta para impresora	20,00	100,00
		TOTAL ANUAL		159,25
		TOTAL MENSUAL		13,27

Fuente: Librería Los Tsáchilas

**Insumos para alimentación**: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de insumos para la alimentación y ofertar un servicio de calidad. El monto total asciende a \$.3.636.50.

Cuadro 64: Insumos para alimentación

Cantidad	Unidad de	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
	Mediad	-		
5	Quintales	Arroz	70,00	350,00
2	Quintales	Azúcar	62,00	124,00
30	Fundas Kilo	Sal:	0,95	28,50
2	Canecas	Aceite	110,00	220,00
10	Kilos	Especies	3,00	30,00
100	Kilos	Verduras	1,30	130,00
100	Kilos	Frutas	3,50	350,00
300	Kilos	Carnes Rojas	3,80	1.140,00
90	Kilos	Embutidos	2,00	180,00
520	Kilos	Pollo	1,50	780,00
80	Cubetas	Huevos	3,80	304,00
		TOTAL ANUAL		3.636,50
		TOTAL MENSUAL		303,04

Fuente: Comercial Olguita Elaboración: Irene Mora

**Bebidas**: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de bebidas para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes. Este monto asciende a \$.1.358.80.

Cuadro 65: Resumen del Costo del Servicio

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra recreación parque acuático	1.457,62	17.491,46
Mano de obra Restaurant	2.206,95	26.483,42
Mano de obra cabañas	968,53	11.622,42
Insumos mantenimiento de piscina	39,17	470,00
Menaje de cocina	55,58	666,93
Menaje de cabañas	231,50	2.778,00
Fuerza Motriz	64,00	768,00
Energía Eléctrica	41,50	498,00
Agua parque	189,70	2.276,35
Agua restaurante, cabañas	21,00	252,00
Insumos de limpieza	10,30	123,60
Útiles de oficina	13,27	159,25
Insumos de alimentación	303,04	3.636,50
Bebidas	113,23	1.358,80
TOTAL	5.715,39	68.584,73

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Irene Mora

### **COSTOS OPERATIVOS**

Son aquellos gastos que surgen de las actividades actuales de un negocio. Costos operativos en cualquier período de tiempo representa lo que le cuesta a una compañía hacer negocios, estos pueden ser: Gastos de Administración, Gastos de Venta, Gastos Financieros y otros gastos.

Para el determinar el monto de la inversión se tomará en consideración los gastos de administración y de venta.

#### Gastos de Administración

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la

naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina y demás servicios generales de oficina.

**Sueldos y Salarios**: Son aquellos desembolsos que se le hace al personal que labora en el sector administrativo y que se encuentran supeditados por la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa, y los sueldos tienen que ser establecidos de acuerdo a la ley. El monto total de este rubro asciende a \$.17.738.15.

Cuadro 66: Sueldos y Salarios

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
	Gerente o					
	Administra					
1	dor	800,00	66,67	31,25	97,20	995,12
	Secretaria					
1	Contadora	375,00	31,25	31,25	45,56	483,06
	TOTAL					
	MENSUAL					1.478,18
	TOTAL					
	ANUAL					17.738,15

Fuente: Tabla de sueldos y salarios

Elaboración: Irene Mora

Gastos de Internet: Son aquellos desembolsos que se realiza por concepto de pago a operadoras de este tipo de servicio, con la finalidad de dar un servicio de calidad al cliente. El monto total de este rubro asciende a \$.600.00.

Cuadro 67: Gastos de Internet

Cantidad	Descripción	V/MENSUAL	V/ANUAL
1	Paquete de Internet	50,00	600,00
	TOTAL	50,00	600,00

Fuente: CNT

Gastos de Teléfono: Son erogaciones que se realizan por concepto de pago de teléfono, para realizar actividades de gestión y venta del servicio. El monto de este rubro asciende a \$.300.00.

Cuadro 68: Gastos de Teléfono

Unidad de medida	Descripción	V7Mensual	V/Anual
Minutos	Pago de Teléfono	25,00	300,00
	TOTAL MENSUAL	25,00	300,00

Fuente: CNT

Elaboración: Irene Mora

Cuadro 69: Resumen Gastos de Administración

DESCRIPCIÓN	V/MENSUAL	V/ANUAL
Sueldos y Salarios	1.478,18	17.738,15
Gastos de Internet y TV Cable	50,00	600,00
Gastos de Teléfono	25,00	300,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.553,18	18.638,15

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Irene Mora

**Gasto de Venta**: Los gastos de venta son los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, en conclusión son generadas en el departamento de ventas.

Gasto de combustible y **lubricantes**: Son aquellos gastos que se realizan por la adquisición de combustibles y lubricantes, para el mantenimiento del vehículo. Monto total \$.503.84.

Cuadro 70: Gastos de Combustibles y Lubricantes

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
158	Galones de Gasolina Eco a 1.48 c/g	1,48	233,84
6	Cambio de aceite	45,00	270,00
	TOTAL ANUAL		503,84
	TOTAL MENSUAL		41,99

Fuente: Gasolineras de Santo Domingo de los Colorados

**Útiles d oficina**: Son aquellos gastos que se generan por la confección de factureros, para emitir de acuerdo lo que establece la Ley, las respectivas facturas. El monto total de este rubro asciende a \$.196.00.

Cuadro 71: Útiles de oficina

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
20	Libretines de facturas	9,80	196,00
	TOTAL ANUAL		196,00
	TOTAL MENSUAL		16,33

Fuente: Imprenta Santo Domingo

Elaboración: Irene Mora

**Publicidad**: Son aquellos gastos que se generan por la difusión o divulgación de información sobre el centro turístico, para posicionarlo en el mercado. El monto total de este rubro asciende a \$.2.580.00

Cuadro 72: Publicidad

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
1	Plan Anual de publicidad	900,00	900,00
2	Vallas publicitarias	600,00	1.200,00
1	Diseño de una página web	480,00	480,00
	TOTAL ANUAL		2.580,00
	TOTAL MENSUAL		215,00

Fuente: Medios de comunicación de la localidad

Elaboración: Irene Mora

**Promoción**: Son los gastos que se ocasionan por adquisición de incentivos a corto plazo, los mismos que permitirán incrementar el nivel de venta del servicio. El monto total asciende a \$.396.00.

Cuadro 73: Promoción

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
24	Docenas de esferos	8,50	204,00
24	Docenas de llaveros	8,00	192,00
	TOTAL ANUAL		396,00
	TOTAL MENSUAL		33,00

Fuente: Imprenta Santo Domingo

Cuadro 74: Resumen Gastos de Venta

DESCRIPCION	V/Mensual	V/Anual
Combustibles y Lubricanes	41,99	503,84
Útiles de oficina+	16,33	196,00
Publicidad	215,00	2.580,00
Promoción	33,00	396,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	306,32	3.675,84

Fuente: Presupuestos
Elaboración: Irene Mora

**Inversión total**: La inversión total del proyecto se la obtiene de la suma de la inversión fija, los activos diferidos o intangibles y el capital de trabajo.

Cuadro 75: Inversión

DESCRIPCIÓN	V/PARCIAL	V/TOTAL	MONTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Terrenos		58.000,00	
Construcciones		418.020,00	
Maquinaria y equipos		13.385,85	
Vehículos		21.500,00	
Herramientas de operación: recreación		855,00	
Equipos de oficina: recreación		1.757,00	
Muebles y Enseres Recreación		2.734,88	
Maquinaria restaurant		2.295,00	
Muebles y Enseres Restaurant		2.975,00	
Equipo: Restaurant		312,00	
Maquinaria y Equipo: Cabañas		7.106,00	
Muebles y Enseres: Cabañas		6.250,00	
Equipos de Seguridad		345,00	
Muebles y Enseres de Oficina		2.725,00	
Equipo de computación		2.535,00	
Equipo de oficina		410,00	
Equipo de Telecomunicaciones		245,00	
TOTAL ACTIVOS			541.450,73
ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudios Preliminares		1.200,00	
Gastos de Constitución		980,00	
Puesta en marcha		550,00	

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			2.730,00
CAPITAL DE T RABAJO (MENSUAL)			
Costo del Servicio			
Mano de obra recreación	1.457,62		
Mano de obra Restaurant	2.206,95		
Mano de obra cabañas	968,53		
Insumos mantenimiento de piscina	39,17		
Menaje de cocina	55,58		
Menaje de cabañas	231,50		
Fuerza Motriz	64,00		
Energía Eléctrica	41,50		
Agua parque para piscinas	189,70		
Agua restaurante, cabañas	21,00		
Insumos de limpieza	10,30		
Útiles de oficina	159,25		
Insumos de alimentación	303,04		
Bebidas	113,23		
TOTAL COSTO DEL SERVICIO			5.861,37
COSTOS OPERATIVOS			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	1.478,18		
Gastos de Internet	50,00		
Gastos de Teléfono	25,00		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		1.553,18	
Gastos de Venta			
Combustibles y Lubricanes	41,99		
Utiles de oficina	16,33		
Publicidad	215,00		
Promoción	33,00		
TOTAL GASTOS DE VENTA		306,32	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			1.859,50
MONTO TOTAL DE LA INVERSIÓN			551.901,60
-			

Fuente: Presupuestos
Elaboración: Irene Mora

# **FINANCIAMIENTO**

Entre las Fuentes Financieras que se pueden utilizar para un proyecto son:

**Fuentes Internas**: Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

**Fuentes Externas**: Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.

El proyecto se financiará de la siguiente forma:

**Cuadro 76: FINANCIAMIENTO** 

DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	172.886,60	31%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	379.015,00	69%
	551.901,60	100%

Fuente: Monto de la Inversión

Elaboración: Irene Mora

## **ANALISIS DE COSTOS**

Para este tipo de análisis nos basamos en la contabilidad de costos, la misma que constituye una parte fundamental de la contabilidad general y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos del servicio, a efecto de determinar el costo real del servicio o generar un bien o servicio.

