



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

**TÍTULO:**

**“Plan de Negocios, mediante el Estudio de Mercado, para proponer la creación del Complejo Turístico, “BRISAS DEL PAYAMINO”, en el Cantón Francisco de Orellana”**

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera en Administración Turística.

**AUTORA:**

Enma Lucia Carrillo Ordoñez

**DIRECTORA DE TESIS:**

Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, Mg. Sc.

**LOJA – ECUADOR**

**2018**

## CERTIFICACIÓN

Ing.

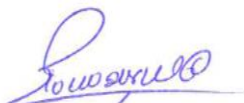
Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE.

**DIRECTORA DE TESIS**

### CERTIFICA:

Que la presente tesis elaborada previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística, titulada **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO, “BRISAS DEL PAYAMINO”, EN EL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA”**, realizado por la egresada: **ENMA LUCIA CARRILLO ORDÓÑEZ**, da cumplimiento a los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido; por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, abril del 2018



.....  
Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE.

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **ENMA LUCÍA CARRILLO ORDOÑEZ**, declaro ser autora de la Tesis de 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 tesis en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

**AUTORA** : Enma Lucía Carrillo Ordoñez

**FIRMA** :



**CÉDULA** : 220010040-8

**FECHA** : Loja, abril del 2018

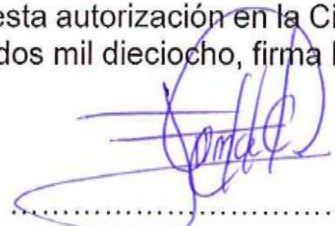
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,  
PARA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo; Enma Lucia Carrillo Ordoñez, declaro ser Autora de la tesis titulada:  
**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA  
PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO, “BRISAS  
DEL PAYAMINO”, EN EL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA”,** como  
requisito para optar el 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 reproducción 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 tengan  
convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia  
de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la Ciudad de Loja a los cuatro días  
del mes de abril del dos mil dieciocho, firma la autora.

  
**Firma** : .....  
**Autor** : Enma Lucia Carrillo Ordoñez  
**Dirección** : Orellana, Francisco de Orellana, Calle Patricio  
Lascano y El Oro, Sector. “27 de Octubre”.  
**Correo electrónico:** [enma0190@hotmail.es](mailto:enma0190@hotmail.es)  
**Celular** : 096 862 4533 / 099 656 5157

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Directora de Tesis** : Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, Mg. Sc.  
**Presidente del Tribunal** : Ing. Wilman Patricio Vivanco Jiménez, Mg. Sc.  
**Miembro del Tribunal** : Ing. Katherine Luisa Astudillo Balandín, Mg. Sc.  
**Integrante del Tribunal** : Ing. Pavel Fernando González B., Mg.Sc.

## **DEDICATORIA**

Mi tesis se la dedico con todo amor y cariño principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mis hermanos por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis compañeras Mirian e Isabel. A mis tutores por compartir sus experiencias por todo esto les agradezco de todo corazón de que estén conmigo.

**Enma Lucia Carrillo Ordoñez**

## **AGRADECIMIENTO**

Considero muy oportuno expresar mi especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja especialmente a la carrera de Administración Turística, por su responsabilidad y alto nivel académico desarrollado en los años de estudios, de la misma manera mi gratitud a todos y todas las personas que directa e indirectamente han contribuido para desarrollar este trabajo que contribuirá a fortalecer la educación.

También me siento en la obligación moral para expresar el agradecimiento a todos quienes hacen la Universidad Nacional de Loja: Autoridades, Docentes y Personal Administrativo, de manera especial mi agradecimiento a la directora de mi tesis Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. MAE.

**Enma Lucia Carrillo Ordoñez**

**a. TÍTULO**

**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO, “BRISAS DEL PAYAMINO”, EN EL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA”**

## **b. RESUMEN**

La provincia de Orellana es una de las regiones pertenecientes al Oriente Ecuatoriano, y su capital Francisco de Orellana es considerado como un sitio fascinante del Ecuador, heredero de culturas milenarias y de una rica tradición colonial, constituyéndose en un sector mágico que alberga una de las mayores biodiversidades del planeta y un verdadero crisol de diferentes culturas indígenas, por lo que pocas regiones pueden ofrecer tantas paisajes y selvas vírgenes, la diversidad de su flora y fauna y la hospitalidad de sus habitantes conforman el enorme potencial para desarrollar la industria del turismo en el cantón Francisco de Orellana. Los destinos de turismo se encuentran en procesos de explotación y es el objetivo de que sean conocidos en el mundo entero. Sin embargo, muchos atractivos del cantón Francisco de Orellana, hasta hace corto tiempo poco explotados, están siendo más demandados por los turistas, dinamizando otras regiones y segmentos del sector turismo.

El objetivo fundamental de la Investigación versa sobre realizar un estudio de mercado para proponer la creación de un complejo turístico en el cantón Francisco de Orellana, el mismo que permitirá determinar si existe o no la demanda necesaria para su implementación.

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 \$.396.899.52 de los cuales el 24% es financiado por los socios y el 76% con un crédito a la Corporación Financiera Nacional, al 11.85% 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 27.21% mayor al costo de oportunidad; el VAN, que es de \$ 400.764.45, superior a la inversión, la Relación Beneficio Costo que es de \$ 1.30 de



rentabilidad por cada dólar invertido, el período de recuperación del capital, que es de 4 años, 2 meses, dieciseis días y el análisis de sensibilidad que soporta en un incremento en los costos del 58.60% y una disminución en los ingresos del 26.60%, 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:** Plan de Negocios, Estudio de Mercado, Turismo, Mercado, Evaluación Financiera, Centro Turístico.

## **ABSTRACT**

The province of Orellana is one of the regions belonging to the Ecuadorian East, and its capital Francisco de Orellana is considered as a fascinating site of Ecuador, Heir of millenary cultures and a rich colonial tradition, constituting a magical sector that houses one of the most greater biodiversities of the planet and a true melting pot of different indigenous cultures, so few regions can offer so many landscapes and virgin forests, the diversity of its flora and fauna and the hospitality of its inhabitants make up the enormous potential to develop the tourism industry in Canton Francisco de Orellana. Tourism destinations are in exploitation processes and it is the objective that they are known throughout the world. However, many attractions of the canton Francisco de Orellana, until recently little exploited, are being more demanded by tourists, boosting other regions and segments of the tourism sector.

The fundamental objetivo of the Investigation is about conducting a market study to propose the creation of a tourist complex in the canton Francisco de Orellana, which will allow to determine whether or not there is the necessary demand for its implementation.

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

The project investment amounts to \$ 396,899.52, of which 24% is financed by the partners and 76% with a loan to the National Financial Corporation, at 11.85% 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 27.21% higher than the opportunity cost; the NPV, which is \$ 400,764.45, higher than the investment, the Benefit Cost Ratio which is \$ 1.30 of profitability for each dollar invested, the period of recovery of capital, which is 4 years, 2 months,

sixteen days and the sensitivity analysis that supports an increase in costs of 58.60% and a decrease in income of 26.60%, 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.

**Key Words:** Business Plan, Market Study, Tourism, Market, Financial Evaluation, Tourist Center.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El siguiente proyecto se encuentra enmarcado en un contexto netamente relacionado con el turismo, a través de una búsqueda que engloba actividades en un lugar ideal para su implementación, debido a la carencia de este tipo de establecimientos dedicados en su totalidad o debidamente especializados en las actividades identificadas, determinándose la necesidad de este complejo turístico, el cual espera satisfacer la demanda real y potencial de los turistas y visitantes locales del cantón Francisco de Orellana. El auge de esta temática se está desarrollando en diferentes provincias del Oriente Ecuatoriano, las cuales han sabido aprovechar la geografía y la ecología, que ha permitido contribuir al impulso y crecimiento del turismo en esta región y del país, y conocer los diferentes gustos y demandas de los turistas, información que sirvió de base para poder describir el negocio a desarrollar donde se profundizó los detalles que identifican el complejo turísticos “Brisas del Payamino”, sus actividades y servicios a ofertarse.

El trabajo en mención consta de los siguientes acápite:

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 la estructura del lo que contiene el trabajo objeto de estudio, posterior a ello se fundamenta una revisión de literatura en donde de hace hincapié de los datos generales del canton Francisco de Orellana en donde se va a implementar el complejo turístico, así como conceptos que fundamentan lo que es el turismo y los planes de negocios, 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 determinar 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; En el Estudio Técnico 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 del proyecto a través de los diferentes indicadores como son: el VAN, LA TIR, RELACION BENEFICIO/COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

Por último, se determinan las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos de la investigación.

De esa forma se cumplió con el objetivo general de la investigación.

Establecer el Plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico “Brisas del Payamino”, en el cantón Francisco de Orellana.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. MARCO REFERENCIAL**

#### **4.1.1. Reseña Histórica de Francisco de Orellana**

Su auge económico y poblacional, surgió a raíz de la explotación petrolera que se dio en sus tierras y al igual que Sucumbios debido al alto número de migrantes de otras provincias como de colombianos radicados. Es la segunda ciudad más poblada de la amazonia, después de Nueva Loja (Lago Agrio).

Lleva este nombre en honor a Francisco de Orellana, que pasó por este lugar en su expedición que descubrió el río Amazonas. El nombre de "Coca" proviene del nombre original de la ciudad: San Antonio de la Coca. Su origen seguramente tendría que ver con plantaciones de coca que los primeros misioneros encontraron en la zona.

#### **4.1.2. Ubicación del área de estudio**

La provincia de Orellana está constituida en la región Amazónica ecuatoriana, su capital es el cantón Francisco de Orellana. Se encuentra dividida políticamente en 4 cantones: Francisco de Orellana, La Joya de los Sachas, Aguarico y Loreto. El cantón Francisco de Orellana se encuentra distribuido en 12 parroquias, las mismas que son: El Dorado, Alejandro Labaka, García Moreno, Nuevo Paraíso, La Belleza, Inés Arango, Taracoa, Dayuma, El Edén, San José de Guayusa, San Luis de Armenia y Puerto Francisco de Orellana.

#### **4.1.3. Ubicación política**

El cantón Francisco de Orellana limita con los siguientes cantones:

- **Norte** : Cantón La Joya de los Sachas
- **Sur** : Provincia de Napo
- **Este** : Cantón Aguarico
- **Oeste** : Cantón Loreto







de flora en el cantón, así como la identificación de las especies predominantes. De igual forma se ha considerado oportuno recoger información vinculada a actividades de gestión forestal desarrolladas en el cantón (aprovechamiento y reforestación) y que de una u otra forma determinan especies de flora predominantes.

Se estima que dentro del cantón Francisco de Orellana se han identificado 1.525 especies de árboles; 478 especies de lianas; 323 especies de arbustos; se han contabilizado 175 especies de epífitas; 271 especies de hierbas y finalmente 113 especies de helechos.

De entre las especies del cantón, 101 han sido catalogadas como endémicas, es decir, con características propias y que no se registra en otra zona. De igual forma, al menos 10 especies han sido registradas bajo el código de amenazadas según UICN y la CITES.

Cabe destacar que Francisco de Orellana es el cantón que más madera ha venido aprovechando en los últimos años, incrementándose en un 200% durante los últimos 6 años. El MAE ha registrado un total de 68.365 m<sup>3</sup> aprovechados durante el 2011, siendo el chuncho, el laurel, el arenillo y la sangre de gallina los más aprovechados.

Si bien el propósito actual tanto del GADMFO como del GAPO es el de, a través de sus viveros, fomentar la reforestación con especies nativas cabe destacar que las especies más reforestadas en el cantón, la teca (*Tectona grandis*) y la balsa (*Ochroma pyramidale*) han sido introducidas. En este marco el cantón cuenta desde el 2010 con 32 fuentes semilleras instaladas de 16 especies forestales diferentes y que permiten fomentar el cultivo de especies nativas, principalmente, chuncho (*Cedrelinga cateniformis*), sapote (*Sterculia* sp.), arenillo (*Erisma uncinatum*) y guarango (*Parkia multijuga*).

**Tabla N° 1: Inventario de plantas**

N°	Familia	Nombre científico	Nombre común
1	EUPHORBIACEAE	Aparisthmium cordatum	Aguacate
2	LORANTHACEAE	Loranthus sp	Pega-Pega
3	MARANTACEAE	Calacthea	
4	PIPERACEAE	Pipere sp 1	Pimienta de Monte
5	POACEAE	Gynerium sagittatum	Pindo
6	ZINGEBERA	Renealmia sp	Gengibre de Monte

**Fuente:** Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) diciembre 2012- GADMFO

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Tabla N° 2: Inventario de árboles maderables**

N°	Nombre común	Nombre científico	Para que sirve
1	Chuncho	(Cedrelinga cateniformis),	Maderable
2	Arenillo	(Erismia uncinatum)	Maderable
3	la teca	(Tectona grandis)	Maderable
4	la balsa	(Ochroma pyramidale)	Maderable

**Fuente:** Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) diciembre 2012- GADMFO

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## b) Recurso Fauna

El Parque Nacional Yasuní se convierte en el icono de la riqueza faunística del cantón, a pesar de que abarca apenas el 22% de su territorio. Es por ello que la información existente sobre la fauna del cantón se entremezcla con la identificada en el Yasuní, no logrando disponer de parámetros claros de frecuencia y distribución de especies en sus diferentes zonas y parroquias, e incluso ecosistemas.

La inmensa mayoría de los estudios de fauna realizados dentro del cantón se han dirigido a conocer la fauna dentro del Parque Nacional Yasuní, logrando establecer un sinnúmero de especies de fauna, que se incrementa según se continúan estudiándolas: 204 especies de mamíferos (de los cuales más de 90 son murciélagos, 610 especies de aves, 121 especies de reptiles, 139 especies de anfibios, más de 268 especies de peces y cientos

de miles de especies de insectos.

La cacería, la comercialización de la carne de monte, el tráfico de la vida silvestre (venta de animales silvestres como mascotas), la transformación o desaparición del hábitat, entre otros factores, están reduciendo de forma crítica las poblaciones de especies de fauna existentes en el cantón. Los animales más frecuentemente involucrados en estas actividades depredadoras son las guantas, guatusos, venados, monos, loros, tucanes y tortugas terrestres y acuáticas. Al momento al menos 15 especies de fauna existentes en el cantón se catalogan dentro de alguna categoría de amenaza o peligro de extinción, de acuerdo con las listas y tratados vigentes propuestos por la UICN.

**Tabla N° 3: Inventario de aves**

N°	Familia	Nombre científico	Nombre común
1		<i>Crypturellus undulatus</i>	Pediz Ondulada
2	Ardeidae (3)		Garzetas, Garzas
3		<i>Ardea alba</i>	Gaezeta Grande
4		<i>Egretta thula</i>	Garzeta Bueyera
5		<i>Butorides striatus</i>	Garcilla Estriada
6	Cathartidae		Gallinazos Americanos
7		<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo Negro
8	Accipitridae (2)		Milanos, Gavilanes, Aguilas
9		<i>Gampsonyx swainsonii</i>	Elanio Perla
10		<i>Buteo magnirosstris</i>	Gavilan Campeste
11	Falconidae		Halcones
12	Cracidae (1)	<i>Milvago cxhimachima</i>	Caracarás Cabeciamarillo
13		<i>Daptrius Ater</i>	Caracará Negro
14		<i>Ortalis guttata</i>	Chachalacas Jaspeada
15	Rallidae (2)		Polluelas, Razcones
16		<i>Laterallus exilis</i>	Polluelas Pechigris

17		Laterallus fasciatus	Polluela Negrilineada
18	Columbidae (4)		Palomas
19		Columba livia	Paloma Domestica
20		Columba cayennensis	Paloma Ventripalida
21		Leptotila rufaxilia	Paloma Frentigris
22		Columba plúmbea	Paloma Plomiza
23	Psittacidae (3)		Loro, Guacamayos, Pericos
24		Forpus crassirostris	Periquito Aliazul
25		Brotogeris cyanoptera	Periquito Alicobaltico
26		Ara severa	Guacamayo
27	Cuculidae (1)		Garrapateros
28		Crotophaga ani	Garrapateros Piquiliso
29	Strigidae (1)		Búhos
30		Pulsatrix perspicillata	Búho de Anteojos
31	Trochilidae (5)		Colibríes
32		Florisuga melivorada	Jacobino Nuquiblanco
33		Arthacothonax nigricolis	Mango Gorjinegro
34		Tralurania furcata	Ninfa Tijereta
35		Amazilia fimbriata	Amazilla Gorjibrillante
36		Helimaster longirostris	Helimaster Piquilargo
37	Alcedinidae (1)		Martines Pescadores
38		Megaceryle torquata	Martin Pescador Grande
39	Galbulidae (1)		Jacamares
40		Galbalcyrhynchus leucotis	Jacamar Orejiblanco
41	Bucconidae (1)		Bucos, Monjas
42		Monasa nigrifrons	Monja
43	Capitonidae (1)		Barbudos
44		Capito Aurovirens	Barbudos Coronirojo

45	Ramphastidae (1)		Tucanes
46	Picidae (3)		Carpinteros
47		Chysoptilus punctiagula	Carpinteros Pechipunteado
48		Veniliomes passerinus	Carpintero Chico
49		Melanerpes cruentatus	Carpintero Pechibalco
50	Furnalidae (1)		Horneros
51		Synallaxis albigularis	Colaespina Pechioscura
52	Dendrocolaptidae		Trepatroncos
53		Dendrocolaptes picumnus	Trepatroncos Pentribandeado
54	Thamnophilidae		Hormigueros
55		Taraba mejor	Batarata Grande
56		Thmnophilus crytoleucus	Batarata Castelnau
57	Tyrannidae (7)		Atrapamoscas
58		Sirystes	Siristes
<b>Fuente:</b> Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) diciembre 2012- GADMFO <b>Elaborado por:</b> Enma Lucia Carrillo Ordóñez			

#### 4.1.6. Areas protegidas

El Patrimonio de Áreas Naturales del Estado presente en el cantón. Aproximadamente el 16% del territorio amazónico es protegido por parte del PANE, ya sea como Parques Nacionales, Reservas Ecológicas, Reservas de Producción de Fauna, Reservas Biológicas o Parque Binacional. De las 42 áreas protegidas declaradas en Ecuador, 14 están en la Amazonía. De ellas 8 con territorio exclusivamente amazónico, y 6 tienen con territorio mixto, andino y amazónico. Las áreas que se encuentran estrictamente en territorio Amazónico abarcan el 56 % de la superficie terrestre total del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (MAE, 2009). Dentro de la jurisdicción del cantón Francisco de Orellana encontramos dos

Áreas Naturales vinculados al PANE: 1) El Parque Nacional Yasuní 2) el Parque Nacional Sumaco Napo Galeras.