#### **DEPRECIACIONES**

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término **depreciación** se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia. Para el presente caso, la depreciación se la calculará de acuerdo a lo que exige el Servicio de Rentas internas para presentar los estados financieros, con sus respectivos anexos, como es el método por porcentaje fijo.

**Cuadro 77: Depreciaciones** 

		%			
		DEPRECIACI	VIDA	DEPRECIACIÓ	VALOR EN
BIENES	MONTO	ÓN	UTIL	N ANUAL	LIBROS
Construcciones	418.020,00	5%	20 años	20.901,00	209.010,00
Maquinaria y equipos área					
recreativa	13.385,85	10%	10 años	1.338,59	-
Vehículos	21.500,00	20%	5 años	4.300,00	
Herramientas de operación:					
recreación	855,00	10%	10 años	85,50	-
Equipos de oficina: recreación	1.757,00	10%	10 años	175,70	-
Muebles y Enseres Recreación	2.734,88	10%	10 años	273,49	-
Maquinaria restaurant	2.295,00	10%	10 años	229,50	-
Muebles y Enseres Restaurant	2.975,00	10%	10 años	297,50	-
Equipo: Restaurant	312,00	10%	10 años	31,20	-
Maquinaria y Equipo: Cabañas	7.106,00	10%	10 años	710,60	-
Muebles y Enseres: Cabañas	6.250,00	10%	10 años	625,00	-
Equipos de Seguridad	345,00	10%	10 años	34,50	-
Muebles y Enseres de Oficina	2.725,00	10%	10 años	272,50	-
Equipo de computación	2.535,00	33%	3 años	836,55	25,35
Equipo de oficina	410,00	10%	10 años	41,00	-
TOTAL	483.205,73	178%		30.152,62	209.035,35

Fuente: Presupuestos Elaboración: Irene Mora

## **REINVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

Cuando el bien ha terminado su vida útil, la empresa tiene que realizar la reinversión de un nuevo activo fijo, y dar de baja al que termino su período de vida, en este caso el equipo de computación.

Cuadro 78: Reinversión de Activos Fijos

		% de	Vida	Dep.	V/Residu
ACTIVOS	Monto	Dep.	Útil	Anual	al
Equipos de computación 4					
año	2.788,50	33%	3 años	920,21	27,88
Equipos de computación 7					
año	3.067,35	33%	3 años	1.012,23	30,67
Equipos de computación 10					
año	3.374,09	33%	3 años	1.113,45	33,74

Fuente: Cuadro de depreciaciones

Elaboración: Irene Mora

#### **AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**

Las amortizaciones son los abonos que se hacen para reducir el monto de dinero que se solicitó inicialmente en préstamo; es decir, los pagos que son amortizaciones no se usan para el pago de otros conceptos (como los intereses), únicamente para reducir el monto inicialmente solicitado en préstamo. Generalmente, estos abonos de dinero se hacen periódicamente; sin embargo, al igual que otras características de los créditos, pueden variar según el crédito. A medida que se realizan las amortizaciones, la cantidad de dinero que aún se debe disminuye a este dinero se le llama saldo, que viene a ser el dinero correspondiente al monto inicial solicitado que aún no se le ha reembolsado al prestamista.

**Intereses**: Los intereses son un porcentaje del total del monto solicitado, sin embargo, este porcentaje puede ser fijo o variable, dependiendo de si está atado o no a algún índice variable como la inflación. Los intereses se pagan mensualmente, trimestralmente, anualmente, etc., según las condiciones del préstamo

El monto solicitado: Es la cantidad de dinero que se solicita en préstamo.

El plazo: Corresponde al tiempo durante el cual será retornado el total del valor del crédito y los intereses correspondientes; es decir, al finalizar este tiempo, quien solicitó el préstamo ya ha debido pagar a quien le otorgó el

préstamo todo el dinero correspondiente al monto solicitado, así como los intereses.

Cuadro 79: Tabla de

amortización

Monto 379.015,00

Tasa de interés 11,15%
Plazo 10 años
Entidad Financiera CFN

Pagos

: Anuales

AÑOS	CAPITAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	VALOR EN
ANOS	CAPITAL	INTERES	AWORTIZACION	DIVIDENDOS	LIBROS
0					
					379.015,00
1	379.015,00	42.260,17	37.901,50	80.161,67	341.113,50
2	341.113,50	38.034,16	37.901,50	75.935,66	303.212,00
3	303.212,00	33.808,14	37.901,50	71.709,64	265.310,50
4	265.310,50	29.582,12	37.901,50	67.483,62	227.409,00
5	227.409,00	25.356,10	37.901,50	63.257,60	189.507,50
6	189.507,50	21.130,09	37.901,50	59.031,59	151.606,00
7	151.606,00	16.904,07	37.901,50	54.805,57	113.704,50
8	113.704,50	12.678,05	37.901,50	50.579,55	75.803,00
9	75.803,00	8.452,03	37.901,50	46.353,53	37.901,50
10	37.901,50	4.226,02	37.901,50	42.127,52	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Irene Mora

# **AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

La amortización de activos diferidos no está sujetos a la vida útil de un bien, sino que por lo general, se amortizan según se vayan utilizado. La amortización de acuerdo a la Ley se lo hace para cinco años.

**Cuadro 80: AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS** 

DESCRIPCIÓN	MONTO	AMORTIZACIÓN
Estudios Preliminares	1.200,00	240,00
Gastos de Constitución	980,00	196,00
Puesta en marcha	550,00	110,00
TOTAL		546,00

Fuente: Presupuestos
Elaboración: Irene Mora

### PRESUPUESTO PROFORMADO

Constituye una herramienta que permite determinar los costos totales de producción, y en base a ello poder determinar los costos unitarios de producción y a la vez poder clasificarlos en los diferentes tipos de costos.