Parque Nacional Yasuní (PNY): se encuentra en el sector centro oriental de la región amazónica, en los cantones Aguarico, Francisco de Orellana y Pastaza. Es el área protegida más extensa del Ecuador, cubre el 3,7% del área del país. Fue establecida para conservar una muestra representativa de los ecosistemas que alberga y mantener las fuentes alimenticias de las comunidades indígenas Kichwa y Huaorani que viven dentro del Parque y en la zona de influencia. Por su extensión el PNY puede albergar un sinnúmero de poblaciones de flora y fauna saludables. Contiene los sistemas lacustres de Taracoa, Jatuncocha, Garzacochoa y Lagartocochoa (MAE, 2011).

Este parque posee una extensión total de 1'022.737 has, de las cuales 168.022,02has (16,43% del total del parque) forman parte de la jurisdicción del cantón Francisco de Orellana (23,84% del área cantonal) y están localizadas en las parroquias Alejandro Labaka y El Edén).

El Parque Nacional Yasuní es sin duda uno de los lugares más emblemáticos de la provincia de Orellana, e incluso del país, siendo uno de los 36 hotspot de megabiodiversidad existentes al mundo. ¿Con el cierre de la campaña Yasuní-ITT que planteaba priorizar su conservación, a través de la no explotación de los pozos petroleros Inpingo, Tiputini, Tambocochoa, se esta implementado el PLAN B de explotación "ética"? buscar información oficial para decirlo suave y objetivamente.

Parque Nacional Sumaco Napo- Galeras (PNSNG): se encuentra ubicado dentro de la Reserva de Biósfera Sumaco, en las estribaciones de las cordilleras orientales de los Andes y sub-andina, en las llanuras del Pie de Monte sub-andino y amazónica, ocupando la parte este de la Provincia de Napo y oeste de la Provincia de Orellana (MAE, 2007).

Este parque tiene una extensión total de 205.824 has, de las cuales 5.508,52has (2,6% del total del parque) forman parte de la jurisdicción del

cantón Francisco de Orellana (0.77% del área cantonal) y están ubicadas en la parroquia San José de Guayusa.

### **Actividad Turística**

El turismo es considerado un eje estratégico para el desarrollo integral y sustentable del cantón, comuna gran cantidad de atractivos naturales y culturales en el territorio cantonal, a pesar de esto, el desarrollo de esta actividad ha sido muy restringido. La actividad turística que se efectúa en el cantón, se caracteriza por la alta concentración de empresas y operadoras turísticas, que ofrecen paquetes cuyo destino final son cabañas ubicadas en la selva amazónica y en los que no incluyen estancias en la ciudad de El Coca (GMO, 2003). Para contrarrestar esta visión empresarial y mejorar el servicio, el Gobierno Municipal ha impulsado la certificación de Francisco de Orellana, como Destino de Vida; este proceso lleva consigo la capacitación del personal, mejoras en la atención, el mejoramiento del aspecto físico y la implementación de nuevas infraestructuras (Museo Arqueológico del Coca "MACCO", Zoológico Municipal, Terminal Terrestre, Parque Central). Actualmente en el cantón se han identificado 19 sitios turísticos naturales y 5 sitios turísticos culturales, la mayoría de los sitios turísticos se encuentran localizados en el área rural. La oferta de turismo comunitario en el cantón es limitada, y es una alternativa para la generación de ingresos de las comunidades indígenas, una opción para fomentar el uso adecuado y manejo de los recursos naturales locales y una oportunidad para mantener, revalorizar y reafirmar la identidad cultural (Programa Yasuní, 2008). En el cantón se han identificado seis iniciativas de turismo comunitario, que rinden beneficios tangibles e intangibles para los habitantes de las comunidades involucradas. En este momento, son varias comunidades indígenas, localizadas en el área de influencia del Parque Nacional Yasuní, que están insertas en iniciativas de turismo comunitario y otras en búsqueda de implementar proyectos turísticos comunitarios, con el fin de posicionarse como un destino turístico local, nacional e internacional. En los últimos tres años, los servicios turísticos se han acrecentado en la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, lo que proporciona mayor infraestructura turística. De 80 pasaron a ser 150

establecimientos, entre los años 2011 y 2014, debido al aumento de restaurantes y hotel residencia, especialmente. La calificación de destino de vida, induce a que se incrementen las exigencias sobre la categoría de los establecimientos turísticos.

#### 4.1.7. Atractivos Turísticos Naturales

**Tabla Nº 4 Atractivos turísticos naturales del cantón Francisco de Orellana**

Sitios	Parroquia
Cascada La Belleza	La Belleza
Saladero de Añangu	Alejandro Labaka
Centro de Interpretación Sumak Allpa (Isla de los Monos)	Taracoa
Centro de Interpretación Ambiental Yaku Kawsay	Alejandro Labaka
Centro de Turismo Comunitario Indillama	Alejandro Labaka
Laguna Añangu	Alejandro Labaka
Laguna de El Carmen	El Dorado
Laguna Pañacochayacu	San José de Guayusa
Laguna Taracoa	Taracoa
Laguna Yarina	Taracoa
Laguna Yanacocha	San José de Guayusa
Laguna Yuturi	El Edén
Laguna Noneno	Inés Arango
Parque Nacional Yasuní	El Edén, Alejandro Labaka, Dayuma e Inés Arango
Río Napo	Puerto Francisco de Orellana
Río Payamino	Puerto Francisco de Orellana
Río Rumiyaçu	Dayuma
Río Shiripuno	Inés Arango
Río Tiputini	Dayuma

**Fuente:** Departamento de Desarrollo Económico Productivo, 2014

**Elaborado por:** Enma Lucía Carrillo Ordóñez

#### 4.1.8. Estadísticas Turísticas

Se ha analizado los ingresos de turistas a la provincia de Sucumbios y los datos son los siguientes:



**Tabla N° 5 Entrada de ecuatorianos y extranjeros, según Jefaturas de Migración**

<b>Entrada de ecuatorianos y extranjeros, según Jefaturas de Migración</b>				
<b>Jefaturas de Migración</b>	<b>Ecuatorianos</b>		<b>Extranjeros</b>	
	<b>Número</b>	<b>%</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
<b>Quito</b>	487.403	42,64%	632.926	<b>46,40%</b>
<b>Guayaquil</b>	481.493	42,12%	319.814	<b>23,45%</b>
<b>Huaquillas</b>	112.489	9,84%	156.741	<b>11,49%</b>
<b>Tulcán</b>	29.800	2,61%	210.630	<b>15,44%</b>
<b>Macará</b>	23.661	2,07%	11.568	<b>0,85%</b>
<b>Esmeraldas</b>	3.196	0,28%	7.614	<b>0,56%</b>
<b>Manta</b>	2.975	0,26%	4.864	<b>0,36%</b>
<b>Lago Agrio (Sucumbíos)</b>	949	0,08%	14.281	<b>1,05%</b>
<b>Latacunga</b>	798	0,07%	1.046	<b>0,08%</b>
<b>Salinas</b>	225	0,02%	509	<b>0,04%</b>
<b>San Lorenzo</b>	113	0,01%	2.688	<b>0,20%</b>
<b>Machala</b>	13	0,00%	1.363	<b>0,10%</b>
<b>Puerto El Carmen (Putumayo)</b>	1	0,00%	0	<b>0,00%</b>
<b>La Balsa (Chinchipec)</b>	0	0,00%	8	<b>0,00%</b>
<b>Nuevo Rocafuerte (Aguarico)</b>	0	0,00%	5	<b>0,00%</b>
<b>San Cristóbal</b>	0	0,00%	0	<b>0,00%</b>
<b>Santa Cruz</b>	0	0,00%	0	<b>0,00%</b>
<b>Total</b>	<b>1.143.116</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.364.057</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: (INEC, 2013)

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## **4.2. MARCO TEORICO**

### **4.2.1. Plan de Negocios**

Según **Moore, Longenecker y otros, (2009)**, “es un documento que demuestra de forma convincente que la empresa de usted puede vender una cantidad suficiente de su producto o servicio para ganar una utilidad satisfactoria y ser atractiva para los financiadores potenciales”. (p. 151)

De acuerdo con la definición descrita, el plan de negocios tiene que ver directamente con la elaboración de un documento en el cual se dará a conocer los beneficios que un determinado proyecto brindará tanto en el aspecto social, así como económico no solo para un sector en el cual se pretende acentuar el negocio sino también a los inversionistas le brinda la seguridad de que su dinero será retribuido con utilidades en un periodo de tiempo determinado.

**García, (2006)**, indica que el Plan de Negocios “Es el Plan de Planes que integra los planes de las diferentes áreas funcionales de la empresa como Finanzas, Producción, Marketing, Recursos Humanos, etc.”. (p. 16)

El plan de negocio trata de crear un negocio nuevo a través de la investigación documentaria y de campo mediante herramientas que son estudios técnicos, estudio de mercado, estudio económico-financiero, entre otros, que complementan una investigación con el fin de plantear la propuesta de crear o no el negocio.

### **4.2.2. Importancia del Plan de Negocios.**

**Saltos, (2005)**, indica que “Los proyectos son importantes porque son instrumentos utilizados para resolver un conjunto de problemas, o satisfacer necesidades en distintos ámbitos, tales como: tecnológico, económico y administrativo”.

De acuerdo a lo expuesto por el autor se puede indicar la importancia que los planes de negocios tienen ante el comportamiento empresarial que

fundamentan la manera de enfocar desde otra manera de ejercer las relaciones empresariales y negocios que parten de una buena idea al describir un proyecto que determine la ejecución o no de este, sin embargo, la necesidad de concretar una idea involucra el documento que permitirá desarrollar un plan efectivo.

#### **4.2.3. Etapas del Plan de Negocios.**

A continuación, se describe las etapas del Plan de Negocios:

- Estudio de Mercado.
- Objetivo del Estudio de Mercado.
- Elementos del Estudio de Mercado.
- Segmentación de Mercado.
- Análisis de la Demanda.
- Análisis de la Oferta.
- Determinación de la Demanda Insatisfecha.
- Análisis de Precios.
- Análisis de Comercialización.

##### **a) Estudio de Mercado.**

Para **Baca, (2006)**, el estudio de mercado es “verificar la posibilidad real de penetración de un producto o servicio en un mercado determinado con el estudio bien realizado el investigador podrá sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito”. (p. 7)

Basado en la definición expuesta por el autor, el estudio de mercado es determinar si existe o no las condiciones necesarias para poner en marcha el plan de negocios, es decir se podrá determinar cuál es el riesgo que se tiene al llevar a cabo un negocio, así como también los posibles beneficios al realizar el mismo, en síntesis, un estudio de mercado permite determinar el nivel de aceptación de un nuevo producto y/o servicio que se pretenda introducir en el mercado.

La determinación del estudio permite que se analice los requerimientos dentro del mercado el cual garantizará que el proyecto tenga fundamentos necesarios para conocer el estado de factibilidad que este tenga tomando en cuenta los gustos y preferencias en el mercado que quiere trabajar, recopilando la debida información de los elementos que lo conforman, de esta manera se analizara sus diferentes variables que el mercado posee ante las diferentes necesidades que determinan las actividades del consumidor.

#### **b) Objetivo del Estudio de Mercado.**

El objetivo de un estudio de mercado se orienta a realizar un análisis en el mercado de la oferta y demanda de un bien o servicio, permitiendo saber cómo se está ese bien o servicio o permite saber cuál es su futuro mercado.

**Baca, (2006)**

#### **c) Elementos del Estudio de Mercado.**

Los elementos del estudio de mercado son los siguientes:

#### **d) Segmentación de Mercado.**

Determina el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto, sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos y estos segmentos son grupos homogéneos. **(Morales, 2009).**

En la actualidad existen una diversidad de empresas ya sean comerciales, industriales o de servicio, en el que su fin es ofrecer y vender un determinado bien o servicio, pero existe una similitud de actividades comerciales que han influido en los mercados y que ha impedido visualizar a nuevos emprendedores el mercado al cual se quieren dirigir, es ahí en donde la segmentación de mercado permite que se pueda visualizar a que mercado uno se debe dirigir.

#### **e) Análisis de la Demanda.**

Según **Morales, (2009)**, se entiende por demanda, “a la cantidad de productos bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica.” (p. 55)

**Núñez, (2007)**, determina que el análisis de la demanda “tiene por objetivo definir y cuantificar cuales son los principales factores (precio, ingreso los consumidores, preferencias, publicidad, etc.) que determinan a la demanda.” (p. 27)

La cantidad de bienes y servicios que se encuentran en el mercado han hecho que se produzcan consumidores que adquieren a un determinado precio productos que satisfagan sus necesidades y que gana tanto ellos como las empresas quienes generan estos productos.

El análisis de la demanda determina los factores que inciden en el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

#### **f) Análisis de la Oferta.**

**Núñez, (2007)**, La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades. (p.69)

Según el autor la oferta tiene por objeto determinar las cantidades que desean llevar al mercado los productos o empresas que proporcionan un producto o servicio en una economía.

Al observar y leer cada criterio de los autores, se encuentra que los oferentes al tener un mayor nivel de precio, determina que puedan producir más cantidad del bien y a vender, obteniendo así un fin lucrativo para retroalimentarse y volver a realizar desde un principio todo, entendiéndose

como unidades de un determinado bien o servicio.

#### **g) Determinación de la Demanda Insatisfecha.**

**Baca, (2006)**, define que la Demanda Insatisfecha “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (p. 51)

Cuando los productos o servicios no han satisfecho totalmente al consumidor o cuando estos no accedieron al mercado hace que se produzca la demanda insatisfecha, con el cual permite visualizar la cantidad de demandantes que no pudieron ser cubiertos en su totalidad.

#### **h) Análisis de Precios.**

El precio es el valor de los productos expresados en términos monetarios y lo manifiesta, **Núñez, (2007)**, “que define al precio como la cantidad de dinero al que los productores venden su producto o servicio y la cantidad de dinero que los consumidores pagan por él.” (p. 52)

Dentro del precio se debe considerar elementos que influyeron a establecer un valor al producto o servicio como pueden ser las herramientas que se utilizaron, la maquinaria, el equipo y tecnología, así como también el recurso humano, que intervinieron en la elaboración desde su inicio hasta el final del producto.

#### **i) Análisis de la comercialización.**

Según **Núñez, (2007)**, la comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar. (p. 57)

Son acciones que se fijan antes que el producto final pueda ser distribuido, esto implica la salida del producto de la empresa y la llegada al consumidor final, tomando en cuenta el tiempo en que se realiza la entrega procurando que el producto sea entregado a tiempo y sin retrasos, formulando

estrategias de comercialización que como al principio se mencionó acciones ya sea de promoción o publicidad encaminadas a hacer conocer o impulsar el producto o servicio.

Los precios de los factores de producción conjuntamente con los precios de los bienes y servicios forman el sistema general de precios, que actúa como indicador de la producción y el consumo haciendo más coherentes las decisiones de los agentes económicos. En un momento determinado y en las mismas circunstancias, el precio de un bien puede ser uno y otro, puede hacer variar la oferta y la demanda.

#### **4.2.4. Estudio Técnico.**

**Baca, (2006)**, define al Estudio Técnico como “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”. (p. 91)

La determinación del estudio técnico permite que se conozca la parte operativa de la empresa en el que se encuentra el tamaño del lugar, la capacidad con el que cuenta para trabajar adecuadamente en cada una de las tareas; la ingeniería que determina la descripción del proceso, la adquisición de equipo y maquinaria de tal forma que permite disponer del funcionamiento adecuado de la planta, con el aporte estructural de su jerarquización.

##### **a. Objetivo del Estudio Técnico.**

El objetivo es plantear la forma de cómo se producirá el producto que se está ofreciendo, cual es la representación que se tomará en lo referente en su accionar.

**Baca, (2006)**, define de la siguiente manera al estudio técnico: “Es la parte del estudio que puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo”. (p. 8)

Ante lo expuesto por el autor se puede definir que el estudio técnico lo que permite es facilitar al investigador la posibilidad de determinar ciertos aspectos que resultan ser de enorme importancia a la hora de poner en marcha un determinado plan de negocios, es decir que el estudio técnico nos da la posibilidad de determinar el tamaño óptimo de la planta, su ubicación geográfica más adecuada, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo con lo cual se obtienen resultados tal es que sean influyentes para la toma de decisiones de poner o no en marcha dicho plan de negocios.

Para el desarrollo de un plan de negocios se necesita de esta herramienta como es el estudio técnico que permite relacionar el tamaño del proyecto, la capacidad, que son indispensables al momento de conocer los actores como el mismo mercado, mano de obra, la tecnología a utilizar y el financiamiento para impulsar el proyecto.

El tamaño ayuda a plantear alternativas cuando no se ha trabajado con la tecnología que se empleará en la planta determinando así los factores cuantitativos, y los diversos procesos productivos opcionales.

#### **b. Elementos que integran el Estudio Técnico.**

Los siguientes elementos que integran el estudio técnico.

##### **Tamaño óptimo del proyecto.**

**Córdoba, Padilla, (2006)**, explica que el tamaño del proyecto se clasifica por la capacidad de producción y requerimientos que de los bienes tenga el proyecto y el demandante respectivamente. (p.24)

Se debe conocer el tamaño del proyecto con el que se contara para realizar todas las operaciones que se orientaran hacia el cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un inicio y que se contara con los resultados del estudio de mercado el cual provee información tanto de la oferta como de la demanda del bien o servicio, que sirve como referencia para determinar la magnitud del proyecto.



La disponibilidad de recursos permite establecer el tamaño adecuado y necesario para una nueva empresa, para esto se debe conocer su producción y la estimación de los recursos económicos humanos y tecnológicos para el montaje de la empresa también se necesita conocer la disponibilidad de los recursos de los inversionistas para generar producción y obtener beneficios económicos y sociales.

### **Localización de la empresa.**

**Córdoba, (2006)**, menciona que la localización consiste en fijar el punto de vista económico el establecimiento de la dimensión de la planta; es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumos (materia prima, energía, mano de obra); también se debe analizar el mercado de los productos. (p. 24).

Es importante determinar la ubicación de la empresa de producción o de generación de servicios en el que se establecerá y se trabajara con los recursos necesarios, así como también los materiales a utilizar en la elaboración del producto o el servicio que se va a ofrecer con la finalidad de buscar una mayor utilidad.

**Baca, (2006)**, menciona que la localización “es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”

La localización ayudara a determinar el sitio adecuado en el cual se instalará la planta de producción para generar el nuevo producto o servicio, considerando factores que contribuyan a elegir el mejor sitio para la ejecución de los objetivos propuestos.

Mediante la matriz micro y macro el sector en el que se va a establecer se tomara como referencia las variables de ubicación como: la geografía, demografía, vías de accesos al lugar, entre otros, que juegan un papel importante a la hora de elegir en donde establecerse.

### **Macro Localización.**

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, es decir, se refiere a la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema, sólo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

También la decisión de localizar una planta industrial es particularmente importante para contribuir a los objetivos empresariales, por lo que no debe analizarse superficialmente, se debe proyectar más al fondo, el cual pueda tener accesos a la infraestructura adecuada y que tenga la oportunidad de cubrir eficientemente sus mercados potenciales.

### **Micro Localización.**

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

La micro localización analiza de manera detallada el espacio físico en donde permite presentar varias alternativas de ubicación con el propósito de establecer la empresa para lo cual es necesario analizar cada una de las alternativas de ubicación, para el efecto se utilizará el Método Cualitativo por Puntos, que permitirá asignar valores a todos los factores relacionadas con cada alternativa de decisión y de derivar una calificación compuesta que puede ser usada con fines de cooperación que en mayor medida justifiquen la toma de decisión que más beneficie a la instalación, que afectará al momento de seleccionar la ubicación idónea de la planta.

### **Ingeniería del proyecto.**

**Baca, (2006)**, define a la ingeniería del proyecto como “Todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; hasta definir la estructura jerárquica y de organización que habrá de tener la planta

productiva”. (p.110)

Determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles, solucionando aspectos relacionados a la instalación y a las operaciones de la planta, para la elaboración del producto o del establecimiento para ofrecer el servicio, en si comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de fabricación del producto.

Los distintos tipos de insumos (materia prima directa, indirecta, mano de obra directa, indirecta maquinaria y equipo, muebles y enseres, muebles de oficina, y otros materiales) ayudaran a la realización de la producción, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad y durabilidad.

### **Distribución de la Planta.**

**Baca, (2006)**, una buena distribución de la planta “es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones políticas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.

La distribución de planta es aquella donde esta ordenado todos las aéreas específicas de una planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus aéreas. **(Baca, 2006)**

Es necesario que en este punto se confiere los factores: integración total de los recursos, mínima distancia de recorrido para quienes laboran la planta industrial, utilización del espacio, es decir uso adecuado del lugar, seguridad y bienestar para el trabajador, así como también la flexibilidad, es decir fácilmente reajutable a los cambios que exige el medio. **(Baca, 2006)**

En la distribución su orden permitirá que se conozcan los espacios físicos que ocuparan tanto personal como maquinaria y equipo un lugar dentro de las instalaciones de la planta para las respectivas operaciones que se llevaran a efecto, optando con las mejores decisiones con respecto al desplazamiento de área a área y de maquinarias y equipos con el fin de ahorrar recursos y el esfuerzo que se genere. **(Baca, 2006)**

#### **4.2.5. Propuesta Administrativa.**

**Córdova, (2006)**, define la Propuesta Administrativa como “La dimensión legal o jurídica y funcional o técnica para la creación de la empresa” (p. 291)

La propuesta administrativa se enmarca de la decisión de enfocarse en la descripción de la empresa, que servirá como identidad de la misma.

##### **a) Nombre o Razón Social.**

Es el nombre con el que se constituye una empresa y que aparece como tal en el documento público o privado de constitución o en los documentos posteriores que la reforman en donde contrae sus obligaciones, es, por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

##### **b) Logotipo de la Empresa.**

Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como representación y presencia en el mercado. Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, constituye la identidad visual de una empresa o institución. A continuación, las características de un Logotipo:

El Ícono: Es el símbolo visual gráfico.

El Nombre: Es la representación verbo-visual o fonética del elemento básico de identidad.

### **c) Misión.**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe, así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión se entiende como la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

### **d) Visión.**

Es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se lleven a cabo en la empresa, ayudando a que el propósito de la empresa se cumpla, formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa de lo que debe ser en el futuro la empresa.

### **e) Ética.**

La ética empresarial es una exigencia de la persona, cualquiera que sea su trabajo, el cual supone que sus principios son los mismos de la moral general, una buena actuación ética es simultáneamente una buena actuación profesional. La ética descubre en los hombres algo de más valor que la simple actuación es el reflejo, en las actuaciones humanas con el que se mantiene una relación personal.

### **f) Metas.**

Las metas corresponden a los propósitos de desarrollo y crecimiento empresarial, de declaraciones que identifican el punto final o condición que desea alcanzar, proporcionando a esta su identidad propia.

### **g) Estructura legal.**

La estructura legal de la empresa es cómo está constituida en base a una persona natural o como una persona jurídica conformada como una persona creada por la ley consideradas como derecho público o creada por la voluntad de las partes, como son las del derecho comercial o civil.

#### **4.2.6. Estudio Económico – Financiero.**

El estudio económico está conformado por los siguientes:

- Análisis Económico.
- Estructura del Análisis Económico
- Inversión Inicial, Fija y Diferida

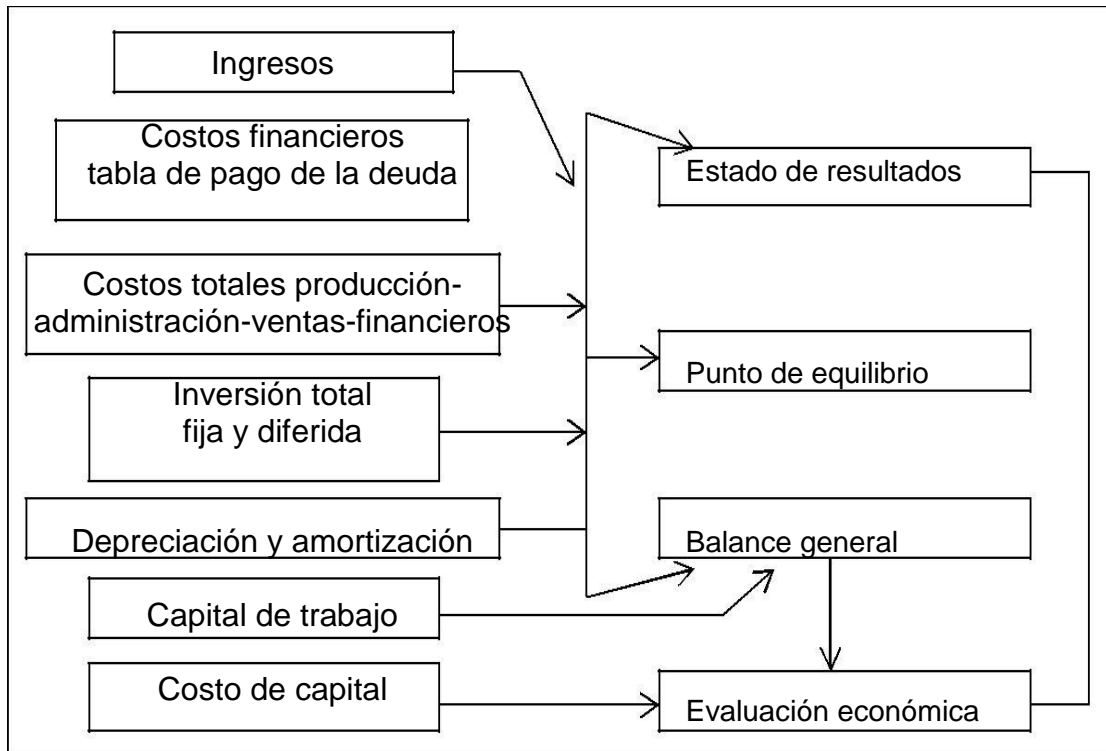
##### **a) Análisis Económico.**

Según **Baca, (2006)**, el análisis económico tiene como objetivo “determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evolución económica”. (p. 160)

Al analizar la definición estructurada por el autor, se puede determinar que mediante este estudio se podrá desarrollar los respectivos estados financieros y de esta manera establecer mecanismos que puedan brindar la confianza de inversión en un determinado proyecto, de manera general hay que tener en cuenta que toda inversión debe ser analizada previamente a la puesta en marcha un determinado proyecto.

## b) Estructura del Análisis Económico

Gráfico N° 1: Estructura del análisis económico.



Fuente: <http://docs.google.com/viewera=v&q=cacha:az>

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## c) Inversión Inicial, Fija y Diferida.

Según **Morales, (2009)**, la inversión inicial “comprende la compra de todos los activos fijos tangibles, así como de todos los activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.” (p.82)

Es todo lo que comprende a activos tangibles como terrenos, edificios, herramientas, maquinaria y equipo entre otros, que, siendo parte o propiedad de la empresa, la inversión con la que se inicia las actividades son activos fijos propios de uso con fines productivos para la empresa.

### a) Inversión Fija.

Es aquella que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian.

## **b) Inversión Diferida.**

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 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.

## **c) Capital de Trabajo.**

Según **Morales, (2009)**, Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, siendo el capital adicional pero distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, que es necesario tener para que comience a funcionar la empresa. (p. 84)

De esta manera se puede determinar que está representado por el capital adicional con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa, es decir, contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa, y otros gastos exigidos por el proyecto.

### **4.2.7. Financiamiento.**

La posible fuente de financiación del proyecto ya ha debido ser identificada en la fase de validación de la iniciativa, definiéndose si serán recursos propios, de socios o accionistas, del sector financiero o entidades oficiales de fomento, aun si será una combinación de algunas de las fuentes ya enunciadas.

A través del financiamiento por parte de instituciones financieras o emitida por los mismos accionistas en su mayoría, se comprometen a invertir ya sea para iniciar un nuevo negocio o para mejorar su infraestructura o renovar su maquinaria, sirviendo de sostén económico y promoviendo al crecimiento de la empresa.



#### **4.2.7.1. Estructura del Financiamiento Requerido.**

**Weston y Copeland, (2007)** “definen la estructura de financiamiento como la forma en la cual se financian los activos de una empresa.”

En este punto señalamos si el proyecto será financiado en su totalidad con capital propio, o se requerirá de algún tipo de financiamiento externo.

En caso de hacer uso de financiamiento externo, en este punto se debe señalar qué porcentaje del total de la inversión cubrirá el financiamiento con capital propio, y qué porcentaje cubrirá el financiamiento con capital externo.

#### **4.2.8. Punto de Equilibrio.**

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Permite averiguar exactamente el número de ventas o la cantidad de dinero que deberá vender para no gastar ni perder dinero, de igual manera la cantidad exacta de ventas para ganar una capacidad predeterminada de dinero. A partir del punto cada venta contribuye directamente al beneficiario con una cantidad de dinero que se llama margen de contribución al beneficiario.

**Dónde:**

**CF:** Costo fijo

**CV:** Costo variable

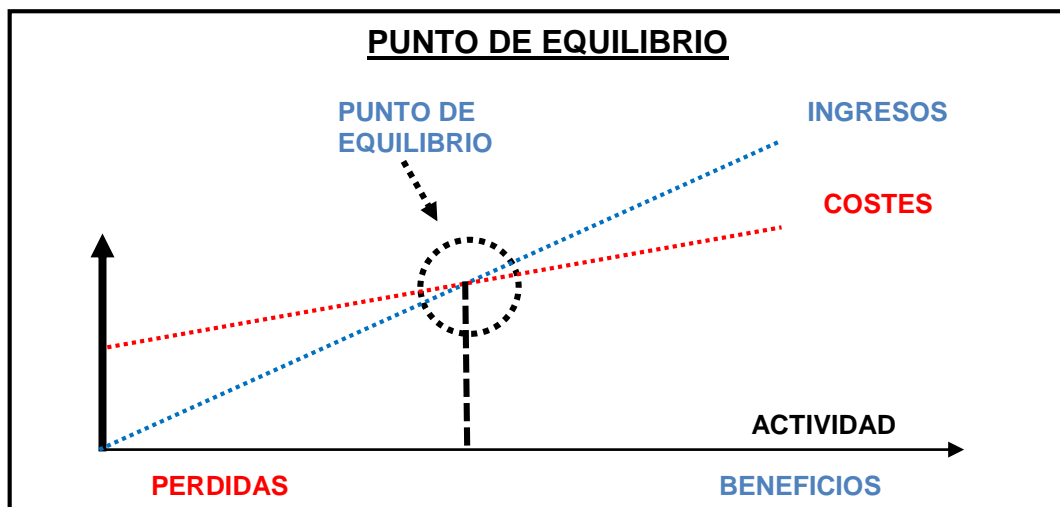
**V:** Ventas

$$PE = CF / (V - CV)$$

**PE:** Punto de Equilibrio

Si el punto de equilibrio es inferior al 100% la empresa está recuperando los costos realizados a través de los generados por las ventas, pero si, el PE es mayor a 100% la empresa no ha cubierto su nivel de equilibrio, por lo tanto, quiere decir que, está perdiendo.

**Gráfico N° 2: Punto de Equilibrio**



Fuente: <http://www.google.com/imgres?imgurl=http://4.bp.blogspot.com/>  
Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 4.2.9. Estados Financieros.

**Camacho, (2008)** explica que los estados financieros “son utilizados por los analistas, inversionistas, prestamista y gerentes para evaluar el desempeño y la condición financiera de cualquier empresa en si los estados financieros están diseñados para ayudar a los usuarios en la identificación de las relaciones y tendencias claves” (p. 4).

Determina de manera contable la magnitud de la inversión de la alternativa de producción que se determinó en el estudio técnico, se integra conjuntamente con los presupuestos de ingresos y gastos, permitiendo asegurar que los recursos de la empresa sean asignados de la mejor manera para que los accionistas tengan la información adecuada para tomar decisiones. **(Camacho, 2008, p. 4).**

**a) Estado de Pérdidas y Ganancias.**

El objetivo del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la ganancia neta y los flujos netos de efectivo del proyecto de inversión, que en general son el beneficio o ganancia real por operar la planta y vender su producción. **(Camacho, 2008, p. 4)**

Permite calcular la utilidad o pérdida netas generadas por el proyecto durante el periodo operativo, suministrando la información de las causas que generaron el resultado aplicable al periodo sea bien este un resultado de utilidad o pérdida. **(Camacho, 2008, p. 4)**

**b) Estado de Situación Financiera.**

El estado de situación financiera permite conocer la posición financiera de una empresa o negocio a un período determinado relacionando los activos, los pasivos y el patrimonio, el cual refleja la situación financiera y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma. **(Camacho, 2008, p. 4)**

**c) Flujo de Caja.**

El flujo de caja permite a que la empresa se proyecte a las futuras necesidades de efectivo, lo que permite que a través de las distintas áreas que se encuentran en funcionamiento dentro de la empresa, tenga una eficiente gestión de caja administrado racionalmente a efectos de incrementar el patrimonio del emprendedor y eliminar el desperdicio de recursos financieros. **Camacho, (2008)**

De esta manera la parte gerencial debe trabajar de forma adecuada con los recursos que en ese momento tiene disponible y por ende también los recursos futuros de la empresa, tomando como punto de partida las previsiones de caja. **(Camacho, 2008, p. 4)**

#### **4.2.10. Evaluación Financiera del Proyecto.**

Antes que mostrar el resultado de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión. **(Camacho, 2008, p. 4)**

##### **a) Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR).**

De acuerdo con **Alegre, (2006)**, la tasa de rendimiento es la relación entre la utilidad neta en un año normal de inversión original (activos fijos y capital de trabajo). Esta tasa puede computarse o bien sobre la inversión total o sobre el capital social. (p. 279)

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas por la inversión realizada en el proyecto. **(Alegre, 2006, p. 279)**

Se puede aceptar como la Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del país más un porcentaje de riesgo del negocio. **(Alegre, 2006, p. 279)**

##### **b) Valor Actual Neto (VAN).**

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo. **(Alegre, 2006, p. 279)**

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

### c) Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

De acuerdo a **Mokate, (2005)**, define a la TIR como la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, operación y de rentabilidades sacrificadas.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

### Cálculo de la TIR.

#### Dónde:

VAN: Valor actual neto

BN<sub>i</sub>: Beneficio neto del i

TIR: Tasa interna de retorno

Es decir:

$$VAN = 0 = \sum_{i=1}^n \frac{BN_i}{(1+TIR)^i}$$

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

### d) Período de Recuperación PR.

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 midiendo el número de años que tomaría a los beneficios el repagar la inversión.

**e) Relación Costo Beneficio.**

Indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto y que se analiza por cada dólar invertido en el proyecto y también en la ejecución de este, se basa principalmente en obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana.

**f) Análisis de Sensibilidad.**

En un proyecto de inversión se puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indica a través de un cuadro resumen su viabilidad tomando en cuenta la TMR, el VAN, la TIR, PIR, la R C/B, que determinan su resultado operativo y abarcando todo lo que incide en el resultado final.

### 4.3. MARCO CONCEPTUAL

**Actividad turística.** - Resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos.

**Atractivo turístico.** - Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista.

**Complejo turístico.** - Superficie variable de territorio que reúne las siguientes condiciones: se ubican fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones permiten a los turistas el disfrute de su estadía, facilitando servicios de hospedaje, alimentación, distracción y prácticas deportivas.

**Conciencia turística.** - Se define como el conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar, tanto frente a sus atractivos y recursos, como con los viajeros o turistas que los visitan.

**Demanda turística.** - Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia, formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

**Flujos turísticos.** - cuantificación del desplazamiento de viajeros, que, desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos.

**Infraestructura turística.** - Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable alcantarillado, salud, higiene, puertos, aeropuertos, terminales de transportes, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos etc.

**Mercado.** - En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Para definir el mercado en el sentido más específico, hay que relacionarlo con otras variables, como el producto o una zona determinada.

**Mercado turístico.** - Una forma de mercado en el que las personas y organizaciones realizan transacciones económicas por medio de la compra y venta de bienes y servicios turísticos, que son aquellos consumidos por los turistas y que son producidos por diferentes actividades económicas y ramas productivas, lo que genera la demanda y la oferta turística.

**Oferta turística.** - Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (Atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista.

**Patrimonio turístico.** - Es el conjunto de bienes, libres por lo general y no apreciables en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales, por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas.

**Producto turístico.** - Es el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

**Servicio.** - Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad pública o privada.

**Turismo.** - Desplazamiento y permanencia temporal de personas hacia unos lugares diferentes al de su domicilio habitual que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo, los mismos que son intercambiados por dinero, bienes y servicios.



**Turismo nacional.** - Aquel realizado que incluye tanto el turismo interno como el turismo emisor.

**Turismo receptor.** - Aquel que realizan los no residentes que viajan dentro del país visitado.

**Turismo rural:** Actividad turística generada en un medio rural, compatible con el desarrollo sostenible, mediante la participación del turista y la comunidad.