COSTO DE PRODUCCIÓN  IT 7.491,46  IT 7.491,4	Cuadro 81: Presupuesto Proformado										
Mano de clear perceaction area recreatives  17,494,46  19,296,03  19,284,33  20,248,67  20,105,06  20,105,07	Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de obra Restaurant	COSTO DE PRODUCCIÓN										
Mano de obrar cabahas	Mano de obra recreación area recreativa	17.491,46	18.366,03	19.284,33	20.248,55	21.260,98	22.324,03	23.440,23	24.612,24	25.842,85	27.135,00
Insurano mantenimiento de piscine 470,00 433,50 516,10 544,00 671,29 599,00 629,04 661,34 694,40 772,12 (1034,63 Managia de cocina 666,93 700,28 736,29 772,06 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,84 10,044,83 10,046,83 10,046,84 10,046,	Mano de obra Restaurant	26.483,42	27.807,59	29.197,97	30.657,87	32.190,76	33.800,30	35.490,32	37.264,83	39.128,07	41.084,48
Insurano mantenimiento de piscine 470,00 433,50 516,10 544,00 671,29 599,00 629,04 661,34 694,40 772,12 (1034,63 Managia de cocina 666,93 700,28 736,29 772,06 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,83 10,046,84 10,044,83 10,046,83 10,046,84 10,046,	Mano de obrra cabañas	11.622.42	12.203.54	12.813.72	13,454,40	14.127.12	14.833.48	15.575.15	16.353.91	17.171.61	18.030.19
Memagie de cocima	Insumos mantenimiento de piscina	470.00	493.50	518.18	544.08	571.29	599.85	629.84	661.34	694.40	729.12
Mennig de cabahas 2,778,00 2,916,00 30,02,76 3,216,80 3,276,68 3,245,61 3,722,79 3,000,92 4,104,37 4,209,59 Energia Bellerines 768,00 806, d 846,72 880,06 933,61 800,18 1,020,19 1,080,66 1,134,67 4,709,67 7,709,67 4,755,77 7,72,66 4,000,000,000,000,000,000,000,000,000,0	·										
Fueres Morize Freegis Effectiva Freegis Effective Freegis Effectiva Freegis Effectiva Freegis Effective Freegis Effectiv											
Energias Hiederica											
Agus pratures (2.276,35   2.390,17   2.599,68   2.635,16   2.766,92   2.905,27   3.090,53   3.203,06   3.363,21   3.513,37   3.645,68   3.77,28   3.67,78											
Agus returant, cabañas	Š	,	- ,	,			,				
Insurance de limpieza  123,60 129,78 136,72 143,08 150,24 157,75 184,36 150,24 157,76 166,64 173,92 142,08 235,28 247,05 Insurance de alimentacion 1,55,05 1,52,5 167,21 175,57 184,36 183,57 20,32,5 2,34,11 224,08 235,28 247,05 Insurance de alimentacion 1,353,00 1,355,00 1,455,00 1,455,00 1,455,00 1,457,00 1,	Agua parque	2.276,35	2.390,17	2.509,68	2.635,16	2.766,92	2.905,27	3.050,53	3.203,06	3.363,21	3.531,37
Utiles de defina harmonde of alimentación 3.636,50 3.818,33 4.009,24 4.209,70 4.420,19 4.67,26 213,41 224,08 235,28 247,05 Inaurumo de alimentación 3.636,50 3.818,33 4.009,24 4.209,70 4.420,19 4.673,26 5.116,92 5.372,77 5.641,41   Bebiclas 1.358,00 1.425,90 1.425,90 1.425,90 1.690,00 2.091,	Agua retaurant, cabañas	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32	390,93
Resumos de alimentación   3.636,50   3.818,33   4.009,24   4.209,70   4.442,019   4.641,20   4.672,36   5.116,92   5.372,77   5.641,41	Insumos de limpieza	123,60	129,78	136,27	143,08	150,24	157,75	165,64	173,92	182,61	191,74
Bebidas	Utiles de oficina	159,25	167,21	175,57	184,35	193,57	203,25	213,41	224,08	235,28	247,05
Bebidas	Insumos de alimentación	3.636,50	3.818,33	4.009,24	4.209,70	4.420,19	4.641,20	4.873,26	5.116,92	5.372,77	5.641,41
Depreciación de Construcciones 20.901,00 20.90	Bebidas	1.358.00	1.425.90	1,497,20		1.650.66	1.733.19	1.819.85	1.910.84	2.006.38	2.106.70
Depreciación de Maquinaria y equipos 1.338,58 1.338,50 1.450,00 1.55		,	- ,	- , -			, -	/		,	
Depreciación de Vehículos 4.300,00 4.30	· ·	-	1.338.58	1,338,58		1.338.58		·	1.338.58	1.338.58	
Dep. Herramientas de operación: recreación Dep. Equipos de dicinia: recreación 175,70			· ·								
Dep., Equipos de ofcina: recreación 175,70 1	·										
Dep. Muebles y Enseres Recreación 273,49 273,59 29,50 29,5											
Depreciación Maquinaria restaurant 229,50 22											
Dep. Muebles y Enseres Restaurant 297,50 297											
Dep. Equippo: Restaurant Dep. Maquinaria y Equippo: Cabañas Dep. Maguinaria y Equippo: Cabañas Dep. Dep. Dep. Dep. Dep. Dep. Dep. Dep.											
Dep. Maquinaria y Equipo: Cabañas 710,60 710											
Dep. Muebles y Enseres: Cabañas											
Dep. Equipos de Seguridad 34,50 34,5											
TOTAL COSTO DEL SERVICIO   97.586,50   10.015,70   104.616,36   108.397,04   112.366,77   116.534,98   120.911,60   125.507,05   130.332,27   135.498,76	·										
Salarios   17.738,15   18.625,06   19.556,31   20.534,13   21.560,83   22.638,87   23.770,82   24.959,36   26.207,33   27.517,69											
Sueldos y Salarios		97.586,50	101.015,70	104.616,36	108.397,04	112.366,77	116.534,98	120.911,60	125.507,05	130.332,27	135.498,76
Gastos de Internet y TV Cable 600,00		47 720 45	10.005.00	40.550.04	00.504.40	04 500 00	00 000 07	00 770 00	04.050.00	00 007 00	07.547.00
Gastos de Telefono 300,00 315,00 330,75 347,29 364,65 382,88 402,03 422,13 443,24 465,40 Depreciación Muebles y Enseres 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 272,50 Depreciación Equipo de computación 836,55 836,55 836,55 836,55 820,01 920,01 920,01 1,012,23 1,											
Depreciación Muebles y Enseres   272,50   272,											
Depreciación Equipo de computación   836,55   836,55   836,55   836,55   820,91   920,91   920,91   1.012,23											
Depreciación de Equipo de Oficina 41,00 41											
TOTAL GASTOS ADMINISTR. 19.788,20 20.690,11 21.637,11 22.715,82 23.759,89 24.856,17 26.098,58 27.307,22 28.576,29 30.010,04 (2.705,06 2.70	Depreciación de Equipo de Oficina										
Combustibles y Lubricanes 503,84 529,03 555,48 583,26 612,42 643,04 675,19 708,95 744,40 781,62	TOTAL GASTOS ADMINISTR.	19.788,20	20.690,11	21.637,11	22.715,82	23.759,89	24.856,17	26.098,58	27.307,22		30.010,04
Utiles de oficina 196,00 205,80 216,09 226,89 238,24 250,15 262,66 275,79 289,58 304,06 Publicidad 2.580,00 2.709,00 2.844,45 2.986,67 3.136,01 3.292,81 3.457,45 3.630,32 3.811,84 4.002,43 3.457,45 3.630,32 3.811,84 4.002,43 4.0	Gastos de ventas										
Publicidad 2.580,00 2.709,00 2.844,45 2.986,67 3.136,01 3.292,81 3.457,45 3.630,32 3.811,84 4.002,43 70 70 70 70 70 70 70 70 70 70 70 70 70											
Promoción 396,00 415,80 436,59 458,42 481,34 505,41 530,68 557,21 585,07 614,33 Gastos Financieros 42.260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 Otros Gastos 42.260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 Otros Gastos 546,00 546											
TOTAL GASTOS DE VENTA  3.675,84  3.659,63  4.052,61  4.255,24  4.468,01  4.691,41  4.925,98  5.172,28  5.430,89  5.702,43  Gastos Financieros  42.260,17  38.034,16  33.808,14  29.582,12  25.356,10  21.130,09  16.904,07  12.678,05  8.452,03  4.226,02  TOTAL GASTOS FINANCIEROS  Amortización de Activos Diferidos  546,00											
Gastos Financieros  42.260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 TOTAL GASTOS FINANCIEROS  42.260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 Otros Gastos  Amortización de Activos Diferidos  546,00 546,00 546,00 546,00 546,00 546,00 546,00 TOTAL OTROS GASTOS  65.270,21 63.129,89 60.043,86 57.09,19 54.130,00 50.677,66 47.928,62 45.157,55 42.459,22 39.938,49 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN  163.856,71 164.145,59 164.660,22 165.496,23 166.496,77 167.212,64 168.840,22 170.664,60 172.791,49 175.437,25 Reinversion Equipo de Computación  1071 CORTO SCORD											
Intereses 42,260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 Otros Gastos 42.260,17 38.034,16 33.808,14 29.582,12 25.356,10 21.130,09 16.904,07 12.678,05 8.452,03 4.226,02 Otros Gastos 546,00 5		3.07 3,04	3.033,03	4.032,01	4.233,24	4.400,01	4.031,41	4.323,30	3.172,20	3.430,03	3.702,43
Otros Gastos Amortización de Activos Diferidos 546,00 546,	Intereses	42.260,17	38.034,16	33.808,14	29.582,12	25.356,10	21.130,09	16.904,07	12.678,05	8.452,03	4.226,02
Amortización de Activos Diferidos 546,00 546	TOTAL GASTOS FINANCIEROS	42.260,17	38.034,16	33.808,14	29.582,12	25.356,10	21.130,09	16.904,07	12.678,05	8.452,03	4.226,02
TOTAL OTROS GASTOS 546,00 546,	Otros Gastos										
TOT. COSTO DE OPERACIÓN 66.270,21 63.129,89 60.043,86 57.099,19 54.130,00 50.677,66 47.928,62 45.157,55 42.459,22 39.938,49 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN 163.856,71 164.145,59 164.660,22 165.496,23 166.496,77 167.212,64 168.840,22 170.664,60 172.791,49 175.437,400 TOTAL EGRESOS 163.856,71 164.145,59 164.660,22 168.284,23 166.496,77 167.212,64 171.907,57 170.664,60 172.791,49 178.811,25											
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN 163.856,71 164.145,59 164.660,22 165.496,23 166.496,77 167.212,64 168.840,22 170.664,60 172.791,49 175.437,25 2.788,00 3.067,35 3.074,00 TOTAL EGRESOS 163.856,71 164.145,59 164.660,22 168.284,23 166.496,77 167.212,64 171.907,57 170.664,60 172.791,49 178.811,25							F0 077	47 000	45 457 57	10 150 55	00 000 :-
Reinversion Equipo de Computación         2.788,00         3.067,35         3.374,00           TOTAL EGRESOS         163.856,71         164.145,59         164.660,22         168.284,23         166.496,77         167.212,64         171.907,57         170.664,60         172.791,49         178.811,25											
TOTAL EGRESOS 163.856,71 164.145,59 164.660,22 168.284,23 166.496,77 167.212,64 171.907,57 170.664,60 172.791,49 178.811,25		163.636,71	104.145,59	104.000,22		100.490,77	107.212,64		170.004,00	172.791,49	
	TOTAL EGRESOS	163.856.71	164.145,59	164.660.22		166.496,77	167.212,64		170.664,60	172.791.49	
	Elaboración: La Autora									,	

#### COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Es aquel que se determina considerando la sumatoria de los costos del servicio, los gastos de administración, de venta, financieros y otros gastos.