- **Complejo Turístico**

El complejo turístico, conocido también como complejo vacacional, son aquellos establecimientos para alojamiento, ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permiten a los clientes el disfrute de su tiempo de ocio en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje pudiendo ser, en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial. **(Baca, 2008)**

Para que un establecimiento sea considerado complejo turístico deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

- ✓ Servicio de recepción.
- ✓ Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- ✓ Servicio de comedor.
- ✓ Servicio telefónico.
- ✓ Servicio de venta de "souvenirs" y otros.
- ✓ Servicio de vigilancia durante el día y la noche
- ✓ Se facilitará artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.
- ✓ Servicio de alimentación dentro de los horarios señalados los mismos que comprenderán un mínimo de dos horas para cada una de las comidas principales.

- **Tipos de complejos turísticos**

- a) Complejo de destino**

Se llama generalmente a los complejos como resorts de destino. Este es un uso común cuando las instalaciones proporcionan alimentos, bebida, alojamiento, deportes, entretenimiento y compras, con la ventaja de que los clientes no tienen que abandonar el resort después de haber llegado. Generalmente, estas instalaciones son de calidad superior a las que uno esperaría si tuviera que estar en un hotel o comer en hoteles de la ciudad. **(Baca, 2008)**

- b) Complejo de esquí**

Un complejo de esquí, o centro de esquí en Latinoamérica, es un área preparada para el disfrute de la nieve. Dispone de pistas de esquí balizadas preparadas por máquinas especiales y clasificadas por colores (verdes, amarillos azules, rojas, negras) así como pistas de fondo. **(Baca, 2008)**

- c) Balneario**

Un balneario (del latín balneae -arum «baños» o balineae -arum «establecimiento de baños») es un lugar para baños públicos, ya sea de piscina, río o mar. El término también puede hacer referencia a un lugar dedicado al reposo y la curación a través de la utilización de las aguas, sobre todo termales o minerales, con un edificio para el hospedaje. Algunas de las técnicas que se utilizan en los balnearios y centros spa, además de las piscinas termales, son baños con algas, baños con fango, baños de piel de pomelo, inhalación de vapores, hidromasaje, chorros de agua o circuitos a contracorriente. Hay balnearios que emplean el método ayurvédico, un antiguo sistema de medicina india. En algunos balnearios europeos en vez de tomar baños se realiza inhalación de gases, ya sean naturales o balsámicos, cuyo fin es el servir como terapia para personas con problemas respiratorios, de riñón o en las vías urinarias. **(Baca, 2008)**

#### **d) Un complejo todo-incluido (o all-inclusive resort)**

Es un complejo que, además de contar con todas las amenidades de un resort, carga un precio fijo que incluye la mayoría o todos los elementos. Como mínimo, la mayoría de los resorts inclusivos incluyen alojamiento, bebida y alimentación (las tres comidas: desayuno, almuerzo y cena; o bien barra libre), actividades deportivas y entretenimiento por un precio fijo. **(Boullón, 2008)**

#### **Complejo y Urbanización Turística**

Un complejo turístico es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, restauración, actividades deportivas y de ocio en general. Todo un abanico de posibilidades que harán de su estancia en nuestra región un recuerdo inolvidable. **(Barreno, 2005)**

La urbanización turística hace referencia a los procesos por los cuales se han desarrollado áreas urbanas con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a residentes temporales. **(Boullón, 2008)**

Simbólicamente estos espacios suelen ser considerados extraordinarios por parte de sus usuarios. La constitución de estos espacios ha proporcionado la oportunidad de generar ingresos a través de la urbanización turística. En un contexto de producción industrial, de crecimiento de rentas y de mejor técnica, el convencimiento de la necesidad de hacer vacaciones son los motivos que provocan la multiplicación de centros turísticos de playa en todos los espacios bañados por el sol situados en la periferia de las principales concentraciones urbanas e industriales del mundo. **(Saltos, 2007)**

#### **4.4. MARCO LEGAL**

Como toda empresa a constituirse necesita tener una estructura legal que le permita operar sin ninguna informalidad legal, por lo tanto la empresa estará constituida bajo Escritura Pública, de acuerdo a las Leyes de la Superintendencia de Compañías, también contará con el registro del Ministerio de Turismo y permisos otorgados por el Municipio del cantón Francisco de Orellana, Ministerio de salud, Ministerio de gobierno y policía, bomberos, ya que estos requisitos son los requerimientos fundamentales y necesarios para el funcionamiento legal de una empresa.

**4.4.1. Disposiciones Generales.-** Se otorgará o denominará como Sociedad Anónima contrayendo entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras “Sociedad Anónima” o su correspondiente abreviatura “S.A.” Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital pertenezca en su totalidad a una entidad del sector público.

La Ley de Turismo, Ley No. 097-2002, se expidió en el suplemento del Registro Oficial No. 733, del 27 de diciembre del 2002, establece en su Art. 5 que se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de Alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

- e) Intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo mecánico), hipódromos y parques de atracciones estables.

#### **4.4.2. Los Artículos 8 y 19 de la ley de Turismo**

Los Artículos 8 y 19 de la Ley de Turismo, disponen que “para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes; y, el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría”.

**4.4.3. De Capital.** - El capital estará conformado por las aportaciones de los socios.

El complejo turístico “Brisas del Payamino” será legalmente constituida como Sociedad Anónima, la misma que requiere necesariamente de escritura pública un extracto y la respectiva aprobación de la Súper de Compañías. Para lo cual se deberá publicar un extracto de la escritura de un periódico que puede ser la Gaceta y posteriormente se inscribirá en el Registro Mercantil.

La escritura pública contendrá:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las

cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;

**g)** El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,

**h)** El domicilio de la compañía.

La validación de la escritura de constitución de la compañía será solicitada al Superintendente de Compañías por los administradores de la entidad en un periodo de treinta días luego de haber suscrito el contrato.

#### **4.4.4. Plan de ordenamiento territorial**

- De la Protección del Suelo

**Art. 101.-** Las solicitudes de permisos de construcción o funcionamiento para realizar actividades que por su naturaleza o por motivos de construcción supongan la realización de movimientos de tierras en pendientes superiores al 15% ó a un volumen superior a los 5.000 m<sup>3</sup>, deberán ir acompañadas de la documentación y estudios necesarios que garanticen la ausencia de impactos negativos sobre la estabilidad o razonabilidad de los suelos. Dichos estudios deberán ser revisados y aprobados por la Dirección de Medio Ambiente y la Dirección de Planificación del Gobierno Municipal.

- De la Protección del Paisaje

**Art. 104.-** Con el fin de preservar la calidad estética del paisaje, no se concederá autorización a Proyectos que puedan ocasionar la destrucción, deterioro o desfiguración del paisaje natural. Las actividades que puedan implantarse y que a su vez puedan generar impacto paisajístico, deberán realizarse de forma que se minimice el impacto negativo sobre el paisaje, debiéndose justificar este extremo en las correspondientes solicitudes a la Dirección de Planificación.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

En esta investigación se realizó mediante los procesos metodológicos y operativos que se detallan a continuación:

### **5.1. Materiales**

Entre los materiales, equipos, herramientas e insumos utilizados en la investigación se determina:

#### **Equipos**

- Computadora SONY e impresora EPSON L22
- Calculadora CASIO fx-82LAPLUS
- Cámara fotográfica Marca: Samsung PL120ZF-N°363
- Equipos de protección personal
- Memoria electrónica de 16 GB
- Celular Samsung J7
- GPS

#### **Herramientas**

- Libros y documentos sobre el tema de estudio
- Revistas informativas
- Cuaderno
- Material de oficinas

#### **Insumos**

- Internet
- Encuestas
- Mapas Geográfico y político del cantón Francisco de Orellana.

### **5.2. 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 el cantón Francisco de Orellana.

### **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.

### **d) 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 del canton de Francisco de Orellana, con una tasa de crecimiento del 1.42%, según el Censo del INEC del 2010; a los turistas nacionales que son un total de 1.958 y 1.100 extranjeros, datos tomados del PDOT de Francisco de Orellana.

### 5.2.1. Levantamiento de información

a) **Nombre del GAD:** Municipal del Cantón Francisco de Orellana

b) **Población total 2015:** 72.795 habitantes

Universo de estudio. - Para el universo de estudio se determinó a los habitantes del Cantón Francisco de Orellana más los turistas nacionales y extranjeros, que son un total de 75.853 (100%) personas. de los cuales: 72.795 (96%) son habitantes del cantón; 1.958 (3%) Turistas Nacionales, 1.100 (1%) Turistas Extranjeros, (fuente PDyOT Francisco de Orellana 2014-2019).

**Muestra.** - Para calcular la muestra se aplicó la fórmula a la población (75.853 personas). Parámetros de Medición:

### FÓRMULA

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

**Fuente:** Interaprendizaje de Estadística Básica

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

n= Tamaño de la muestra	?
Z= Nivel de confianza deseado	(1.654)
N= Tamaño de la población	(75.853)
P= Proporción real estimada de éxito	(0,70)
Q= Proporción real estimada de fracaso	(0.30)
E= Error muestral	(0.07)

### Desarrollo de la Formula

$$n = \frac{(1.645)^2 (75.853) (0.70) (0.70)}{(0.07)^2 (75.853 - 1) + (1.645)^2 (0.70) (0.30)}$$

$$n = \frac{43130.8274271}{372.2434107}$$

$$n = 115$$

### Total de Encuestas a Realizar: 115

**Caracterización de la demanda.** - Este análisis se obtuvo a partir del registro de la información proporcionada del consumidor, el cual consistió en determinar las características generales o la detección de las necesidades del segmento de mercado o grupo consumidor de los 115 (100%) encuestados, 69 (60%) son habitantes del Cantón Francisco de Orellana, 23 (20%) son turistas extranjeros y 23 (20%) son turistas nacionales.

**Cuadro N° 1: Distribución del Tamaño de la muestra**

<b>Sector investigado</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>No. Encuestas</b>
Población del cantón Francisco de Orellana	72.795	96%	69
Turistas Nacionales	1.958	3%	23
Turistas Internacionales	1.100	1%	23
<b>Total</b>	<b>75.853</b>	<b>100%</b>	<b>115</b>

**Fuente:** INEC-PDOT-Francisco de Orellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## **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 Sr. Alejandro Sanabria Gaibor, presidente del sector Union Imbabureña con la finalidad de conocer algunos aspectos que permitan llevar a efecto el estudio y determinar la factibilidad del mismo.

Así mismo se los entrevisto a los propietarios que se encuentran lo más cerca posible al cantón Francisco de Orellana:

Complejo Turístico Cattleya

Hostería Complejo Turístico Amazonas

Complejo Turístico Chambira, ubicado vía a Lago Agrio Km. 12.

Lugares de similar servicio, en este caso para hospedaje a los hoteles, para alimentación a los restaurants 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.

### **5.2.2. Elaboración e interpretación de encuestas**

Se realizaron encuestas para el estudio y análisis del mercado actual, y conocer las necesidades de los clientes el cual nos permitió ver las necesidades reales de los habitantes, turistas nacionales y extranjeros (Anexo N° 1 encuestas).

## f. RESULTADOS

6.1. Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.

6.1.1. Resultados e interpretación de las encuestas aplicadas a los turistas.

Pregunta Nº 1 Cuánto es su ingreso mensual

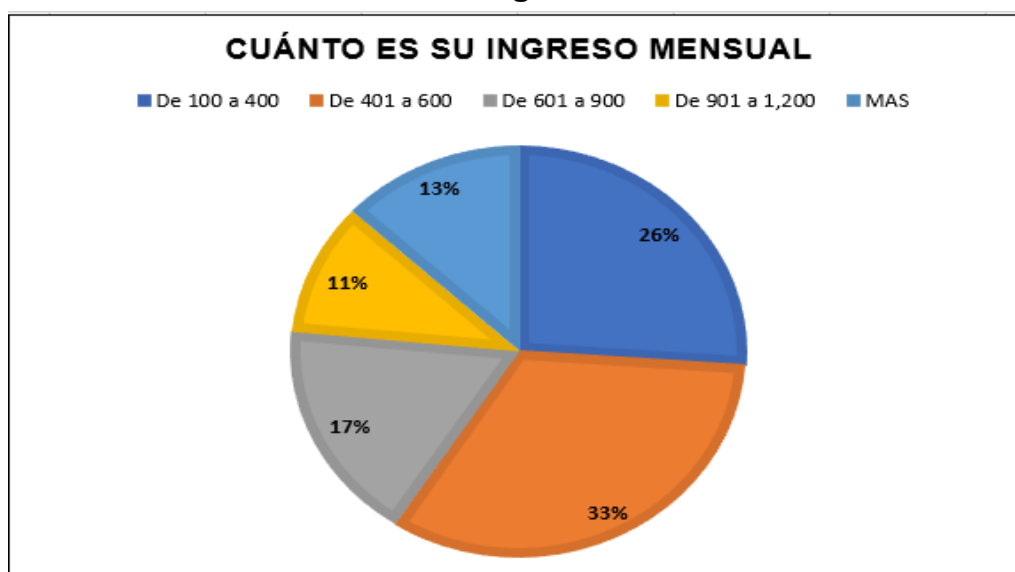
Tabla Nº 6 Ingreso mensual

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 100 a 400	30	26%
De 401 a 600	38	33%
De 601 a 900	20	17%
De 901 a 1.200	12	11%
MAS	15	13%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

Gráfico Nº 3: Ingreso mensual



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Del gráfico Nº 3, se establece que los ingresos de las personas encuestadas van desde 400 dólares hasta más de 1.200 representados con un porcentaje no menos del 13%, siendo estos favorables para el proyecto a implementar ya que la mayoría de la población encuestada es económicamente activa y puede pagar los costos para usar los servicios que prestara el complejo turístico.

**Pregunta N° 2 ¿conoce usted si existe algún complejo turístico recreacional en la zona?**

**Tabla N° 7: Conoce usted si existe un complejo turístico recreacional en la zona**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	10%
NO	103	90%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 4: Conoce usted si existe un complejo turístico recreacional en la zona**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Del total de los encuestados un 90% de las personas dicen no conocer otros complejos turísticos y solo el 10% si conocen, por lo que se presume que el proyecto será rentable ya que va hacer novedoso para la ciudadanía en general.

**Pregunta N° 3 ¿Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico recreacional en el año?**

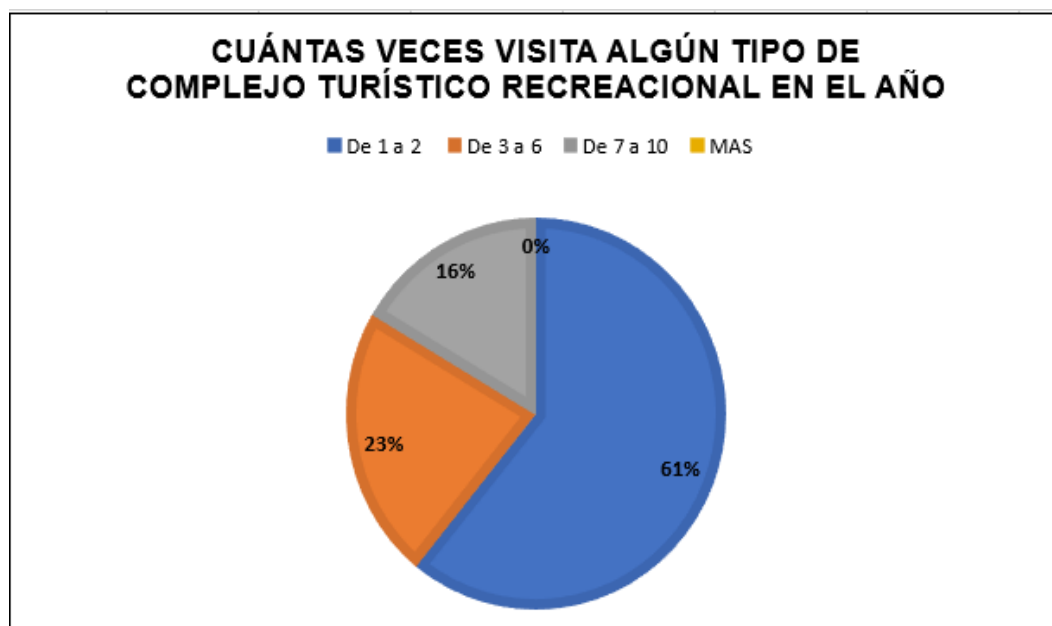
**Tabla N° 8 Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico recreacional en el año**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 a 2	70	61%
De 3 a 6	26	23%
De 7 a 10	19	16%
MAS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 5: Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** La frecuencia con que las personas encuestadas visitan algún tipo de centro turístico es más de una vez, que representa el 61% como muestra el gráfico, entre los valores más altos, este porcentaje de personas es el que se tendrá de visitas para el complejo y con estas cifras el proyecto sería rentable.