Tabla 82: Costo Total del servicio						
CT =	CS +	G.ADM. +	G.VENTA+	G.FINANC. +	OTROS GAST.	
CT =	113.085,67	16.148,35	1.886,56	60.000,00	420,00	
	191.540,58					

**Fuente**: Presupuestos

Elaboración: Irene Mora

### DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO

El precio es la cantidad de bienes de cambio que una persona está dispuesta a ceder por un bien o servicio, en un tiempo, lugar y contexto específico Para determinar el precio de un bien o servicio se lo puede realizar en función de:

- Precios con orientación al costo
- Precios con orientación a la demanda
- Precios orientados a la competencia.

Para el presente caso en el Centro Turístico la Providencia, los precios se lo determinará en función a los costos de producción y en base a la competencia, o sea los precios que asignan los diferentes centros turísticos en Santo Domingo de los Tsáchilas. Por lo tanto tenemos los siguientes ingresos.

#### Ingresos por entradas

El centro turístico prestará sus servicios desde el día jueves hasta el domingo, por lo tanto:

Jueves ingresan 50 personas

Viernes ingresan 50 personas

Sábado ingresan 100 personas

Domingo ingresan 150 personas

Dando un total 350 personas semanales esto por las 52 semanas = 18.200 personas al año (350 x 52 semanas = 18.200)

Cuadro 83: Establecimiento de ingresos por entradas

AÑOS	No. Personas	Precio de Venta	Ingresos Totales
1	18.200	5,50	100.100,00
2	18.200	6,00	109.200,00
3	18.200	6,50	118.300,00
4	18.200	7,00	127.400,00
5	18.200	7,50	136.500,00
6	18.200	8,00	145.600,00
7	18.200	8,50	154.700,00
8	18.200	9,00	163.800,00
9	18.200	9,50	172.900,00
10	18.200	10,00	182.000,00

Elaboración: Irene Mora

## **Ingresos por Restaurante**

Los ingresos que se obtendrán por concepto de venta de alimentación se consideran lo siguiente:

De las 16.640 que ingresan al centro turístico:

**Desayunos:** 40 personas accederán por 52 semanas = 2080 personas al año por \$.3.00 c/u nos daría un total de \$.6.240,oo.

**Almuerzos:** 160 personas accederán por 52 semanas = 8.320 personas al año por \$.3.50 c/u nos daría un total de \$.29.120,00.

**Cenas:** 80 personas accederán por 52 semanas = 4.160 personas al año por \$.350.00 c/u nos daría un total de \$.14.560,00.

**Platos a la carta**: 40 personas accederán por 52 semanas = 2080 personas al año por \$.5,00 c/u daría un total de \$.10.400,00

Cuadro 84: Establecimiento de ingresos por restaurant

AÑOS	No. Servicios	Ingresos (2,080 desayunos)	Ingresos (8,320 Almuerzos)	Ingresos (4,160 Cenas)	Ingresos (2,080) Platos Fuertes	Ingresos por Alimentación
1	16.640	6.240	29.120	14.560,00	10.400,00	60.320,00
2	16.640	7.800	30.576	15.288,00	10.920,00	63.336,00
3	16.640	9.360	32.105	16.052,40	11.466,00	66.502,80
4	16.640	10.920	33.710	16.855,02	12.039,30	69.827,94
5	16.640	12.480	35.396	17.697,77	12.641,27	73.319,34
6	16.640	14.040	37.165	18.582,66	13.273,33	76.985,30
7	16.640	15.600	39.024	19.511,79	13.936,99	80.834,57
8	16.640	17.160	40.975	20.487,38	14.633,84	84.876,30
9	16.640	18.720	43.024	21.511,75	15.365,54	89.120,11
10	16.640	20.280	45.175	22.587,34	16.133,81	93.576,12

Elaboración: Irene Mora

# Ingresos por Cabañas

Los ingresos que se percibirán por el alquiler de las cabañas es el siguiente:

- 2 cabañas a \$.60.00 c/u por 3 días semanales por 52 semanas al año = \$.18.720,00
- 2 cabañas a \$.80.00 c/u por 3 días semanales por 52 semanas al año = \$.24.960,00.
- 4 cabañas a \$.120,00 c/u por 3 días semanales por 52 semanas al año = \$.74.880.00.

Cuadro 85: Establecimiento de ingresos por cabañas

AÑOS	Cabañas individuales (208 personas)	Cabañas triples (624 personas)	Cabañas Familiares (3.328 personas)	Ingresos por Cabañas
1	18.720	24.960	74.880,00	118.560,00
2	19.656	26.208	78.624,00	124.488,00
3	20.639	27.518	82.555,20	130.712,40
4	21.671	28.894	86.682,96	137.248,02
5	22.754	30.339	91.017,11	144.110,42
6	23.892	31.856	95.567,96	151.315,94
7	25.087	33.449	100.346,36	158.881,74
8	26.341	35.121	105.363,68	166.825,83
9	27.658	36.877	110.631,86	175.167,12
10	29.041	38.721	116.163,46	183.925,47

Elaboración: Irene Mora.

# Ingresos por entradas cancha sintética

Los ingresos por concepto de alquiler de las canchas sintéticas estarán en función de lo siguiente:

El costo por hora será de \$.20,00 por 12 horas días = \$.240,00 diarios y por 260 días al año = \$.62.400,00 anuales.

Cuadro 86: Ingresos por entradas cancha sintética

AÑOS	No. De Servicios	Precio de Venta/hora	Ingresos Totales
1	2.496	20	49.920,00
2	2.496	21	52.416,00
3	2.496	22	55.036,80
4	2.496	23	57.788,64
5	2.496	24	60.678,07
6	2.496	26	63.711,98
7	2.496	27	66.897,57
8	2.496	28	70.242,45
9	2.496	30	73.754,58
10	2.496	31	77.442,30

# Ingresos por Bar

Los ingresos por concepto de bar estarán en función de que las del total de personas que ingresan al centro turístico 50 personas accederán a adquirir insumos en el bar por 4 días que se atenderá por 52 semanas, nos dará un total de 10.400 personas.

Cuadro 88: Establecimiento de ingresos por Bar

AÑOS	No. Personas Servicios	Promedio de Venta USD	Ingresos Totales
1	10.400	2,00	20.800
2	10.400	3,00	31.200
3	10.400	4,00	41.600
4	10.400	5,00	52.000
5	10.400	6,00	62.400
6	10.400	7,00	72.800
7	10.400	8,00	83.200
8	10.400	9,00	93.600
9	10.400	10,00	104.000
10	10.400	11,00	114.400

Elaboración: Irene Mora

**Cuadro 87: Resumen Ingresos Totales** 

AÑOS	Ingreso por Entradas	Ingreso por Restaurant	Ingreso por Cabañas	Ingreso por Cancha Sintética	Ingreso por Bar	TOTAL INGRESOS
1	100.100,00	60.320,00	118.560,00	49.920,00	20.800,00	189.280,00
2	109.200,00	63.336,00	124.488,00	52.416,00	31.200,00	380.640,00
3	118.300,00	66.502,80	130.712,40	55.036,80	41.600,00	412.152,00
4	127.400,00	69.827,94	137.248,02	57.788,64	52.000,00	444.264,60
5	136.500,00	73.319,34	144.110,42	60.678,07 62.400,00		477.007,83
6	145.600,00	76.985,30	151.315,94	63.711,98	72.800,00	510.413,22
7	154.700,00	80.834,57	158.881,74	66.897,57	83.200,00	544.513,88
8	163.800,00	84.876,30	166.825,83	70.242,45	93.600,00	579.344,58
9	172.900,00	89.120,11	175.167,12	73.754,58	104.000,00	614.941,81
10	182.000,00	93.576,12	183.925,47	77.442,30	114.400,00	651.343,90

#### **DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

Para poder comprender mucho mejor el concepto de **PUNTO DE EQUILIBRIO**, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables (Váguiro, 2017).

Se entiende por **costos operativos de naturaleza fija** aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación.

Por su parte los gastos operacionales fijos son aquellos que se requieren para poder colocar (vender) los productos o servicios en manos del consumidor final y que tienen una relación indirecta con la producción del bien o servicio que se ofrece. Siempre aparecerán prodúzcase o no la venta. También se puede decir que el gasto es lo que se requiere para poder recuperar el costo operacional. En el rubro de gastos de ventas (administrativos) fijos se encuentran entre otros: la nómina administrativa, la depreciación de la planta física del área administrativa (se incluyen muebles y enseres) y todos aquellos que dependen exclusivamente del área comercial.

Los costos variables al igual que los costos fijos, también están incorporados en el producto final. Sin embargo, estos costos variables como por ejemplo, la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación, si dependen del volumen de producción. Por su parte los gastos variables como las comisiones de ventas dependen exclusivamente de la comercialización y venta. Si hay ventas se pagarán comisiones, de lo contrario no existirá esta partida en la estructura de gastos.

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS		-	<u>,                                     </u>	-		•	'	•	,	10
Sueldos y Salarios	17.738,15	18.625,06	19.556,31	20.534,13	21.560,83	22.638.87	23.770.82	24.959.36	26.207.33	27.517.69
Amortización Activo Diferido	546,00	546,00	546.00	546,00	546.00	22.000,07	23.770,02	24.909,00	20.207,33	27.517,09
Intereses	42.260.17	38.034,16	33.808,14	29.582,12	25.356,10	21.130.09	16.904.07	12.678.05	8.452.03	4.226.02
Publicidad	2.580,00	2.709,00	2.844,45	2.986,67	3.136,01	3.292,81	3.457,45	3.630,32	3.811,84	4.002,43
Utiles Oficina Gs. Administración	159.25	167.21	175,57	184,35	193.57	203.25	213.41	224,08		247.05
	, -	- ,	,		, -	, -	- /		235,28	,
Gastos de internet y TV Cable	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gasto de Telefono	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65	382,88	402,03	422,13	443,24	465,40
Depreciación Construcciónes	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00	20.901,00
Dep.Maquinaria y equipos	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58	1.338,58
Depreciación Vehículos	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00
Dep. Herramientas de operación: recread	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50
Dep. Equipos de ofcina: recreación	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70	175,70
Dep. Muebles y Enseres Recreación	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49	273,49
Depreciación Maquinaria restaurant	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50
Dep. Muebles y Enseres Restaurant	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50	297,50
Dep. Equipo: Restaurant	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20	31,20
Dep. Maquinaria y Equipo: Cabañas	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60	710,60
Dep. Muebles y Enseres: Cabañas	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Dep. Equipos de Seguridad	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50	34,50
Depreciación Muebles y Enseres	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50
Depreciación Equipo de computación	836,55	836,55	836,55	920,91	920,91	920,91	1.012,23	1.012,23	1.012,23	1.113,45
Depreciación de Equipo de Oficina	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
TOT. COSTOS FIJOS	94.336,19	91.149,05	88.013,84	85.017,54	81.994,14	78.484,88	75.676,07	72.842,24	70.078,02	67.488,10
COSTOS VARIABLES										
Mano de obra recreación area recreativa	17.491,46	18.366,03	19.284,33	20.248,55	21.260,98	22.324,03	23.440,23	24.612,24	25.842,85	27.135,00
Mano de obra Restaurant	26.483,42	27.807,59	29.197,97	30.657,87	32.190,76	33.800,30	35.490,32	37.264,83	39.128,07	41.084,48
Mano de obrra cabañas	11.622,42	12.203,54	12.813,72	13.454,40	14.127,12	14.833,48	15.575,15	16.353,91	17.171,61	18.030,19
Insumos mantenimiento de piscina	470,00	493,50	518,18	544,08	571,29	599,85	629,84	661,34	694,40	729,12
Menaje de cocina	666,93	700,28	735,29	772,05	810,66	851,19	893,75	938,44	985,36	1.034,63
Menaje de cabañas	2.778,00	2.916,90	3.062,75	3.215,88	3.376,68	3.545,51	3.722,79	3.908,92	4.104,37	4.309,59
Fuerza Motriz	768,00	806,40	846,72	889,06	933,51	980,18	1.029,19	1.080,65	1.134,69	1.191,42
Energía Eléctrica	498,00	522,90	549,05	576,50	605,32	635,59	667,37	700,74	735,77	772,56
Agua para piscinas	2.276,35	2.390,17	2.509,68	2.635,16	2.766,92	2.905,27	3.050,53	3.203,06	3.363,21	3.531,37
Agua retaurant, cabañas	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32	390,93
Insumos de limpieza	123,60	129,78	136,27	143,08	150,24	157,75	165,64	173,92	182,61	191,74
Utiles de oficina ventas	196,00	205,80	216,09	226,89	238,24	250,15	262,66	275,79	289,58	304,06
Insumos de alimentación	3.636,50	3.818,33	4.009,24	4.209,70	4.420,19	4.641,20	4.873,26	5.116,92	5.372,77	5.641,41
Bebidas	1.358,00	1.425,90	1.497,20	1.572,05	1.650,66	1.733,19	1.819,85	1.910,84	2.006,38	2.106,70
Promoción	396,00	415,80	436,59	458,42	481,34	505,41	530,68	557,21	585,07	614,33
Combustibles y Lubricantes	503,84	529,03	555,48	583,26	612,42	643,04	675,19	708,95	744,40	781,62
TOTAL COSTOS VARIABLES	69.520,52	72.996,55	76.646,38	80.478,69	84.502,63	88.727,76	93.164,15	97.822,36	102.713,47	107.849,15
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	163.856,71	164.145,59	164.660,22	165.496,23	166.496,77	167.212,64	168.840,22	170.664,60	172.791,49	175.337,25
Elaboraciòn: La Autora									·	*

Para determinar el punto de equilibrio de igual forma se necesita conocer los ingresos, para lo cual se hace necesario realizar uno de los estados financieros como es el Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias.}

### ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Todas las empresas, sea cual sea su tamaño necesitan obtener información sobre su desempeño para saber si han logrado resultados positivos, es decir, ganancias o si al contrario han sufrido pérdidas producto de su operación al finalizar un periodo determinado.

Y dado que el objetivo primordial de las organizaciones es maximizar las utilidades, es fundamental que te apoyes en herramientas que te permitan contar con información oportuna y confiable para la toma de decisiones.

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

Cuadro 90 : . Estado de Perdidas y Ganancias										
INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	349.700,00	380.640,00	412.152,00	444.264,60	477.007,83	510.413,22	544.513,88	579.344,58	614.941,81	651.343,90
Otros Ingresos			25,35			27,88			30,67	231.497,12
TOTAL DE INGRESOS	349.700,00	380.640,00	412.177,35	444.264,60	477.007,83	510.441,10	544.513,88	579.344,58	614.972,48	882.841,02
Costo del servicio	97.586,50	101.015,70	104.616,36	108.397,04	112.366,77	116.534,98	120.911,60	125.507,05	130.332,27	135.498,76
UTILIDAD BRUTA	252.113,50	279.624,30	307.560,99	335.867,56	364.641,06	393.906,12	423.602,28	453.837,53	484.640,20	747.342,26
Costo de operación	66.270,21	63.129,89	60.043,86	57.099,19	54.130,00	50.677,66	47.928,62	45.157,55	42.459,22	39.938,49
Reinversión equipo computación				2.788,00			3.067,35			3.374,00
TOTAL COST. OPER. y REINV.	66.270,21	63.129,89	60.043,86	59.887,19	54.130,00	50.677,66	50.995,97	45.157,55	42.459,22	43.312,49
UTILIDAD OPERATIVA	185.843,29	216.494,41	247.517,13	275.980,37	310.511,06	343.228,46	372.606,31	408.679,98	442.180,98	704.029,76
15% utilidad trabajadores	27.876,49	32.474,16	37.127,57	41.397,06	46.576,66	51.484,27	55.890,95	61.302,00	66.327,15	105.604,46
UTILIDAD ANT.IMPTO	157.966,79	184.020,25	210.389,56	234.583,31	263.934,40	291.744,19	316.715,37	347.377,98	375.853,84	598.425,30
22% impuesto a la renta	34.752,69	40.484,45	46.285,70	51.608,33	58.065,57	64.183,72	69.677,38	76.423,16	82.687,84	131.653,57
UTILIDAD ANT.RESERVA	123.214,10	143.535,79	164.103,86	182.974,98	205.868,83	227.560,47	247.037,98	270.954,83	293.165,99	466.771,73
10% Reserva Legal	12.321,41	14.353,58	16.410,39	18.297,50	20.586,88	22.756,05	24.703,80	27.095,48	29.316,60	46.677,17
UTILIDAD LIQUIDA	110.892,69	129.182,21	147.693,47	164.677,49	185.281,95	204.804,42	222.334,19	243.859,34	263.849,39	420.094,56
Elaboraciòn: La Autora										

#### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El análisis del **PUNTO DE EQUILIBRIO** estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

Se entiende por **PUNTO DE EQUILIBRIO** aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto capacidad instalada, valores en dinero o unidades producidas. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

## 1. En Función de la Capacidad Instalada

Se toma en consideración la capacidad del servicio , para en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la empresa, cubriendo de esa forma los costos.. Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

### 2. En Función de las Ventas o Ingresos

A través de este método se determina hasta cuanto la empresa tiene que dar el servicio para no perder ni ganar, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula::

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

#### 3. En Función del servicio

Determina hasta cuántas personas se tienen que dar el servicio para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{No. Unid. Prod.}$$

El **costo variable unitario (C.V.U)** se obtiene al dividir los costos variables totales entre el número de servicios ofertados; sin embargo es muy común que se determine con mayor facilidad el costo variable unitario antes que los costos variables totales (por cuestión de descomposición de la unidad en costos).

#### 4. Representación gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

## DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

# 1. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{94.336.19}{69.520.52 - 349.700.00} \times 100$$

$$Pe = 34\%$$

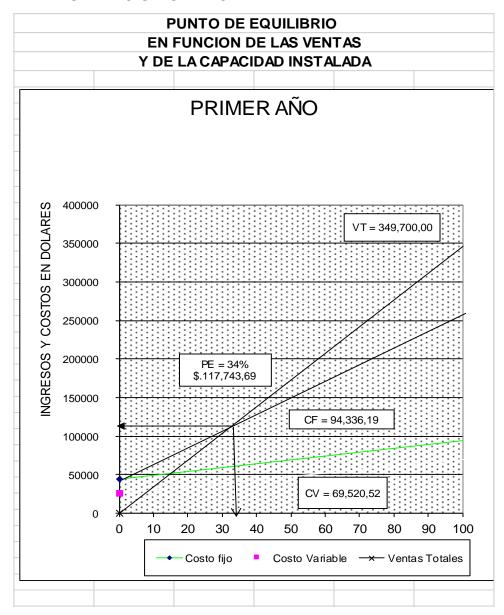
# 2. En Función de las Ventas o Ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{94.336.19}{1 - \frac{72.463.40}{349.700.00}}$$

PE = \$.117.743.69

# REPRESENTACIÓN GRÁFICA



Como se puede observar en el gráfico, para que la empresa no pierda ni gane tiene que utilizar el 34% de la capacidad instalada del servicio y obtener \$.117.743,69

## g. DISCUSION

#### **EVALUACION FINANCIERA**

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.