**Pregunta N° 4 ¿Cómo considera usted el servicio ofertado por los centros turísticos recreacionales de la zona?**

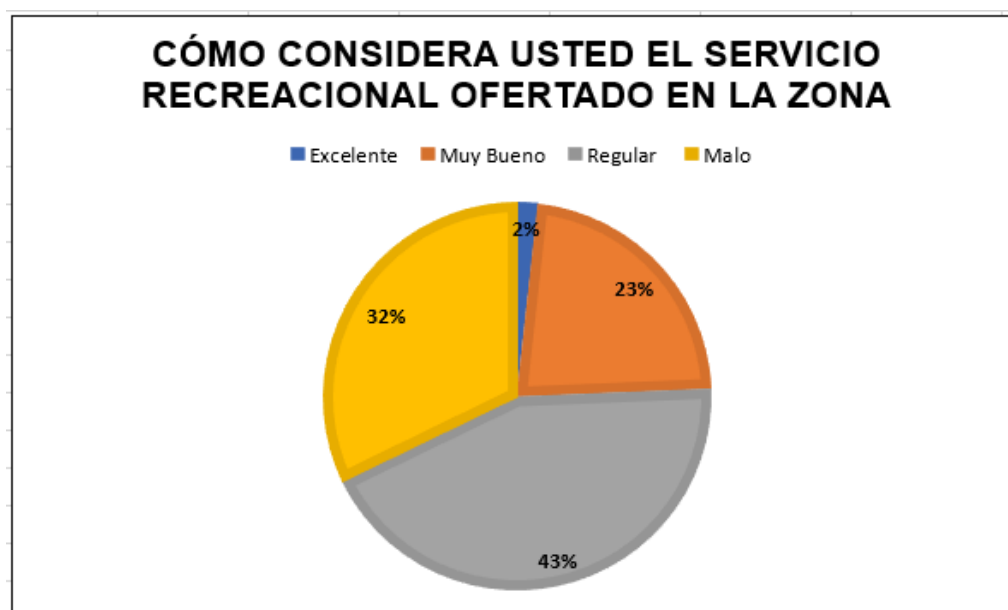
**Tabla N° 9: Cómo considera el servicio ofertado por los centros turísticos recreacionales de la zona**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	2%
Muy bueno	26	23%
Regular	50	43%
Malo	37	32%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>
<b>POR QUE</b>	<b>Se cuantificó un patrón general de respuesta similares o comunes</b>	
No hay	1	1%
Mala atención	72	62%
Es agradable	33	29%
Infraestructura básica	9	8%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 6: Cómo considera usted el servicio recreacional ofertado en la zona**



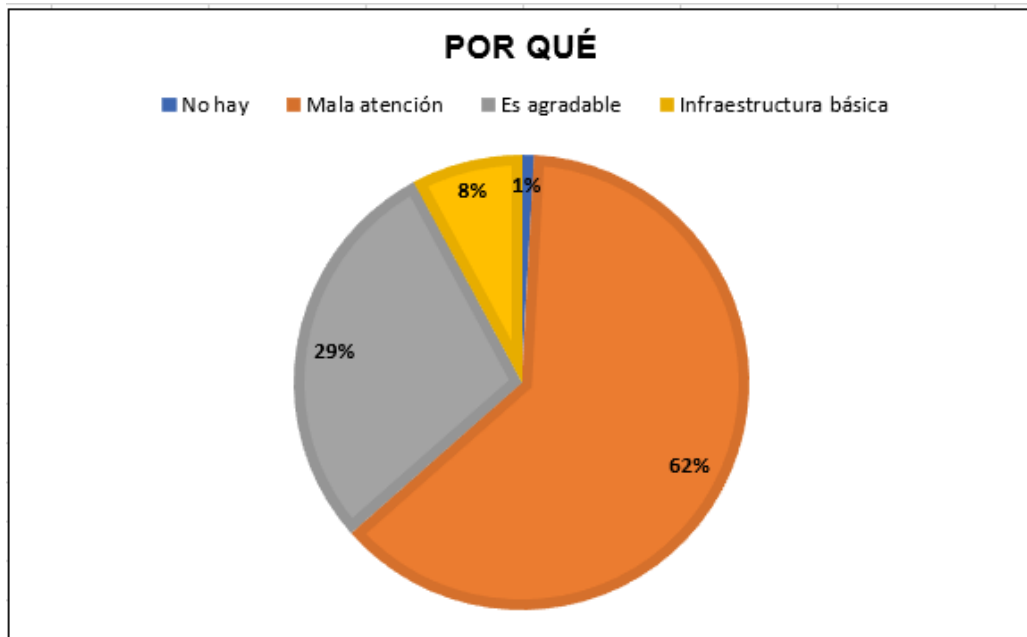
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Del total de las personas encuestadas dice que el servicio ofertado por servicios recreacionales es regular con un 43% siendo este el más alto, este porcentaje da la pauta para brindar a los visitantes una atención de calidad en el Complejo Turístico.



**Gráfico N° 7: POR QUÉ**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 7 después de haber analizado los datos en lo que se refiere cual es la causa del servicio ofertado se ha visto que el 62% dice que hay una mala atención que es el porcentaje más alto, esto será beneficioso para el proyecto ya que son falencias de la competencia y a la vez fortaleces para el proyecto.

**Pregunta Nº 5 ¿Está de acuerdo con la implementación de un complejo turístico en el Cantón Francisco de Orellana y por qué?**

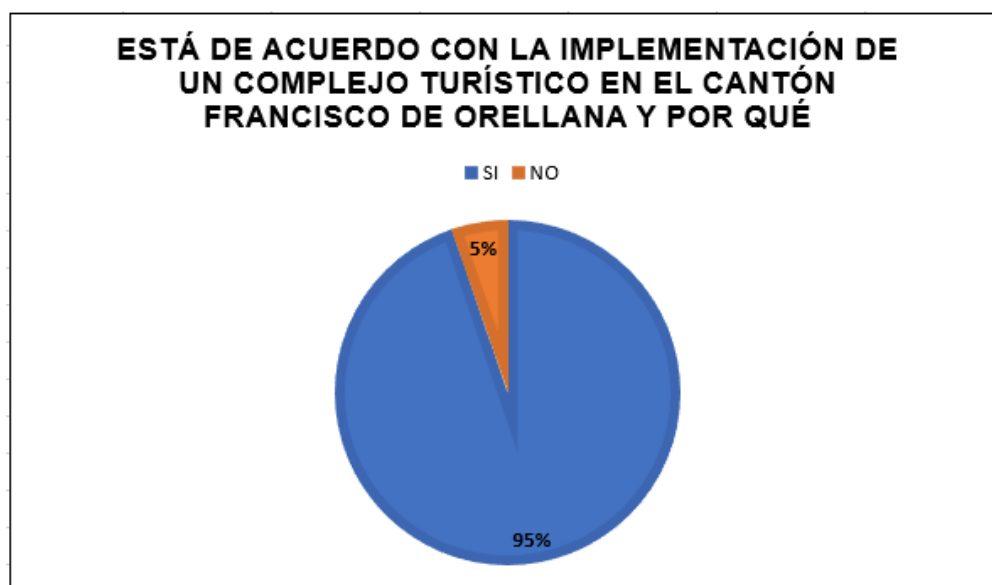
**Tabla Nº 10: Está de acuerdo con la implementación de un complejo turístico en el cantón Francisco de Orellana y por qué**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	109	95%
NO	6	5%
TOTAL	115	100%
<b>POR QUÉ</b>	<b>Para cuantificar esta pregunta se ha escogido un patrón general de respuesta similares o comunes</b>	
No es necesario	2	2%
Falta de capacidad	14	12%
Incentivaré el deporte	28	24%
No hay	40	35%
Ayudará al turismo	25	22%
En blanco	6	5%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico Nº 8: Está de acuerdo con la implementación de un complejo turístico en el cantón Francisco de Orellana**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Después de haber analizado los datos si están de acuerdo con la implementación de un complejo turístico el 95% de los encuestados dice que, si está de acuerdo, esto es favorable para el proyecto ya que tendrá una buena acogida por parte de los habitantes.

**Gráfico N° 9: POR QUÉ**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo al gráfico 9 entre las preguntas formulas del porqué el 35% dice porque no hay en el sector y el 24% comenta que también incentivaré el deporte porque se esta iplemetando áreas recreativas para poder realizar actividades deportivas.

**Pregunta N° 6 ¿La creación del complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona?**

**Tabla N° 11: La creación del nuevo complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Afecta	14	12%
Beneficia	101	88%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 10: La creación del complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** El análisis de sobre si beneficia o afecta la creación de un complejo turístico en la zona el 88% de las personas encuestadas dicen que va a beneficiar un proyecto de esta magnitud y solo un 12% dice que afectara, el resultado es beneficioso para el proyecto ya que tendrá una buena acogida el complejo turístico.

**Pregunta N° 7 ¿Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico?**

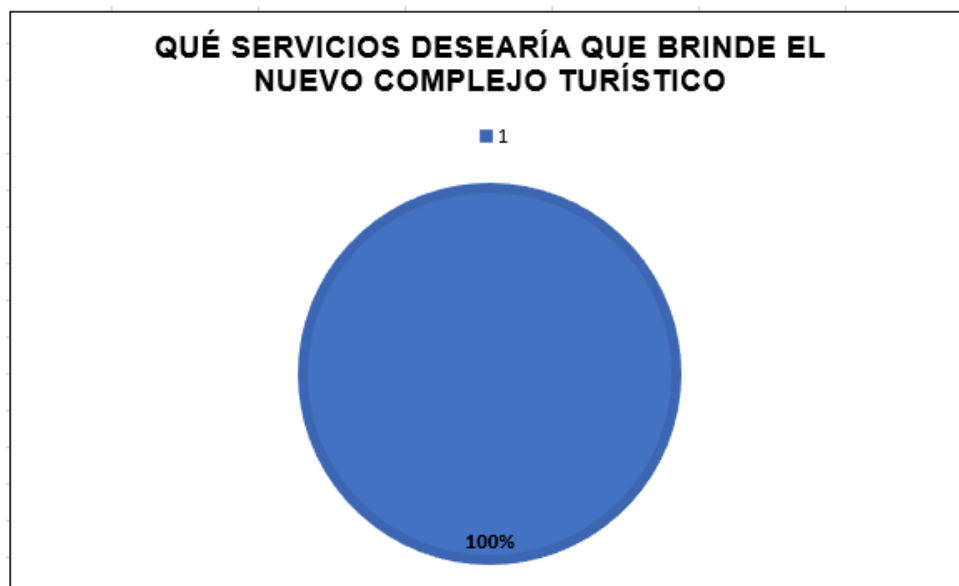
**Tabla N° 12: Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todas las actividades descritas	115	100%
<b>TOTAL</b>	115	<b>100%</b>
Otras	0	0%
Juegos de mesa	2	2%
Paint ball	2	2%
Billar	3	2%
En blanco	108	94%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 11: Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Los encuestados seleccionaron todos los campos que les gustaría que tenga el complejo turístico este sería el 100% y las actividades que seleccionaron son: Piscina, Hospedaje, Comedor, Juegos infantiles, Pista de baile, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Áreas de camping, Con estas respuestas se tiene una idea de que actividades les gustaría que tenga el Complejo Turístico a los posibles clientes.

**Pregunta N° 8 Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con información turística (i-tour) de la zona.**

**Tabla N° 13: Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con Información Turística (I-Tour) de la zona**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	110	96%
NO	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 12: Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con información turística**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación** En lo que se refiere al presente cuadro, de 115 encuestados el 96%, si le gustaría que haya un i-Tour en el complejo turístico, ya que esto ayudaría a mejorar el turismo en el cantón ya que encontrarían información de los lugares y solo el 4% dice que no es necesario tener un i-Tour.

**Pregunta Nº 9 ¿Cree necesario contratar personal apacitado del mismo sector?**

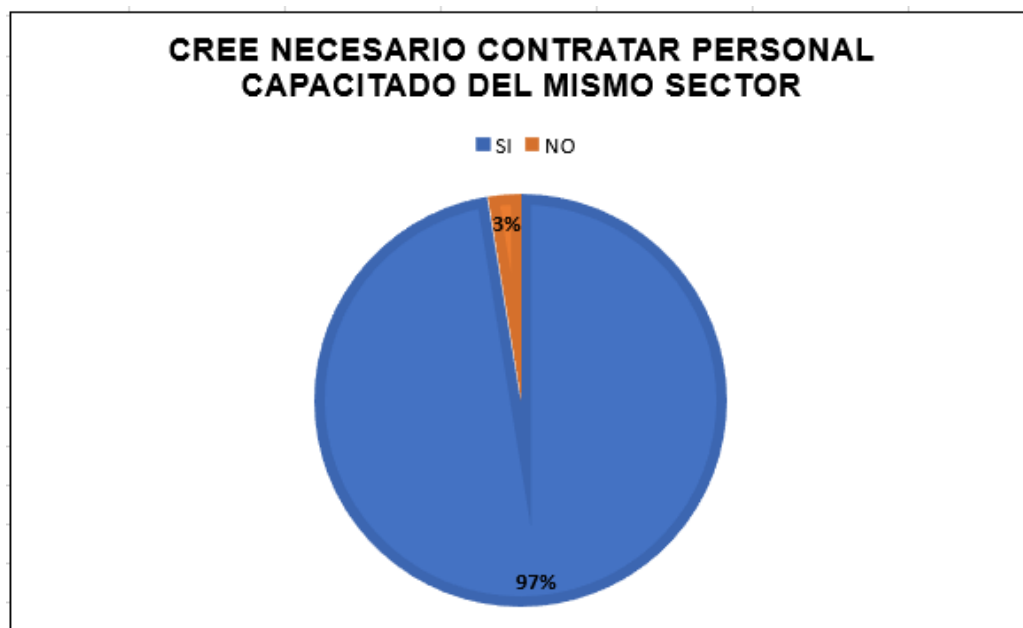
**Tabla Nº 14: Cree necesario contratar personal capacitado del mismo sector**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	97%
NO	3	3%
TOTAL	115	100%
<b>POR QUE</b>	<b>Para cuantificar esta pregunta se ha escogido un patrón general de respuesta similares o comunes</b>	
Porque es necesario	19	17%
No es necesario	5	4%
Mejoraría el empleo	84	73%
En blanco	7	6%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico Nº 13: Cree necesario contratar personal apacitado del sector**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Las personas encuestadas están de acuerdo en un 97% de que se contrate personal capacitado de la zona, estos son la mayoría de los encuestados ya que mejoraría el estilo de vida de las personas de la zona.

Gráfico N° 14: POR QUÉ



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 14 la mayoría de los encuestados que es el 73% cree que mejoraría las fuentes de empleo en la zona y esto incentivaría a poner micro empresas en el sector mejorando el estilo de vida de los habitantes.



**Pregunta N° 10 ¿Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector?**

**Tabla N° 15: Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	61	53%
De acuerdo	45	39%
Poco de acuerdo	9	8%
En desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 15: Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en el sector**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Análisis e Interpretación:** Los encuestados respondieron positivamente a los emprendimientos turísticos con un 53% que están totalmente de acuerdo, un 39% de acuerdo y un 8% poco de acuerdo como resultado se tiene que el proyecto si tendrá la acogida por parte de las personas de la zona.

### **6.1.2. Estudio de Mercado.**

El complejo turístico efectuara su difusión en las empresas públicas y privadas en los colegios y se dejara trípticos en los stands de turismo.

### **6.1.3. 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 72.795 habitantes con una tasa de crecimiento del 4.0%.

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

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

$$Pf = 87.380 (1 + 0.04)^6$$

$$Pf = 87.380 (1,27)$$

$$Pf = 110972.6$$

$$Pf = 110973$$

**Cuadro N° 2: Demanda Potencial**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN (4%)</b>
<b>0</b>	110.973
<b>1</b>	115.412
<b>2</b>	120.028
<b>3</b>	124.830
<b>4</b>	129.823
<b>5</b>	135.016
<b>6</b>	140.416
<b>7</b>	146.033
<b>8</b>	151.874
<b>9</b>	157.949
<b>10</b>	164.267
<b>Fuente:</b> INEC	
<b>Elaborado por:</b> Enma Lucia Carrillo Ordóñez	

**6.1.4. 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 Francisco de Orellana que son un promedio del 61%.

**Cuadro N° 3: Demanda Real**

<b>Años</b>	<b>Población (4%)</b>	<b>Demanda Real 89.8%</b>
<b>0</b>	110.973	99653,754
<b>1</b>	115.412	103639,904
<b>2</b>	120.028	107785,5
<b>3</b>	124.830	112096,92
<b>4</b>	129.823	116580,797
<b>5</b>	135.016	121244,029
<b>6</b>	140.416	126093,79
<b>7</b>	146.033	131137,542
<b>8</b>	151.874	136383,043
<b>9</b>	157.949	141838,365
<b>10</b>	164.267	147511,9
<b>Fuente:</b> Encuestas		
<b>Elaborado por:</b> Enma Lucia Carrillo Ordóñez		

### 6.1.5. 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 N° 4: Demanda Efectiva**

<b>Años</b>	<b>Población (4%)</b>	<b>Demanda Real 89.8%</b>	<b>Demanda Efectiva 95%</b>	<b>Veces que visitan al año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
<b>0</b>	110.973	99.654	94.671	2	284013
<b>1</b>	115.412	103.640	98.458	2	295374
<b>2</b>	120.028	107.786	102.396	2	307189
<b>3</b>	124.830	112.097	106.492	2	319476
<b>4</b>	129.823	116.581	110.752	2	332255
<b>5</b>	135.016	121.244	115.182	2	345545
<b>6</b>	140.416	126.094	119.789	2	359367
<b>7</b>	146.033	131.138	124.581	2	373742
<b>8</b>	151.874	136.383	129.564	2	388692
<b>9</b>	157.949	141.838	134.746	2	404239
<b>10</b>	164.267	147.512	140.136	2	420409
<b>Fuente:</b> Encuestas					
<b>Elaborado por:</b> Enma Lucia Carrillo Ordóñez					

### 6.1.6. 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.

### **6.1.7. 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)

### **6.1.8. Análisis de la oferta turística en el cantón Francisco de Orellana**

La oferta de Turismo en el cantón de Orellana es variada y por ello desde ayer sus habitantes hallan satisfacción en el gran número de visitantes que llegan hasta estas tierras.

En el cantón Francisco de Orellana, el Turismo es considerado un eje estratégico para el desarrollo local y sustentable del cantón, a pesar de esto esta actividad ha sido muy restringido, y se caracteriza por la alta concentración de empresas y operadoras turísticas, que ofrecen paquetes cuyo destino son cabañas ubicadas en la sela amazónica y en los que no incluyen estancias en la ciudad, varias comunidades indígenas, localizadas en el parque Yasuni, que están insertas en iniciativas de Turismo comunitario, como se detalla a continuación.

### 6.1.9. Iniciativas de Turismo comunitario en el cantón Francisco de Orellana.

**Cuadro Nº 5: Iniciativas de Turismo comunitario**

<b>Sitios turísticos</b>	<b>Involucrados</b>	<b>Parroquia</b>
<b>Napo Wildlife Center</b>	Comunidad Kichwa de Añangu	Alejandro Labaka
<b>Yasuní Kichwa Ecologde</b>	Comunidad Kichwa de Añangu	Alejandro Labaka
<b>Centro de Interpretación Ambiental "Yaku Kawsay"</b>	Centro Kichwa de Nueva Providencia	Alejandro Labaka
<b>Lodge Samona Yuturi</b>	Comunidad Kichwa de Samona Yuturi	Inés Arango
<b>Centro de Turismo Comunitario Rio Indillama</b>	Comunidad Kichwa de Indillama	Alejandro Labaka
<b>Tiwiram</b>	Comunidad Shuar Tiwiram	Dayuma
<b>Paco Playa</b>	Asociación Turística Paco Playa/Comuna Estrella Yacu	San Luis de Armenia
<b>Napo Wildlife Center</b>	Comunidad Kichwa de Añangu	Alejandro Labaka

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## **6.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **6.2.1. 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).

### **6.2.2. Descripción de la actividad**

El Complejo Turístico “*Brisas del Payamino*”, prestará servicios de recreación con una variedad de actividades; contará con piscina semiolímpica, piscina para niños, cancha de fútbol, cancha de boli, hipódromo, pesca deportiva, área de camping, restaurante, y hospedaje, además brindará comidas típicas de la zona para eventos.

### **6.2.3. Sector de la actividad**

El Complejo Turístico, se desarrolla en el área de recreación.