En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta.

### Flujo de Caja

El valor futuro corresponde a los flujos de caja futuros del centro turístico, pero los flujos de caja inciertos, luego se los debe descontar de los flujos de caja esperados. En conclusión el flujo de caja no es otra cosa que el dinero en efectivo con el cual dispone el centro turístico.

Cuadro 91: Flujo de Caja											
INGRESOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas		349.700,00	380.640,00	412.152,00	444.264,60	477.007,83	510.413,22	544.513,88	579.344,58	614.941,81	651.343,90
Valor residual				25,35			27,88			30,67	231.497,12
Corporación Financiera	379.015,00										
Capital Propio	172.886,60										
TOTAL DE INGRESOS	551.901,60	349.700,00	380.640,00	412.177,35	444.264,60	477.007,83	510.441,10	544.513,88	579.344,58	614.972,48	882.841,02
EGRESOS											
Activo Fijo	541.450,73										
Activo Diferido	2.730,00										
Costo del servicio.	5.861,37	97.586,50	101.015,70	104.616,36	108.397,04	112.366,77	116.534,98	120.911,60	125.507,05	130.332,27	135.498,76
Costo de operación	1.859,50	66.270,21	63.129,89	60.043,86	57.099,19	54.130,00	50.677,66	47.928,62	45.157,55	42.459,22	39.938,49
Reinversión Equipo computa	ción				2.788,00			3.067,35			3.374,00
EGRESO TOTAL	551.901,60	163.856,71	164.145,59	164.660,22	168.284,23	166.496,77	167.212,64	171.907,57	170.664,60	172.791,49	178.811,25
UTILIDAD ANTES PART. T	RAB.	185.843,29	216.494,41	247.517,13	275.980,37	310.511,06	343.228,46	372.606,31	408.679,98	442.180,98	704.029,76
15% Utilidad Trabajadores		27.876,49	32.474,16	37.127,57	41.397,06	46.576,66	51.484,27	55.890,95	61.302,00	66.327,15	105.604,46
UTILIDAD ANT. IMPTO.		157.966,79	184.020,25	210.389,56	234.583,31	263.934,40	291.744,19	316.715,37	347.377,98	375.853,84	598.425,30
22% Impto a la Renta		34.752,69	40.484,45	46.285,70	51.608,33	58.065,57	64.183,72	69.677,38	76.423,16	82.687,84	131.653,57
UTILIDAD GRAVABLE		123.214,10	143.535,79	164.103,86	182.974,98	205.868,83	227.560,47	247.037,98	270.954,83	293.165,99	466.771,73
Amortización de diferidos		546,00	546,00	546,00	546,00	546,00					
Depreciaciones		30.152,62	30.140,02	30.140,02	30.224,38	30.224,38	30.224,38	30.315,70	30.315,70	30.315,70	30.516,92
UTILIDAD NETA		153.912,72	174.221,81	194.789,88	213.745,36	236.639,21	257.784,85	277.353,68	301.270,53	323.481,69	497.288,65
Amortización del crédito		37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50	37.901,50
FLUJO DE CAJA	0	116.011,22	136.320,31	156.888,38	175.843,86	198.737,71	219.883,35	239.452,18	263.369,03	285.580,19	459.387,15
Elaboración: La Autora											

#### Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR), tiene como objetivo centrarse en la tasa de rendimiento de un proyecto. Cuando ambos aspectos entran en conflicto, la empresa debe maximizar su valor, y no su tasa de rendimiento.

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos.

La TIR tiene ventajas y desventajas las cuales son:

## Ventajas:

- Toma en cuenta todos los flujos y su distribución en el tiempo.
- Sí pondera intrínsecamente la importancia de la inversión inicial.
- Si el TIR es mayor que K (Cálculo del costo de capital), se garantiza cubrir la inversión, el costo financiero y generar un excelente que incrementa la riqueza de la empresa.

#### Desventajas:

- No maximiza la ganancia, que es el objetivo de la empresa.
- No conduce a decisiones óptimas ante proyectos con vidas económicamente desiguales, por lo que no se recomienda usarlo.
- Es posible que se presenten varios TIR en un solo proyecto.

Para calcular la TASA INTERNA DE RETORNO, se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

En donde:

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO.

Tm = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

DT = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

**VAN Tm** = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

**VAN TM** = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

#### Criterios de decisión

Cuando se usa la TIR para tomar las decisiones de aceptar o rechazar, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus dueños.

Cuadro 92: Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

		ACTUALIZACION					
	FLUJO	FACTOR	VAN	FACTOR	VAN		
AÑOS	NETO	ACT.	MENOR	ACT.	MAYOR		
		28,90%		29,00%			
0	-551.901,60		-551.901,60		-551.901,60		
1	116.011,22	0,775795	90.000,95	0,775194	89.931,18		
2	136.320,31	0,601858	82.045,49	0,600925	81.918,34		
3	156.888,38	0,466919	73.254,11	0,465834	73.083,89		
4	175.843,86	0,362233	63.696,50	0,361111	63.499,22		
5	198.737,71	0,281019	55.849,04	0,279931	55.632,90		
6	219.883,35	0,218013	47.937,44	0,217001	47.714,91		
7	239.452,18	0,169133	40.499,38	0,168218	40.280,13		
8	263.369,03	0,131213	34.557,42	0,130401	34.343,69		
9	285.580,19	0,101794	29.070,45	0,101086	28.868,27		
10	459.387,15	0,078972	36.278,53	0,078362	35.998,28		
			1.287,72		-630,80		

TIR = 28,97%

La tasa interna de retorno del 28.97% nos demuestra que mayor al costo de oportunidad del 11.15%, por lo tanto el proyecto es factible.

### **Valor Actual Neto o Valor presente**

Valor actual neto (VAN) también conocido como Valor presente este es uno de los métodos financieros que tiene como objetivo tomar en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo.

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K), por debajo del cual los proyectos de inversión no deben ser ejecutados.

El valor presente neto (VPN) se obtiene restando la inversión inicial de un proyecto (FE<sub>0</sub>) del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo (FE<sub>t</sub>) descontados a una tasa (k) equivalente al costo de capital de la empresa.

#### Criterios de decisión

- Cuando el VPN se usa para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:
- Si el VPN es mayor que \$0, el proyecto se acepta.
- Si el VPN es menor que \$0, el proyecto se rechaza.
- Si el VPN es mayor que \$0, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital. Esta acción debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por consiguiente, la riqueza de sus dueños en un monto

igual al VPN. Para realizar el cálculo del VANP, se lo hace a través de la siguiente fórmula.

## VANP = ∑VA(1 a 10) - INVERSIÓN

**Cuadro 93: Valor Actual Neto** 

	ACTUALIZACIÓN							
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 11.15%	VALOR ACTUAL					
	551.901,60							
1	116.011,22	0,8997	104.373,57					
2	136.320,31	0,8094	110.342,20					
3	156.888,38	0,7282	114.251,62					
4	175.843,86	0,6552	115.209,78					
5	198.737,71	0,5895	117.147,48					
6	219.883,35	0,5303	116.609,93					
7	239.452,18	0,4771	114.249,03					
8	263.369,03	0,4293	113.054,79					
9	285.580,19	0,3862	110.291,71					
10	459.387,15	0,3475	159.618,85					
			1.175.148,96					
,			==1 001 00					

Inversión 551.901,60

# VANP = ∑VA(1 a 10) - INVERSIÓN

**VANP =** 1175,148,96 - 551,901,60

VANP = 623.247,36

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

#### **RELACION BENEFICIO-COSTO**

La **relación Beneficio/Costo (B/C)** toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los **beneficios** por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

Para realizar el cálculo de la R/B-C, se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

Importante aclarar que en la B/C se debe tomar los precios sombra o precios de cuenta en lugar de los precios de mercado. Estos últimos no expresan necesariamente las oportunidades socio-económicas de toda la colectividad que se favorece con el proyecto, de ahí su revisión, o mejor, su conversión a precios sombra.

#### Criterios de decisión

- Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.
- Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

Cuadro 94. Relación Beneficio/Costo (actualización de ingresos)

	ACTUALIZACIÓ	ACTUALIZACIÓN								
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	<b>FACTOR 11.15%</b>	VALOR ACTUAL							
1	349.700,00	0,8997	314.619,88							
2	380.640,00	0,8094	308.102,69							
3	412.152,00	0,7282	300.143,55							
4	444.264,60	0,6552	291.074,29							
5	477.007,83	0,5895	281.175,95							
6	510.413,22	0,5303	270.685,58							
7	544.513,88	0,4771	259.802,12							
8	579.344,58	0,4293	248.691,65							
9	614.941,81	0,3862	237.491,91							
10	651.343,90	0,3475	226.316,22							
	TOTAL		2.738.103,83							

Cuadro 94,1. Actualización de Egresos

	ACTUALIZACIÓN								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 11.15%	VALOR ACTUAL						
1	163.856,71	0,8997	147.419,45						
2	164.145,59	0,8094	132.864,91						
3	164.660,22	0,7282	119.911,35						
4	168.284,23	0,6552	110.256,84						
5	166.496,77	0,5895	98.142,81						
6	167.212,64	0,5303	88.677,27						
7	171.907,57	0,4771	82.021,69						
8	170.664,60	0,4293	73.260,13						
9	172.791,49	0,3862	66.732,46						
10	178.811,25	0,3475	62.129,83						
	TOTAL		981.416,74						

Elaborado por: Irene Jazmin Mora Lara.

RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) -1

RBC = 2.789950194

RBC = 1,789950194

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene un dólar con ochenta centavos de dólar americano de rentabilidad.

### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el <u>Valor Presente Neto</u> y la <u>Tasa Interna de Retorno</u>, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

El Período de Recuperación de la Inversión. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

### Cómo se calcula el estado de Flujo Neto de Efectivo (FNE).

Para calcular los FNE debe acudirse a los pronósticos tanto de la inversión inicial como del estado de resultados del proyecto. La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto (año cero). Por ser desembolsos de dinero debe ir con signo negativo en el estado de FNE.

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o

pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones. Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado.

Cuadro 95. Período de Recuperación del Capital

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
	(551.901,60)	
1	116.011,22	116.011,22
2	136.320,31	252.331,53
3	156.888,38	409.219,91
4	175.843,86	585.063,77
5	198.737,71	
6	219.883,35	
7	239.452,18	
8	263.369,03	
9	285.580,19	
10	459.387,15	

Elaborado por: Irene Jazmin

Mora Lara.

PRC = Año q' supera inversión + (Inversión - Sumator. Prim.flujos / Flujo año q' sup.inv. )

PRC = 4 + ((551,901,60-585,063,77)/175,843,86)

PRC = 4 - 0,18858873

PRC = 3,1886 3 años

 $0,19 \times 12 = 9,21 9$ 

meses 2,28 2 meses

 $0.28 \times 30 = 8.4$  8 días

Significa que la inversión se recupera en 3 años, 2 meses y 8 días.

#### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien nos da el porcentaje de cambio.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente: el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto.

	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO		ACT	UALIZACIÓN	·	
AÑOS	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTU
		80,80%			22,00%		23,00%	
						-551.901,60		-551.901,6
1	163.856,71	296.252,94	349.700,00	53.447,06	0,81967	43.809,07	0,81301	43.452,
2	164.145,59	296.775,23	380.640,00	83.864,77	0,67186	56.345,58	0,66098	55.433,
3	164.660,22	297.705,67	412.152,00	114.446,33	0,55071	63.026,38	0,53738	61.501,
4	168.284,23	304.257,89	444.264,60	140.006,71	0,45140	63.198,90	0,43690	61.168,
5	166.496,77	301.026,16	477.007,83	175.981,67	0,37000	65.113,08	0,35520	62.508,
6	167.212,64	302.320,45	510.413,22	208.092,77	0,30328	63.109,97	0,28878	60.093,
7	171.907,57	310.808,89	544.513,88	233.704,99	0,24859	58.096,39	0,23478	54.869,
8	170.664,60	308.561,59	579.344,58	270.782,99	0,20376	55.175,05	0,19088	51.686,
9	172.791,49	312.407,02	614.941,81	302.534,79	0,16702	50.528,55	0,15519	46.949,
10	178.811,25	323.290,74	651.343,90	328.053,15	0,13690	44.910,30	0,12617	41.389,
						11.411,68		-12.847,
		NTIK	$C = Tm + Dt(\frac{1}{V_A})$	$rac{V\!AN_{\scriptscriptstyle MEI}}{AN_{\scriptscriptstyle MENOR}}$ – $V$	$(AN_{ extit{MAYOR}})$			
		11,	411,68					
	NTIR = 22+ 1(		)					
			12847,50					
	NTIR =	22,47%			TIR DEL P	ROYECTO =	28,97%	
	DIFERENCIA DE	,				3) SENSIBILIDAD		
if.Tir. = Tir proy Nueva Tir		ir	% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nu		/ Nueva Tir	
Tir.=	6,50%		% Var. = 2			Sensibilidad =		

	COSTO TOTAL	INGRESO	INGRESO		ACT	UALIZACIÓN	I	
AÑOS	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL		VALOR ACTUAL
			30,30%		22,00%		23,00%	
						-551.901,60		-551.901,60
1	163.856,71	349.700,00	243.740,90	79.884,19	0,8197	65.478,84	0,8130	64.946,49
2	164.145,59	380.640,00	265.306,08	101.160,49	0,6719	67.965,93	0,6610	66.865,28
3	164.660,22	412.152,00	287.269,94	122.609,73	0,5507	67.522,02	0,5374	65.888,50
4	168.284,23	444.264,60	309.652,43	141.368,19	0,4514	63.813,47	0,4369	61.763,41
5	166.496,77	477.007,83	332.474,46	165.977,69	0,3700	61.411,62	0,3552	58.955,48
6	167.212,64	510.413,22	355.758,02	188.545,38	0,3033	57.181,68	0,2888	54.448,4
7	171.907,57	544.513,88	379.526,18	207.618,61	0,2486	51.611,62	0,2348	48.745,05
8	170.664,60	579.344,58	403.803,17	233.138,57	0,2038	47.504,58	0,1909	44.501,36
9	172.791,49	614.941,81	428.614,44	255.822,95	0,1670	42.726,86	0,1552	39.700,27
10	178.811,25	651.343,90	453.986,70	275.175,44	0,1369	37.671,37	0,1262	34.718,3
						10.986,39		-11.369,05
		NT	$IR = Tm + Dt( - \sqrt{V})$	$rac{VAN_{A}}{VAN_{MENOR}}$	MENOR VAN MAYOR	)		
		10.986,39						
TIR = 2	2,5+1 (		)					
	10.986,39		11.369,05					
	NTIR =	22,49%			TIR DEL PROYE	CTO =	28,97%	
		TID	2) PORCENTAJE DE	VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD		
	DIFERENCIA DE		•			•		
	DIFERENCIA DE r proy Nueva Ti		% Var. = (Dif. Tir / 7			Sensib. = % Var.	/ Nueva Tir	

#### h. CONCLUSIONES

Culminada la presente investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Que el proyecto es factible dadas las condiciones de evaluación en sus cuatro fases de: Estudio de Mercado, Técnico, Económico Financiero y de la Evaluación Financiera.
- Que en la Parroquia Puerto Limón, perteneciente al Cantón de Santo Domingo de los Tsáchilas, no existe un Centro Turístico, en donde los turistas nacionales y extranjeros puedan realizar sus actividades recreativas, por lo tanto existe la demanda insatisfecha suficiente para poder incurrir en este tipo de negocios.
- Que al realizar el análisis del estudio técnico, se cuenta con los espacios físicos, técnicos y tecnológicos para implementar dicho centro turístico, así como la ubicación del mismo cuenta con todos los servicios necesarios y se encuentra en un lugar estratégico.
- Que de acuerdo al estudio económico-financiero, el monto de la inversión es de \$.551.901.60, y que estará financiado por el aporte de los socios en un 31% y con financiamiento de la Corporación Financiera Nacional el 69%.
- Que la evaluación financiera arroja resultados favorables para que el proyecto pueda ser puesto en ejecución: LA TIR que representa el 28.97% que es mayor que el costo de oportunidad del 11.15%; el VANP que es mayor que la inversión en ese caso es de \$.623.247,36 frente a \$.551.901.60; la Relación Beneficio-Costo que nos da una rentabilidad de \$.1.80 por cada dólar invertido; la recuperación del capital que se realiza en 3 años, 2 meses y 8 días; y, el análisis de sensibilidad que nos determina que el proyecto no es sensible.

#### i. RECOMENDACIONES

Frente a las conclusiones que se determinaron en el desarrollo del proyecto se procede a recomendar lo siguiente:

- Que se ejecute el presente proyecto, en razón de que los resultados arrojados en el estudio son positivos.
- Que de acuerdo al estudio de mercado existe mayor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, y que se aproveche ese potencial turístico.
- Que se realice una campaña agresiva sobre el funcionamiento del centro turístico y de esa forma posicionarlo en el mercado.
- Que se contrate mano de obra y personal administrativo del lugar en razón de que en el sector existen profesionales en algunas ramas del turismo y sector administrativo.
- Que el presente trabajo de investigación contribuya para que los inversionistas decidan incursionar en el mismo, y de esa forma ayudar a fortalecer la economía del sector y por ende de la provincia y el país.
- Que el estudio realizado sirva como guía para futuras generaciones que deseen realizar este tipo de trabajos.

### j. BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, G. (2000). EVALUACION DE PROYECTOS. México: Mc,. Graw Hill.

GAD. (2016). GAD PROVINCIAL SANTO DOMINGO DE LOS SACHILAS.