### **6.2.4. Ámbito Geográfico**

El Complejo Turístico “*Brisas del Payamino*”, operará de manera local en el cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

### **6.2.5. Segmento de Mercado**

Las actividades que podrán realizar los visitantes del complejo turístico están dirigidos a toda la población en general que deseen relajarse o disfrutar de un día con una sana distracción.

## 6.2.6. Definición del Producto

**Cuadro Nº 6: Características de los productos**

<b>Producto</b>	<b>Composición</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor</b>
<b>Piscina para adultos y para niños</b>	Se podrá realizar actividades de natación tanto recreativas como semi profesionales	habrá una persona encargada para peticiones y cuidado de esta área	5 USD/ ingreso Cursos 10 USD/ por alumno	<b>Para los cursos se les incluirá agua para los entrenamientos se proveerán los ternos de</b>
<b>Cancha de fútbol</b>	Sera una cancha reglamentaria para eventos deportivos	Para los convenios con las empresas se pondrá un arbitro.	5 USD/ ingreso Cursos 10 USD/ por alumno	<b>Para los cursos se les incluirá agua para los entrenamientos</b>
<b>Área de camping</b>	Estará compuesta por lugares apropiados para acampar	En esta área se encontrará una persona para velar por la seguridad del campista		
<b>Pista de baile</b>	Se podrán realizar eventos formales y también se realizará concursos de	Para los eventos se contara con un animador y para los concursos con un Dj	Eventos 1000 USD	<b>Dependiendo del tipo de evento se incluirá el Dj</b>
<b>Pesca deportiva</b>	Se podrá realizar pesca deportiva en piscina	En esta área habrá un encargado de prestar las cañas de pescar para los visitantes	El costo se cobrará dependiendo lo que se pesque	<b>Se dará la carnada para poder pescar por parte del Complejo</b>



<b>Restaurante</b>	Platos preparados con alimentos de la zona	Se presentará los platos higiénicamente	Depende del tipo de plato	<b>Se dará como postre un mayon para los que deseen</b>
<b>Hospedaje</b>	<b>Habitaciones cómodas para los huéspedes</b>	<b>Se dará servicio de lavandería para los</b>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### **a) Características del Producto.**

Atención al cliente.

Infraestructura cómoda y amplia para los visitantes

Variedad de actividades recreativas

### **b) Beneficios que Brinda.**

Bienestar de los turistas

Imagen turística del cantón

Promover la zona turística

### **c) Diferencia con la Competencia.**

Al turista se le presentaran paquetes con descuentos y bonos

Tendrá una buena infraestructura

Tendrá variedad de actividades como es piscina, cancha de fútbol, etc.

El personal estará capacitado en atención al cliente

### **d) Precio**

Los costos que tendrá el complejo turístico las “Brisas del Payamino” serán accesibles para todo público y a la vez tendrá acogida ya que se prestará un complejo turístico de calidad para los visitantes.

## e) Políticas de Ventas.

Las promociones tendrán una caducidad en algunos casos.

### 6.2.7. Imagen del Centro

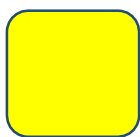
Los colores definidos para la imagen de la empresa fueron escogidos por un significado en común y son los siguientes.



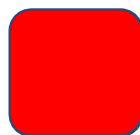
Azul. - Significa armonía y se escogió uno de estos colores para ponerlo en el logo porque se quiere representar la armonía que se tendrá en el complejo



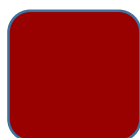
Verde. - Significa revitalización del espíritu se escogió este color porque las personas que visiten el complejo podrán relajarse completamente



Amarillo. - Significa la felicidad, fertilidad e intuición, y fue escogido por lo que representa la alegría, que simboliza el lujo y el como estar de fiesta cada día.



Rojo. - Se escogió este color ya que representa reputación, integridad y es lo que se va a ganar una buena reputación



Marrón. – Nos aporta realismo, estabilidad y aleja la inseguridad prosperidad.

### 6.2.8. Figura N°1: Logotipo del Complejo Turístico



**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con una cancha de boli.



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con un hipódromo.



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con una pista de baile.



Esta imagen significa que el complejo cuenta con una piscina.



Esta imagen significa que el complejo cuenta con camping.



Esta Esta imagen significa que el complejo cuenta con cancha de fútbol.



Esta imagen significa que es un área para poder recrearse donde se puede descansar o disfrutar del calor.



Esta imagen representa el conjunto de todas las actividades del complejo turístico.

### **6.2.9. Slogan**

El slogan para el complejo turístico “Brisas del Payamino” es:

“Lo mejor de la vida está aquí”.

### **6.2.10. Medios de Publicidad**

Para la publicidad del complejo turístico se utilizarán los siguientes medios:

Página Web.

Vallas Publicitarias

Participación en stands de turismo

### **6.3. ESTUDIO TÉCNICO**

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.

#### **6.3.1. 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.

#### **6.3.2. 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.

#### **6.3.3. 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 Complejo Turístico “Brisas del Payamino” 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 N° 7: Restaurante**

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

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Cuadro N° 8: Cabañas para hospedaje**

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

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 6.3.4. Capacidad Utilizada

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

#### 6.3.5. 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 complejo turístico contará con el siguiente personal:

**Cuadro N° 9: Personal Administrativo**

Cantidad	Descripción
1	Administrador
1	Recepcionista
1	Conserje-Guardián
1	Chofer

Fuente: Organigrama Estructural de la Empresa

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### 6.3.6. 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 N° 10: Financiamiento**

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	96.899,52	24%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	300.000,00	76%
<b>Total</b>	<b>396.899,52</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Monto de la Inversión

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## **6.4. 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.

### **6.4.1. LOCALIZACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO.**

#### **6.4.1.1. 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 Complejo Turístico “Brisas del Payamino” se ubicará en el Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.



### Mapa N° 3: Mapa de la Provincia de Orellana



Fuente: Google Map

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 6.4.1.2. Microlocalización

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

#### 6.4.1.3. Factores determinantes de la Micro localización

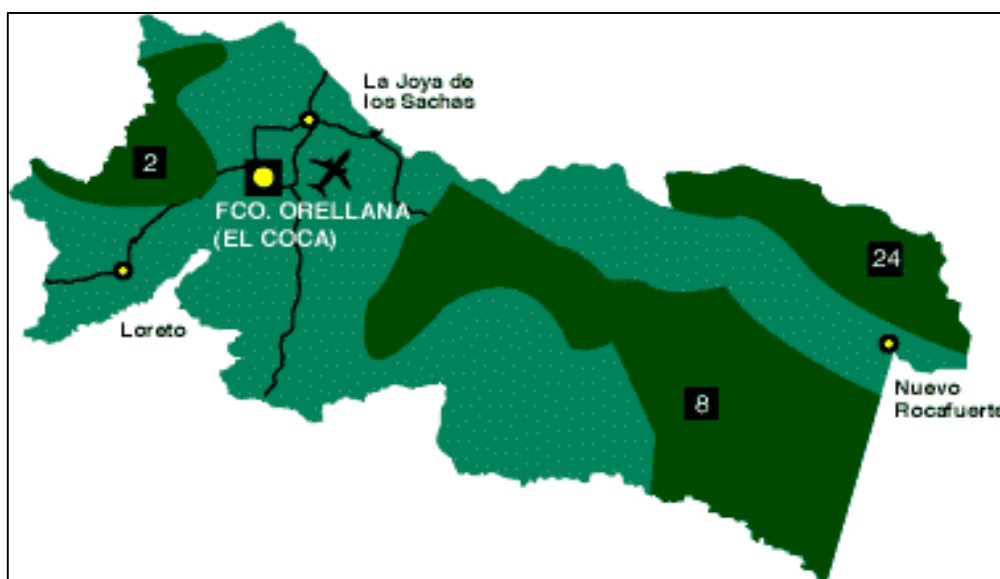
En la microlocalización influyen los siguientes factores: re-limitación precisa de las áreas, también denominado sitio, en que se localiza y operara el proyecto dentro de una macro zona.

- 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 complejo Turístico “Brisas del Payamino”, se encontrará ubicado en el Cantón Francisco de Orellana, en el sector Union Imbabureña a 1 kilómetro de la vía principal.

**Mapa N° 4: Mapa de Francisco de Orellana**



**Fuente:** Monto de la Inversión  
**Elaborado por:** Enma Lucía Carrillo Ordóñez

#### **6.4.1.4. Terreno**

El complejo turístico que van a estar al servicio del cliente son sus instalaciones las mismas que pueden ser usadas por los usuarios como son hospedaje, pesca deportiva, hipódromo, área de camping, áreas verdes, canchas deportivas, piscina.

Se estima un área para el proyecto de 2 hectáreas que se encuentran en una zona propicia para este tipo de edificaciones y que se localiza en la ciudad de Francisco de Orellana, a orillas del Río Payamino.

De acuerdo al estudio de mercado realizado están de acuerdo que se implemente en un sector amplio para futuras expansiones y que esté ubicado en un lugar donde no sea zona de peligro como vías principales y cercanías de pozos petroleros.

**Fotografía N° 1: Terreno para el Complejo Turístico “Brisas del Payamino”**



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**6.4.1.5. Flujo gramas del proceso productivo**

**Cuadro N° 11: Diagrama del flujo para la utilización de las instalaciones**

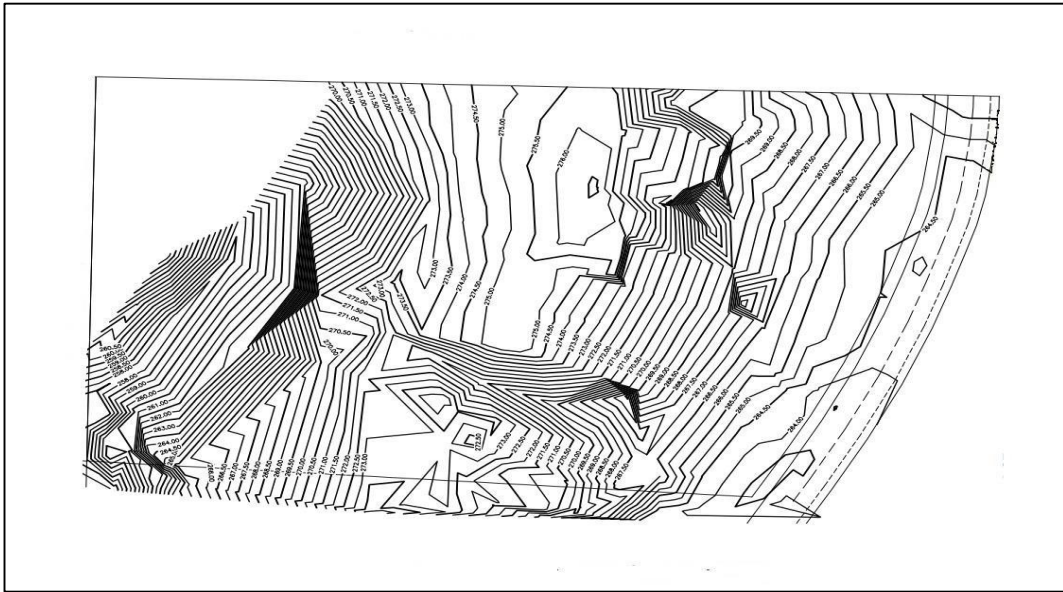
Diagrama del flujo para la utilización de las instalaciones							
N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de las ares del			x			2 horas
4	Utilización de las duchas y				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
<b>Total</b>							<b>3 h y 10</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

El área donde se localiza el terreno para el proyecto es una zona ideal para construcciones ya que no es pantanosa y tampoco colinda con algún tipo de tubería de petróleo o algo por el estilo.

## Imagen N° 1: Área del terreno para el proyecto



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

Entre las actividades que tendrá el complejo turístico tenemos

### a) Piscina Semiolímpica

Una piscina semiolímpica es un tipo de piscina usada en los Juegos Olímpicos y campeonatos. El tamaño de la piscina es comúnmente usado para definir el tamaño de otros objetos, o para explicar cuánta agua hay en una localización en particular.

### Especificaciones

Las especificaciones de la Federación Internacional de Natación para una piscina olímpica son las siguientes:

**Largo** : 25 metros.

**Ancho** : 12,50 metros.

**Profundidad** : 2 metros como mínimo.

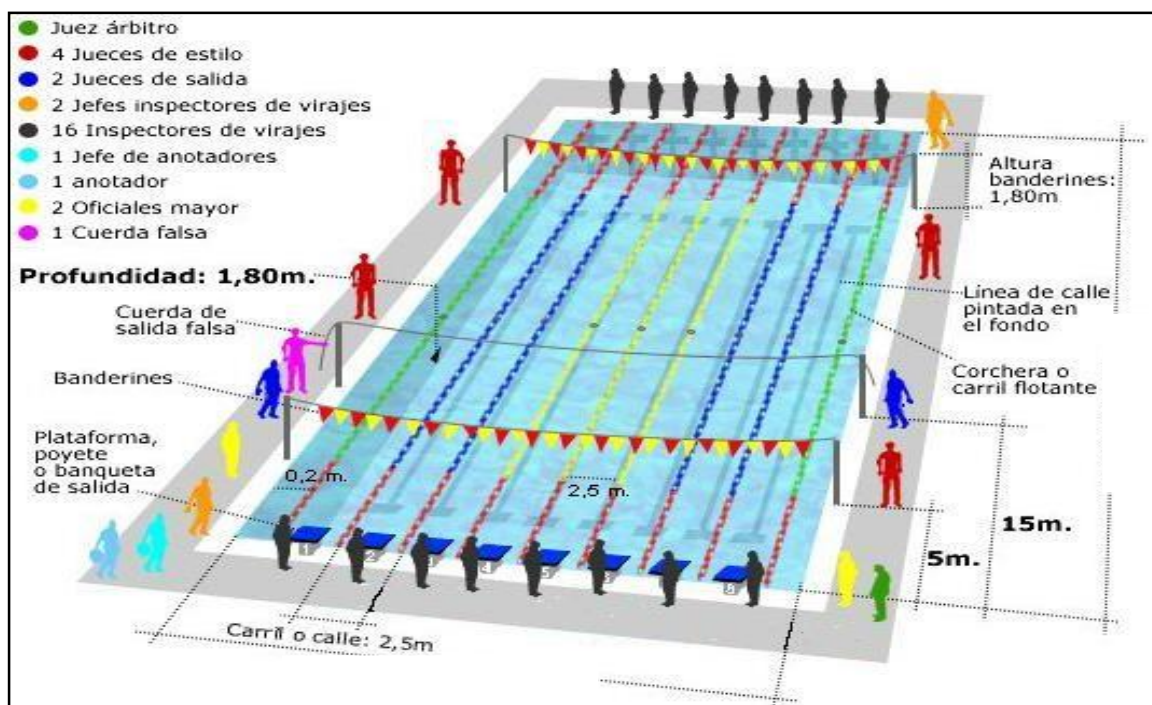
Número de calles o carriles: Serán 8 para nadar más 2 en los extremos con el fin de reducir el oleaje producido por el choque de la ola del nadador con la pared.



Anchura de calles o carriles: Los carriles tendrán por lo menos 2,5 metros de ancho, con dos espacios por lo menos de 0,2 metros para las calles de las paredes laterales.

En la siguiente imagen muestra de forma esquematizada algunos de los elementos más importantes de una piscina de competición.

**Imagen N° 2: Piscina semiolímpica detalles**



Fuente: Federación Internacional de Natación

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

La piscina será de 25m x 12.50m con un área de 312,5 m<sup>2</sup> el costo de metro cuadrado de construcción es de 196.45 dólares que nos da un total de 61389,56 dólares.

**Cuadro N° 12: Diagrama del flujo para la utilización de la piscina**  
**Diagrama del flujo para la utilización de la piscina**

N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de la piscina			x			3 horas
4	Utilización de las duchas y				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
	<b>Total</b>						<b>4 h y 10 min</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

Para la construcción y control de la piscina se tomará en cuenta las normas que piden el GADMFO en sus ordenanzas y usos de suelos en este tipo de construcciones que se tomaran en cuenta como son:

### **Sección Décimalma: Piscinas**

**Art.372. - ALCANCE.** - La construcción y modificación de piscinas públicas, semipúblicas y privadas se registrarán por las normas de esta Sección, y por todas las disposiciones pertinentes que contempla el "Reglamento de Piscinas" del Ministerio de Salud Pública, y así como la Normativa Ambiental Nacional, Local y la reglamentación que para el efecto tenga la Secretaria Nacional del Agua (SENAGUA) en lo que respecta a normativa, permiso y tasas por servicios (GADMFO, 2012, pág. 199)

**Art. 374. - EQUIPAMIENTO BÁSICO.** - Los locales en donde funcionan piscinas públicas, semipúblicas y privadas estarán dotados de:

- a) Vestuario con guardaropas
- b) Duchas
- c) Servicios higiénicos
- d) Lavapíes
- e) Implementos para el control de calidad
- f) Equipos de prestación de primeros auxilios
- g) Avisos de información al usuario, relacionado con horario de atención, capacidad y límite de carga, uso de vestimentas, prevención de riesgos y calidad de agua.

**Art. 379. - CAPACIDAD.** - La capacidad máxima de una piscina será calculada teniendo en cuenta la cantidad de personas que simultáneamente hacen uso de la misma.

La capacidad máxima de las piscinas que posean un sistema de desinfección continua, será calculada en razón de cinco bañistas por cada metro cúbico de agua renovada diariamente, y de dos personas por cada metro cúbico de agua en las que carezcan de ese tipo de desinfección.

**Art. 380. - CARGA MÁXIMA.** - La carga máxima de una piscina no podrá ser mayor a una persona por cada 2.50 m<sup>2</sup> de piscina. No deberá tomarse en cuenta el área de piscina que es utilizada por los trampolines, la misma que corresponderá aproximadamente a un área de 3.00 m. de radio, teniendo como centro el extremo del tablón o plataforma de lanzamientos.

**Art.385. - PROFUNDIDAD.** - La profundidad de una piscina podrá variar entre 0.90 m. y 1.50 m. en la parte más baja, y de 1.80 m. a 3.60 m. en la profunda. Entre el 80% y 90% del área total de una piscina deberá tener una profundidad menor a 1.50 m. La parte profunda deberá extenderse por lo menos de 3.00 m. a 3.50 m. más atrás del trampolín.

**Art. 386. - PENDIENTES DEL FONDO.** - Los declives del fondo de la piscina serán uniformes, no se permiten cambios bruscos de pendiente, admitiéndose declives de 5 y 6 %.

**Art.387. - ASIDEROS.** - Las piscinas deberán tener asidero en todo su contorno, recomendándose para ello, las canaleras de rebalse, siempre que estén bien diseñadas y sean lo suficientemente profundas para que los dedos del bañista no toquen el fondo.