- GAVILANES, J. (30 de junio de 2012). NIVELES JERARQUICOS DE LA EMPRESA U

  ORGANIZACION. Obtenido de Mensaje de Blog: Recuperado de:

  http://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/
- NASSIR SAPAG, C. (2005). *PROYECTOS D EINVERSION, FORMULACION Y EVALUACION.* México: Pearson.
- PlandeTur. (28 de Agosto de 2017). PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PAR ECUADOR "PLANDETUR 2020". *Ministerio de Turismo*. Quito.
- Váquiro, J. (24 de junio de 2017). *PYMES-FUTURO*. Recuperado el https://www.pymesfuturo.com/puntodequilibrio.htm, de PUNTO DE EQUILIBRIO.
- VELARDE, P & SANCHEZ, R. (2000). *Historia de Santo Domingo: Etapas Claves. GADM de SAnto Domingo.* Quito.

ZAPATA SANCHEZ, P. (2012). CONTABILIDAD GENERAL. México: Mc. Graw-Hill.

### k. **ANEXOS**

## Diseño de la Encuesta

1.	Cuál es su género		
	Masculino	(	)
	Femenino	(	)
2.	Cuál es su edad		
3.	Cuál es su ocupaci		
	Estudiante	(	)
	Empleado Público	(	)
	Empleado Privado	(	)
	Dependiente	(	)
	Jubilado	(	)
4.	De cuántos miemb	ros de	familia conforman su hogar
5.	Ha visitado algún o	omple	jo turístico en Santo Domingo
	SI ( )		
	NO ( )		
6.	⇒Si ha visitado un c	comple	ejo turístico, cuántas veces lo hace al
0.	mes?	p.	jo tameneo, edamae reese te mase al
7.	Con cuántas perso	nas su	ele realizar sus visitas a los complejos
	turísticos		
8.	Cuál es el costo pre	omedio	o que paga por persona por el ingreso a
	estos complejos tu	rísticos	3

9.	Cuáles son	los	medios	que	utiliza	para	seleccionar	el destin	10
	turístico que	visit	a?						
	Televisión		(	)					
	Revistas		(	)					
	Prensa		(	)					
	Internet		(	)					
	Familiares		(	)					
	Amigos		(	)					
10	. ¿Le gustaría	visit	tar un nu	evo c	entro ti	urístic	o en la Parro	quia Puerf	to
	Limón en Sa	nto	Domingo	?.					
	SI	(	)						
	NO	(	)						
11	.¿Qué servi	cios	le gus	taría	que s	se of	erten en el	Comple	jo
	Turístico?.								
	Alojamiento		(	)					
	Bar-Restaura	ante	(	)					
	Piscinas		(	)					
	Canchas		(	)					
	Recorridos y	can	ninatas	(	)				
12	.Qué caracte	rístic	as debe	cum	plir el C	Compl	ejo Turístico		
	Servicio de o	calid	ad	(	)				
	Promociones	S		(	)				
	Precios acce	esible	es	(	)				
	Paquetes Tu	ırísti	cos	(	)				
	Servicio de g	guar	dianía	(	)				
13	.¿Por qué m	edio	s de co	munio	cación	le gus	staría conoce	er el nuev	0
	Complejo Tu	ırísti	co?.						
	Televisión			(	)				
	Revistas			(	)				
	Prensa			(	)				

14. Cómo le gustaría que	e se prom	ocione	e el nuevo complejo turístico?
Descuentos	(	)	
Camisetas	(	)	
Llaveros	(	)	
Gorras	(	)	

Gracias por su colaboración

## **INDICE GENERAL**

CA	ARATULA	I
CE	ERTIFICACION	II
ΑL	JTORIA	III
CA	ARTA DE AUTORIZACION DE TESIS	IV
DE	EDICATORIA	V
ΑC	GRADECIMIENTO	VI
a.	TITULO	1
b.	RESUMEN	2
	ABSTRACT	4
c.	INTRODUCCION	5
d.	REVISION DE LITERATURA	7
e.	MATERIALES Y METODOS	36
f.	RESULTADOS	42
g.	DISCUSION	136
h.	CONCLUSIONES	149
i.	RECOMENDACIONES	150
j.	BIBLIOGRAFIA	151
k.	ANEXOS	152
	INDICE	155

#### **INDICE DE TABLAS**

No. TABLA		PÁGINA
Cuadro 1	División Política	7
Cuadro 2	División Política Administrativa	8
Cuadro 3	Población Meta	36
Cuadro 4	Datos para calcular la muestra	36
Cuadro 5	Distribución del tamaño de la muestra	37
Cuadro 6	Genero	40
Cuadro 7	Procedencia	41
Cuadro 8	Edad	42
Cuadro 9	Ingresos	43
Cuadro 10	Ocupación	44
Cuadro 11	De cuántos miembros de familia conformas su hogar	45
Cuadro 12	Ha visitado algún complejo turístico en Santo Domingo	46
Cuadro 13	Frecuencia de visitas	47
Cuadro 14	No. Personas que visita el Complejo Turístico	48
Cuadro 15	Costo promedio de gasto por persona	49
Cuadro 16	Medios Turísticos	50
Cuadro 17	Aceptación del nuevo complejo turístico	50
Cuadro 18	Visita a un centro turístico en la Parroquia Puerto Limón	51
Cuadro 19	Características que debe tener un complejo turístico	52
Cuadro 20	Medios de comunicación	52
Cuadro 21	Promoción	53
Cuadro 22	Demanda Potencial	54
Cuadro 23	Demanda Real	55
Cuadro 24	Demanda Efectiva	55
Cuadro 23	Demanda Insatisfecha	54
Cuadro 24	Participación en el mercado	55
Cuadro 25	Oferta Estimada	57

Cuadro 26	Planta turística en Puerto Limón	59
Cuadro 28	Requerimiento de Publicidad	67
Cuadro 29	Tamaño del Proyecto	68
Cuadro 30	Restaurante	68
Cuadro 31	Cabañas para hospedaje	68
Cuadro 32	Personal Administrativo	69
Cuadro 33	Capacidad Financiera	70
Cuadro 34	Terrenos	95
Cuadro 35	Construcciones	95
Cuadro 36	Maquinaria y equipo para piscinas	96
Cuadro 37	Vehículo	96
Cuadro 38	Herramientas de operación: Recreación	97
Cuadro 39	Equipos de oficina: área recreativa	97
Cuadro 40	Muebles y enseres área recreativa	98
Cuadro 41	Maquinaria y equipos restaurante	98
Cuadro 42	Muebles y Enseres Restaurante	99
Cuadro 43	Equipos para el restaurante	99
Cuadro 44	Maquinaria y Equipos para cabañas	100
Cuadro 45	Muebles y Enseres para cabañas	100
Cuadro 46	Equipos de seguridad	101
Cuadro 47	Muebles y enseres de oficina	101
Cuadro 48	Equipo de computación	102
Cuadro 49	Equipo de oficina	102
Cuadro 50	Equipo de telecomunicaciones	102
Cuadro 51	Resumen de activos fijos	103
Cuadro 52	Activos Diferidos	104
Cuadro 53	Mano de obra área recreativa	104
Cuadro 54	Mano de obra restaurante	105
Cuadro 55	Mano de obra cabañas	105
Cuadro 56	Insumo para mantenimiento de piscinas	106
Cuadro 57	Menaje de cocina	106
Cuadro 58	Menaje de insumos para cabañas	107

Cuadro 59	Fuerza Motriz	107
Cuadro 60	Energía Eléctrica	108
Cuadro 61	Agua potable para piscinas	106
Cuadro 62	Agua potable para restaurante y cabañas	109
Cuadro 63	Útiles de oficina	109
Cuadro 64	Insumos para alimentación	110
Cuadro 65	Resumen costo del servicio	11:
Cuadro 66	Sueldos y salarios	11
Cuadro 67	Gastos de internet	11
Cuadro 68	Gastos de Teléfono	11
Cuadro 69	Resumen Gastos de Administración	113
Cuadro 70	Gastos de Combustibles y lubricantes	11
Cuadro 71	Útiles de oficina	11
Cuadro 72	Publicidad	11
Cuadro 73	Promoción	114
Cuadro 74	Resumen de Gastos de Venta	11
Cuadro 75	Inversión	11!
Cuadro 76	Financiamiento	11
Cuadro 77	Depreciaciones	118
Cuadro 78	Reinversión de activos fijos	119
Cuadro 79	Amortización del crédito	12
Cuadro 80	Amortización de activos diferidos	12
Cuadro 81	Presupuesto Proformado	12
Cuadro 82	Costo total del servicio	12
Cuadro 84	Establecimiento de ingresos por restaurante	12
Cuadro 85	Establecimiento de ingresos por cabañas	12
Cuadro 86	Ingresos por entradas canchas sintéticas	12
Cuadro 87	Establecimiento de ingresos por bar	12
Cuadro 88	Resumen ingresos totales	12
Cuadro 89	Clasificación de costos	13
Cuadro 90	Estado de pérdidas y ganancias	13
Cuadro 91	Fluio de Caia	139

Cuadro 92	Tasa interna de retorno	141
Cuadro 93	Valor actual neto	143
Cuadro 94	Relación beneficio/costo	145
Cuadro 95	Período de recuperación del capital	147
Cuadro 96	Análisis de sensibilidad con incremento en los costos	149
Cuadro 97	Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos	150