**Art. 388. - ESCALERAS.** - En cada una de las esquinas deberá construirse una escalera, que puede ser de tubo galvanizado de 1 1/2 pulgadas. Se recomienda la construcción de peldaños empotrados en las paredes.

**Art. 396. - RECIRCULACIÓN DEL VOLUMEN DE AGUA.** - Las piscinas deberán contar con maquinaria y equipos que permitan una recirculación del volumen de agua de la siguiente manera:

**Tabla N° 16: Recirculación de agua en piscinas**

Recirculación de agua en piscinas		
Área de piscina	Periodo de renovación	Nº de recirculación
Superior a 50m <sup>2</sup>	8 horas	3
Inferior a 50m <sup>2</sup>	6 horas	4

Fuente: GADMFO.

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## b) Piscina de niños

Esta piscina contendrá las siguientes características

**Largo:** 10 metros.

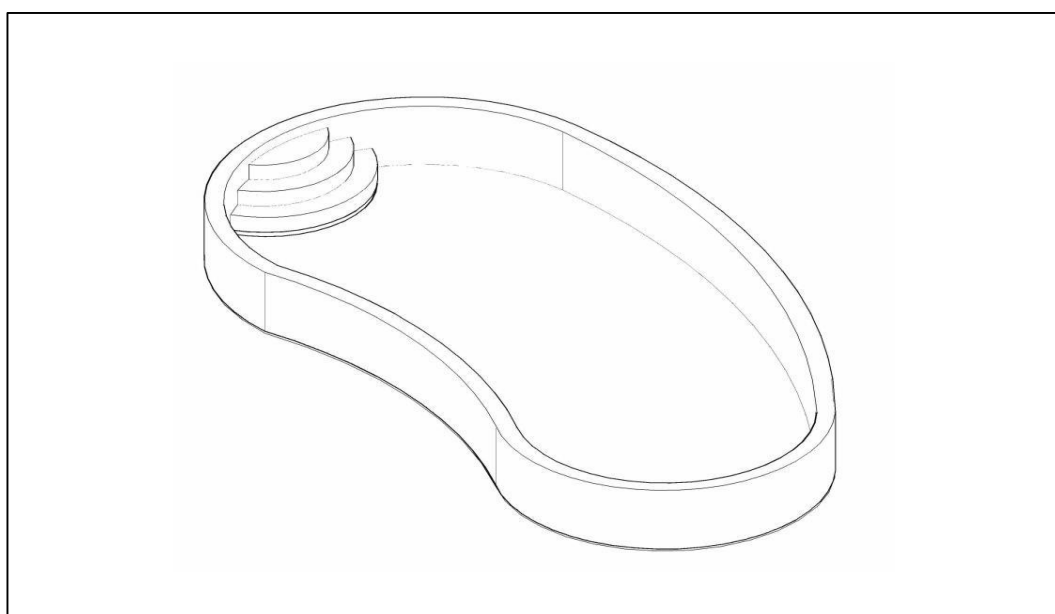
**Ancho:** 6 metros.

**Profundidad:** 0.70 metros como mínimo.

**Temperatura del agua:** la temperatura estar al ambiente

**Escalera:** para el ingreso y salida de los niños

**Imagen N° 3: Medidas piscina para niños**



**Fuente:** Liga Deportiva de Francisco de Orellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

El diseño de esta piscina será dado por el arquitecto encargado de desarrollar los planos del complejo turístico.

La piscina será de 10m x 6m x 0,70 con un área de 42 m<sup>2</sup> el costo de construcción es de 17958,89 dólares.



**Cuadro N° 13: Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de niños**

Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de niños							
N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de la piscina			x			3 horas
4	Utilización de las duchas y				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
	<b>Total</b>						<b>4 h y 10 min</b>

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

Para la construcción de esta piscina nos regiremos a la ordenanza del GADMFO.

**Art.381.- PISCINAS INFANTILES.** - Toda piscina pública, semipúblicas y privada tendrá condiciones de construcción, funcionamiento e higiénicas, de acuerdo con la norma dedicada al uso exclusivo de menores de 10 años.

Las piscinas de uso exclusivo de niños reunirán las mismas condiciones de construcción que las demás piscinas, solamente su profundidad no podrá sobrepasar los 0.70 m. y los declives hacia los desagües tendrán una pendiente máxima del 2%.

**Art. 384. - MATERIALES Y ACABADOS.** - Las piscinas se construirán de hormigón o de otro material impermeable y resistente. Las paredes serán verticales y estarán revestidas al igual que el fondo con materiales impermeabilizantes y resistentes a la acción química de las sustancias que pueda contener el agua o las que se utilizan para la limpieza.

El revestimiento o enlucido de las piscinas deberá presentar una superficie pulida de fácil limpieza y de color claro, el mismo que no podrá presentar grietas ni hendiduras. Las uniones entre los parámetros y entre éstos y el fondo serán redondeadas con un radio mínimo de 0.10 m.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

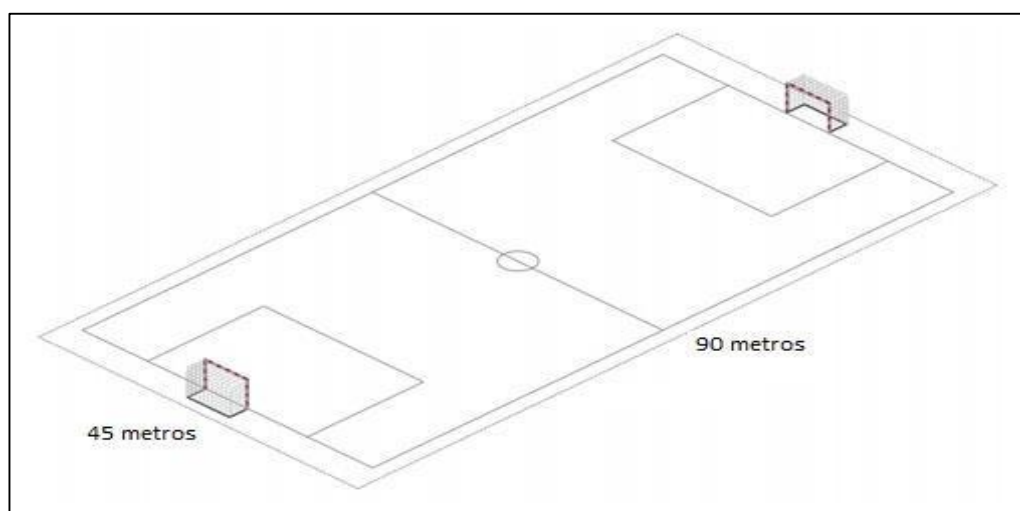
- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones.
- Se realizarán concursos de natación
- Se realizarán convenios con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales.

### c) Cancha de Fútbol

En primer lugar, el terreno de juego va a tener césped natural. La forma del campo será rectangular, siendo su largo entre 90 y 120 metros (100 y 110), y su ancho entre 45 y 90 metros (64 y 75).

Todo el perímetro del terreno estará rodeado por líneas de 12 centímetros de ancho como máximo. Dentro del campo se traza una línea paralela y equidistante a las líneas de meta, que marca la mitad del terreno de juego. Por otro lado, el punto medio de esta línea será el centro de una circunferencia de radio igual a 9,15 metros, que es el punto de partida donde se coloca el balón para dar comienzo al partido.

**Imagen N° 4: Medidas de una cancha de fútbol**



**Fuente:** Liga Deportiva de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

La cancha de fútbol será de 90m x 45m con un área de 4050m<sup>2</sup> el costo de metro cuadrado de construcción es de 1,79 dólares que nos da un total de 7250,00 dólares.

El Complejo Turístico “Brisas del Payamino” por el espacio que tiene va a implementar este tipo de escenario deportivo para que los visitantes puedan hacer uso del mismo y a la vez realizar campeonatos de fútbol incentivando al deporte.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones.
- Se realizarán campeonatos
- Se ara convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales.

**Cuadro N° 14: Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de fútbol**

Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de fútbol						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la cancha de fútbol		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>2 h y 45 min</b>

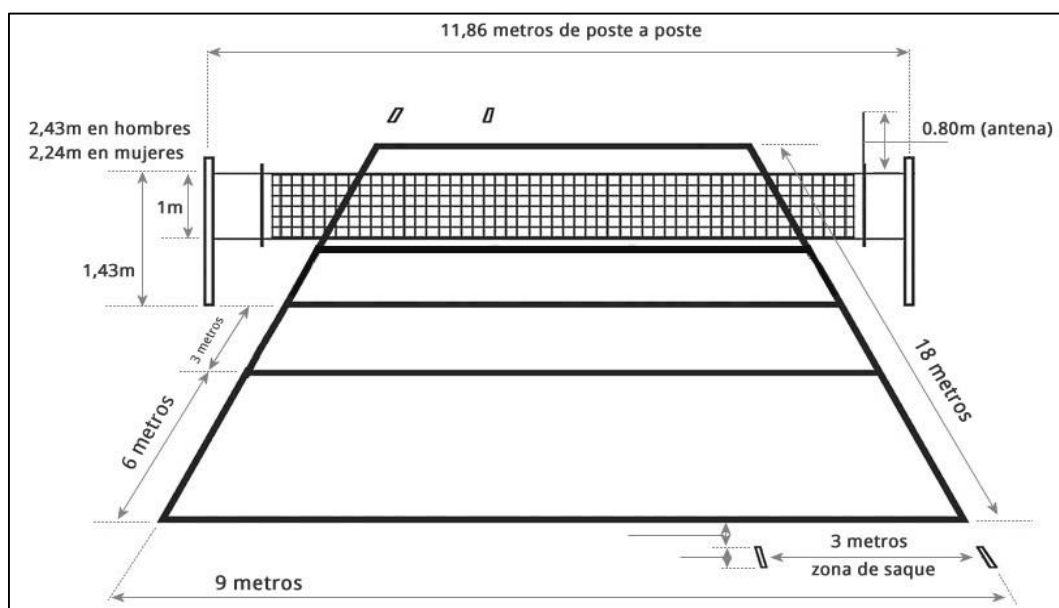
Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### d) Cancha de Boli

Las medidas de una cancha de boli oficial comprenden un rectángulo de 18 metros de largo x 9 metros de ancho. Este rectángulo está dividido en el medio por una red que tiene 2,43 metros de altura para los hombres y 2,24 metros de altura para mujeres. También existe una separación en cada lado de juego limitada por la línea de ataque que tiene 3 metros de largo con la línea de defensa de 6 metros.

### Imagen N° 5: Medidas de una cancha de boli



**Fuente:** Liga Deportiva de Francisco de Orellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

La cancha de boli será de 11,86m x 18m con un área de 213,48m<sup>2</sup> el piso será de arena de mina el costo de metro cuadrado de construcción es de 3,46 dólares que nos da un total de 7.392,8 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones.
- Se realizarán campeonatos de boli
- Se realizará convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales.

El objetivo de usar este tipo de cancha reglamentaria es para de igual manera promover campeonatos y así llamar más la atención de los clientes para el complejo turístico "Brisas del Payamino".

Esta cancha no es cubierta todas las actividades son al aire libre para un mejor contacto con la naturaleza.

**Cuadro N° 15: Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de boli**

Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de boli						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la cancha de boli		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>2 h y 45 min</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

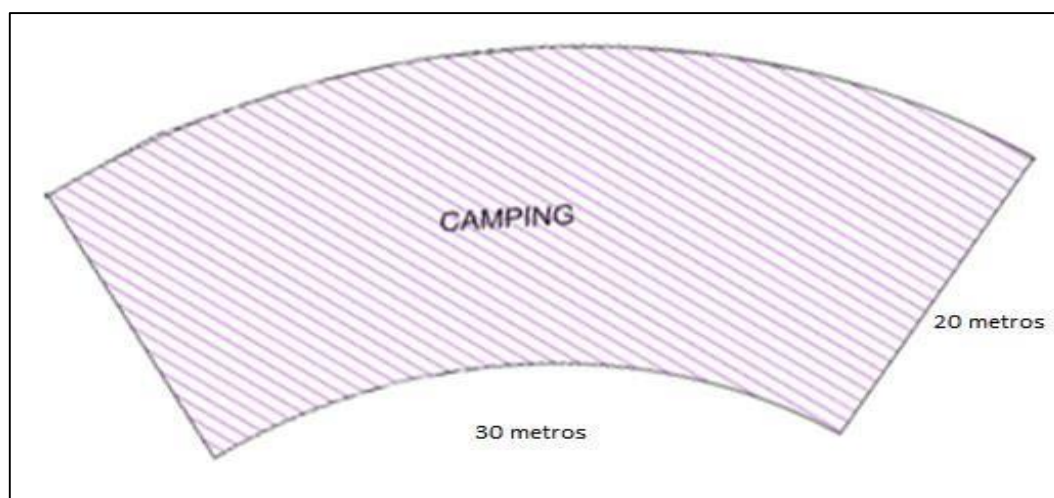
### e) Áreas Verdes

Las áreas verdes serán el restante de las edificaciones y áreas ocupadas para el deleite de los visitantes se sembrará pasto natural de cancha de fútbol que es césped pequeño para evitar que crezca demasiado y sea más fácil su mantenimiento y menos costoso.

### f) Áreas de Camping

Para la zona de camping se destinará un área de 20m x30m en la cual los campistas podrán hacer sus fogatas estas se encontrarán lejos de las demás actividades para que no interrumpen a los campistas en sus actividades las áreas contarán con conserjes que arán de guardias para cuidar la infraestructura y a sus visitantes.

**Imagen N° 6: Área de Camping**



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

El área de camping es 20m x 30m con un área de 600m<sup>2</sup> el piso será de pasto natural costo de metro cuadrado de construcción es de 1,30 dólares que nos da un total de 780,60 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se promoverá actividades
- Se realizarán fogatas

**Cuadro N° 16: diagrama del flujo para la utilización del área de camping**

Diagrama del flujo para la utilización del área de camping						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización del área de camping		x			12 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>12 h y 45 min</b>

Fuente: Trabajo de Campo

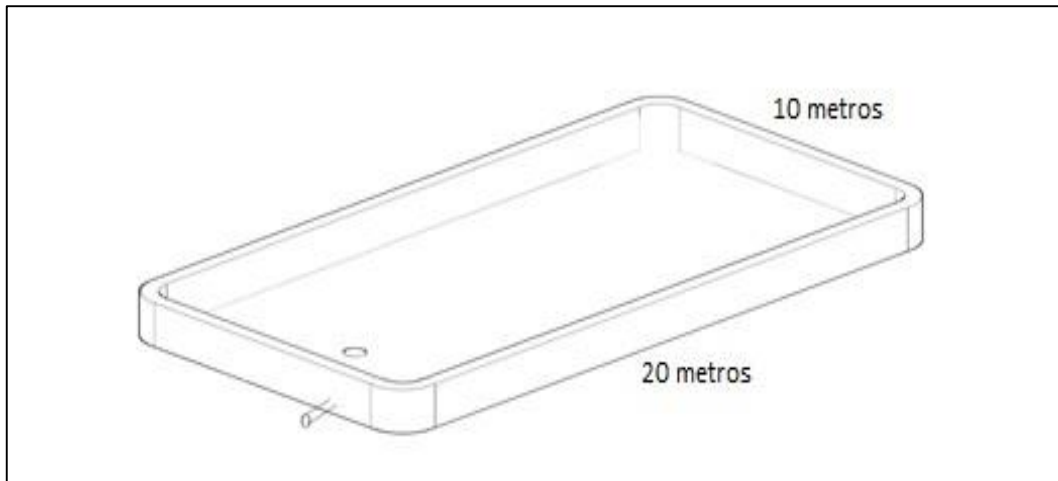
Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Art.318. - SALONES DE USOS MÚLTIPLES.** - Los salones para grandes banquetes, actos sociales o convenciones estarán precedidos de un vestíbulo o lobby de recepción con guardarropas, baterías sanitarias independientes para hombres y mujeres. La superficie de estos salones guardará relación con su capacidad, a razón de 1.20 m<sup>2</sup> por persona y no se computará en la exigida como mínima para las áreas sociales de uso general.

#### **h) Piscina de Peces**

Se construirán piscinas de pescados donde se pondrán tilapias rojas donde las personas podrán pescar y ellos mismos prepararlas o en este caso habrá un área cerca de esta donde se preparen estos alimentos la piscina de pescado tendrá un área de 10m x 20m las cañas se las alquilara en caso de que el usuario no tenga la suya.

### Imagen N° 7: Piscina de Peces



**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordoñez

La piscina de peces será de 10m x 20m que nos da un área de 200m<sup>2</sup> el costo del metro cuadrado es de 5,46 dólares que nos da un total de 1092 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se alquilará las cañas de pescar
- El costo de cada pescado será de un dólar
- El cliente lo puede preparar el mismo o se lo pueden preparar en el restaurante.
- Se realizarán concursos de pesca

### Cuadro N° 17: Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de peces

Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de peces						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la piscina de peces		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>2 h y 55 min</b>

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordoñez

## j) Restaurante

El restaurante es para unos 50 comensales contendrá los accesorios básicos de un restaurante y este será adjunto a los servicios de hospedaje para los huéspedes.

**Imagen Nº 8: Restaurante**



**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordoñez

El restaurante será de 18m x 18m que nos da un área de 324m<sup>2</sup> el costo del metro cuadrado es de 142,14 dólares que nos da un total de 46.052,50 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se elaborarán platos a la carta como, parrilladas, lasaña, maytos, seco de pollo criolla, seco de guanta, tilapia asada.
- Se aran promociones en fechas especiales
- Se realizarán convenios con instituciones públicas y privadas para ofrecer el servicio de restaurante para sus empleados.



### Cuadro Nº 18: Diagrama del flujo para la utilización del restaurante

Diagrama de flujo para el servicio de restaurante								
Nº	Actividades	Proceso						Tiempo
		1	2	3	4	5	6	
1	Presentación de la carta	x						1 min
2	Pedido del plato escogido		x					2 min
3	Preparación del plato			x				5 min
4	Servir el plato en la mesa				x			2 min
5	Servirse el plato por parte del cliente					x		20 min
6	Cancelar el plato escogido						x	5 min
<b>Total</b>								<b>35 min</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

Hay normas mínimas de construcción que pide el GAD de Francisco de Orellana como son:

**Art.314. - COCINAS.** - Dispondrán de los elementos principales que habrá de estar en proporción a la capacidad del establecimiento:

Para establecimientos hoteleros de segunda categoría dispondrán de office, almacén, bodegas, despensas, cámara frigorífica, con áreas totales equivalentes por lo menos al 60% de comedores. Para los de tercera y cuarta categoría, dispondrán de despensa, cámara frigorífica y fregadero cuya superficie total no podrá ser inferior al equivalente del 60% de la del comedor.

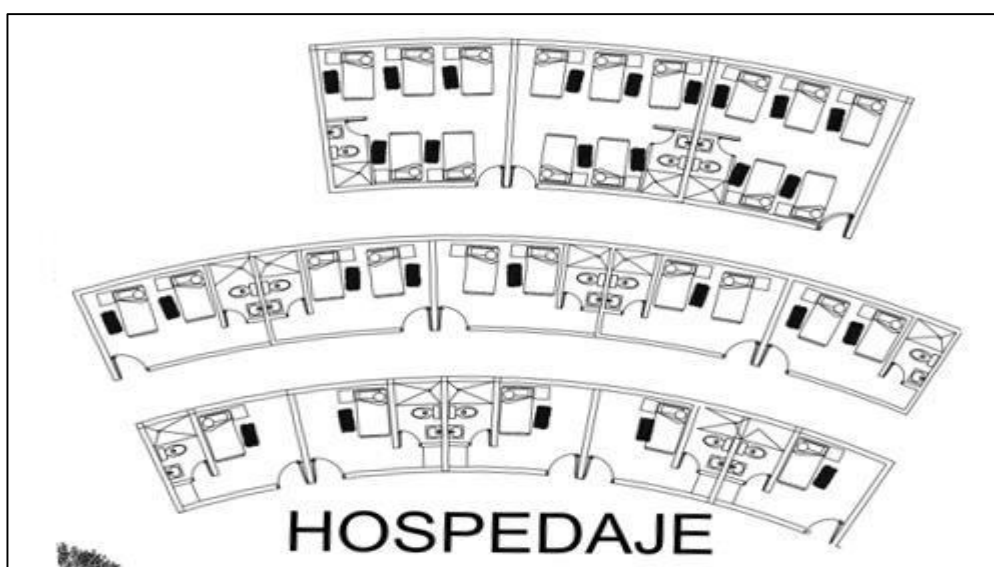
**Art.315. - COMEDORES.** - Los comedores tendrán ventilación al exterior o, en su defecto, contarán con dispositivos para la renovación del aire. Dispondrán, en todo caso, de los servicios auxiliares adecuados.

Los requerimientos de área para comedores dependerán de la categoría del establecimiento:

- a) Para los establecimientos hoteleros gran lujo, de lujo se considerará un área mínima de 2,50 y 2,25 m<sup>2</sup>. Por habitación.
- b) Para los de categoría primera superior y turista, 2,00 m<sup>2</sup>. Por cada habitación.
- c) Para los de segunda categoría, 1,80 m<sup>2</sup>. Por habitación.
- d) Para los de tercera categoría, 1,60 m<sup>2</sup>. Por habitación; y,
- e) Para los de cuarta categoría, 1,10 m<sup>2</sup>. Por habitación.

## k) Hospedaje

Imagen N° 9: Área de hospedaje



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordoñez

El hospedaje en el complejo turístico contará con una capacidad de 3 habitaciones para grupos de 5 personas 5 habitaciones dobles y 5 habitaciones individuales cada cuarto para 30 pax en caso de que se vea una mayor demanda se estas en el diseño se dejara un área contigua para su expansión. El presupuesto será de 39.999,96.

Cuadro N° 19: Diagrama del flujo para la utilización del hospedaje

Diagrama del flujo para la utilización del hospedaje						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de las habitaciones		x			9 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>9 h y 55 min</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordoñez

El GAD de Francisco de Orellana tiene un reglamento a seguir para este tipo de construcciones como son las siguientes:

**Art.313. - DORMITORIOS.** - El dormitorio mínimo debe contener una cama matrimonial de 1,50 m. de ancho por 2,00 m. de largo, con circulación en

sus tres lados de 0,80 m. (un ancho, dos largos) y un espacio para guardarropa mínimo de 1.00 m<sup>2</sup> con un ancho de 0.60 m. La altura mínima útil de entresijos será 2.45 m.

Contará además con un baño que incluye un inodoro con una distancia mínima al paramento frontal de 0,60 m. Y a los laterales de mínimo 0,20 a cada lado y dispondrá además de ducha de mano (tipo teléfono).

Todas las actividades que se han mencionado tienen un fin de promover las actividades recreativas sanas, incentivar al turismo, promover el deporte, se pretende con esto que el complejo sea la sede de los futuros encuentros deportivos Provinciales Cantonales y que las personas se lleven una buena imagen del cantón y sobre todo del complejo turístico "Brisas del Payamino".

## **6.5. 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.

## **6.6. ESTUDIO LEGAL**

### **6.6.1. 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 legalizará bajo normas y regulaciones de las leyes del Ecuador

### **6.6.2. 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

### **6.6.3. 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 cláusulas 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.

### **6.6.4. 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.

### **6.6.5. 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

### **6.6.6. 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.

### **6.6.7. 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.

### **6.6.8. 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)

### **6.6.9. Niveles Jerárquicos**

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

#### **➤ Nivel directivo**

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.

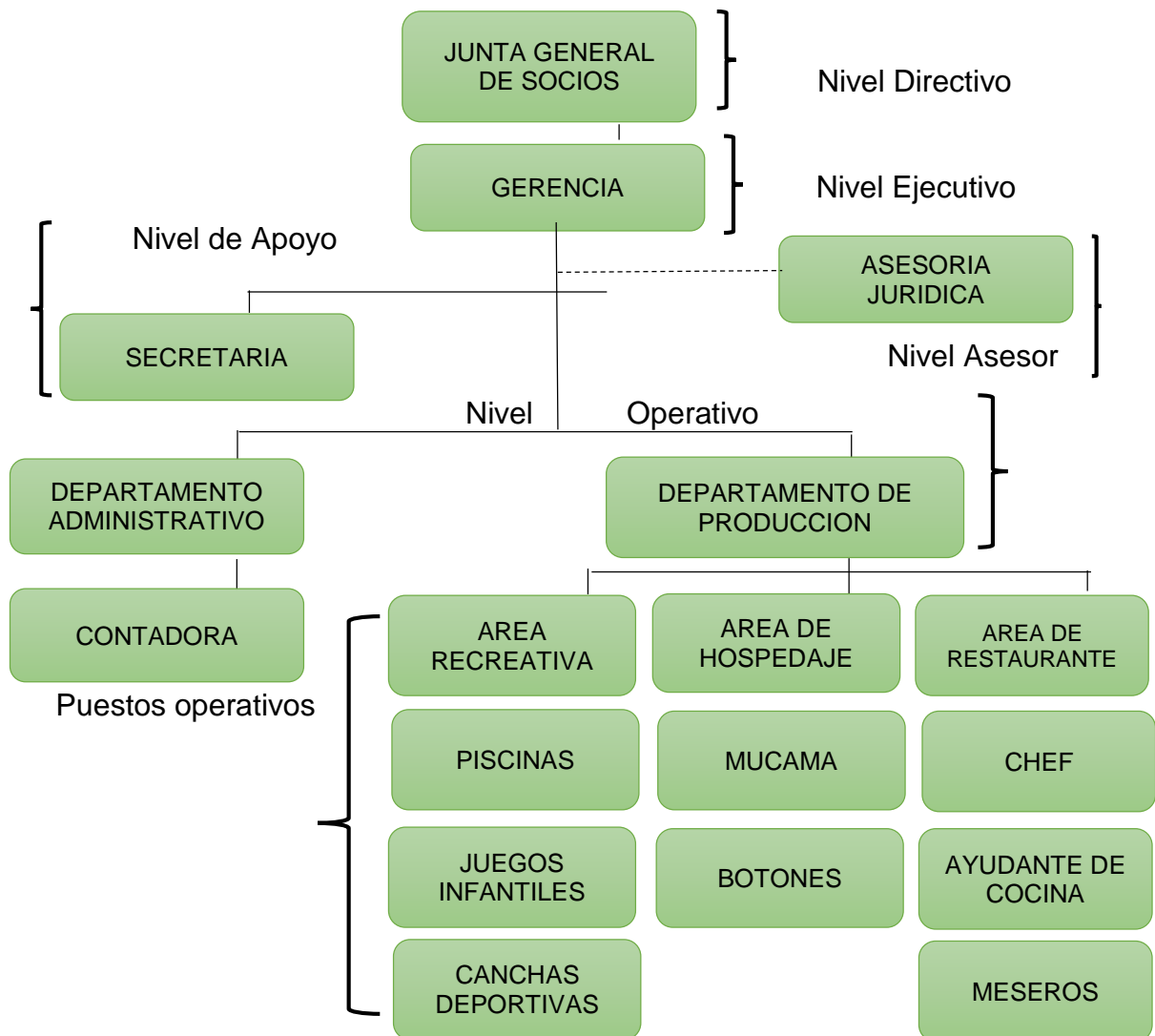
Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable,

➤ **Puestos operativos**

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

## 6.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO”. CIA.LTDA

Figura N° 2: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO”. CIA.LTDA



Fuente:

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### 6.7.1. 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.

<b>COMPLEJO TURISTICO “BRISAS DEL PAYAMINO”</b>	
<b>DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente General
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Gerencia General
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Control y coordinación de actividades del complejo recreativo. Representación legal y extrajudicial de la Pyme.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Administrar y representar legalmente a la empresa.</li><li>* Administrar la empresa.</li><li>* Presentar a nombre de la empresa, ofertas en ferias de turismo.</li><li>* Contratar empleados.</li><li>* Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de los pagos</li><li>* Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.</li><li>* Motivación al personal que tiene a su cargo.</li><li>* Planificación del trabajo.</li><li>* Evaluar los comentarios y sugerencias de los visitantes.</li></ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Responsabilidad.</li><li>* Conducción con responsabilidad de cada uno de los departamentos de la empresa.</li><li>* Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas.</li></ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* Ingeniero en ecoturismo o carreras afines al turismo.</li><li>* Conocimiento de manejo de empresas turísticas.</li><li>* Conocimiento del idioma Inglés.</li></ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende dueño del complejo.	

<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO” DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Secretaria
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Secretaria
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Manejo de archivos y documentos, así como también hacer las veces de recepcionista.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar la redacción de los documentos y oficios de la empresa.</li> <li>* Receptar las comunicaciones internas como externas.</li> <li>* Coordinar actividades de la compañía que le sean asignadas.</li> <li>* Recibir y atender a los clientes.</li> <li>* Hacer reservas y vender el producto turístico.</li> <li>* Llevar un registro de turistas que visitan la empresa.</li> <li>* Atención y soluciones a problemas y quejas presentadas por los turistas.</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsabilidad en el cuidado de documentos.</li> <li>* Excelente capacidad para la reservación y venta de paquetes.</li> <li>* Excelente atención a clientes.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Cursando estudios superiores en administración turística</li> <li>* Conocimiento idioma inglés</li> <li>* Experiencia mínima 2 años</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del gerente general	

<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO” DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Chef
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Restaurante
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Preparación del menú para los visitantes al centro recreacional.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Preparación de los platos típicos</li> <li>*Elaborar cartas y menús para el restaurante.</li> <li>* Compra de materia prima para la elaboración de los platos</li> <li>* Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales.</li> <li>* Controlar los pedidos que realiza el cliente.</li> <li>* Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos.</li> <li>* Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina.</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Dirige la cocina y del buen funcionamiento del servicio de restaurante.</li> <li>* Confección de menú</li> <li>* Cuida que los platos que se sirvan</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Licenciado en gastronomía.</li> <li>* Conocimiento idioma inglés</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del Administrador.	

<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO” DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Mesero
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Restaurante
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Estar pendiente de los turistas que vienen consumir el servicio de restauración.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Dar la bienvenida y recibir a los turistas.</li> <li>* Responsable del correcto montaje de las mesas.</li> <li>* Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú que se ofrecen.</li> <li>* Tomar el pedido de los clientes para proceder a la elaboración.</li> <li>* Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido.</li> <li>* Entregar al cliente la orden ya preparada.</li> <li>* Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera.</li> <li>* Recoger los platos luego que el cliente se haya servido.</li> <li>* Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y calidad de los alimentos y bebidas.</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsabilidad en su trabajo.</li> <li>* Trabajo en equipo.</li> <li>* Compañerismo.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Un año de experiencia</li> <li>* Buena presencia.</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> <li>* Conocimiento idioma inglés.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del Cocinero	

<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO”</b>	
<b>DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Ayudante de limpieza
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Hospedaje
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Ayudar en la limpieza del complejo.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Organizar neveras y armarios.</li> <li>* Mantener en orden y limpias las cabañas para hospedaje de turistas</li> <li>* Llevar equipajes a cabañas de hospedaje.</li> <li>* Realizar el lavado de toallas sabanas y demás implementos utilizados en el confort del visitante.</li> <li>* Recibir y atender a clientes.</li> <li>* Demás ordenes que se le designen</li> <li>* Pendiente del inventario de productos de limpieza.</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsabilidad en el cumplimiento de su labor.</li> <li>* Trabajo en equipo</li> <li>* Compañerismo.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Instrucción Bachiller</li> <li>* Un año de experiencia</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del Gerente/Secretaria.	

**Funciones:**

- \* Organizar neveras y armarios.
- \* Mantener en orden y limpias las cabañas para hospedaje de turistas
- \* Llevar equipajes a cabañas de hospedaje.
- \* Realizar el lavado de toallas sábanas 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.



<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO” DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Jardinero
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Área Recreación
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Tener en buenas condiciones las áreas verdes y de recreación del complejo turístico.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Cuidar los jardines.</li> <li>* Llevar un registro de poda de los jardines.</li> <li>* Mantener en buen estado la piscina y juegos infantiles</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsabilidad en su trabajo.</li> <li>* Trabajo en equipo.</li> <li>* Compañerismo.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Instrucción: bachiller</li> <li>* Experiencia en el trabajo</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del Gerente	

<b>COMPLEJO TURÍSTICO “BRISAS DEL PAYAMINO” DESCRIPTIVO DE CARGO</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Guardia
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Área Recreación
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anomalías al interior del complejo turístico	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Atender y recibir a los clientes</li> <li>* Controla el cumplimiento de normas y disposiciones reglamentarias en el lugar</li> <li>* Efectúa rondas en el complejo turístico para prevenir y detectar robos, incendios mal uso de equipos o instalaciones en general.</li> <li>* Verifica el uso de iluminación con relación a las necesidades de control.</li> <li>* Registra novedades en el tiempo cumplido, e informa de anomalía</li> </ul>	
<b>Características del puesto de trabajo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsabilidad en su trabajo.</li> <li>* Trabajo en equipo.</li> <li>* Compañerismo.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Instrucción: bachiller</li> <li>* Experiencia en el trabajo</li> <li>* Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del Gerente	

## 6.8. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

### 6.8.1. 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 Complejo Turístico, en el canton Francisco de Orellana, que de acuerdo al GADM de Francisco de Orellana, el costo del terreno por hectarrea es de \$ 7500.00.

**Cuadro N° 20: Presupuesto del Terreno**

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	Hectareas	Terreno	7,500	15.000,00
		<b>TOTAL</b>		<b>15.000,00</b>

**Fuente:** GAD Municipal de Francisco de Orellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$.307.782.79

**Cuadro N° 21: Construcciones**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Piscina Olimpica	61.389,56	61.389,56
1	Piscina para niños	17.958,89	17.958,89
1	Cancha de Futbol	7.250,00	7.250,00
1	Cancha de Boliball	739,28	739,28
1	Area de Camping	780,60	780,60
1	Piscinas de Peces	1.092,00	1.092,00
1	Restaurantes	46.092,50	46.092,50
8	Habitaciones para hospedaje	3.076,92	39.999,96
1	Caseta de vigilancia	6.480,00	6.480,00
1	Area Administrativa	26.400,00	26.400,00
1	Area de recolección de desechos	1.500,00	1.500,00
1	Fosa séptica	8.000,00	8.000,00
1	Area Juegos Infantiles	24.000,00	24.000,00
1	Caminerías y áreas de conexión	22.500,00	22.500,00
1	Cuarto máquinas Piscinas	3.000,00	3.000,00
1	Area se servicios	5.075,00	5.075,00
1	Servicios higiénicos 30m2	29.400,00	29.400,00
1	Cuarto de máquinas	4.375,00	4.375,00
1	Cuarto de equipos	1.750,00	1.750,00
1	Sala de juegos	26.400,00	-
	<b>TOTAL</b>		<b>307.782,79</b>

**Fuente:** Cámara de la Construcción de la Provincia de rellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$.11.225.85.

### Cuadro N° 22: Maquinaria y Equipos para piscinas

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Bombas de presión para piscina de niños	250,00	250,00
1	Unidad	Bombas de presión para piscina de adultos	250,00	250,00
1	Unidad	Filtro sanitizador	425,20	425,20
1	Unidad	Transformador Trifásico 50Kva	2.100,00	2.100,00
1	Unidad	Ozonizador	169,00	169,00
1	Unidad	Generador de alto voltaje	31,65	31,65
1	Unidad	Juegos infantiles	8.000,00	8.000,00
		<b>TOTAL</b>		<b>11.225,85</b>

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Vehículo:** Es la erogación que se realiza por la adquisición de un vehículo para actividades operativas del centro turístico. El costo total asciende a \$ 22.800.00

### Cuadro N° 23: Vehículo

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Camioneta doble Cabina, Chevrolet, año 2017	22.800,00	22.800,00
		<b>TOTAL</b>		<b>22.800,00</b>

Fuente: Concesionaria Chevrolet

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 405,00.

**Cuadro N° 24: Herramientas de operación**

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Caja de herramientas	280,00	280,00
1	Unidad	Podadora 22 5.7. Hp. Porten	125,00	125,00
		<b>TOTAL</b>		<b>405,00</b>

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$.1952.00.

**Cuadro 25: Equipos de oficina para area recreativa**

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Telefono	15,00	15,00
1	Unidad	Caja registradora boletería	52,00	52,00
1	Unidad	Sumadora	85,00	85,00
4	Unidad	Pantallas LCD 42"	450,00	1.800,00
		<b>TOTAL</b>		<b>1.952,00</b>

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 2.059.88.

**Cuadro N° 26: Muebles y enseres area recreativa**

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
12	Unidad	Parasoles con sillas	49,99	599,88
1	Unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
1	Unidad	Escritorio pequeño	105,00	105,00
6	Unidad	Perezosas	120,00	720,00
12	Unidad	Sillas	45,00	540,00
		<b>TOTAL</b>		<b>2.059,88</b>

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 1910.00.

**Cuadro N° 27: Maquinaria y Equipos Restaurant**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Unidad	Cocina Industrial con freidora	480,00	480,00
1	Unidad	Licuada Oster	95,00	95,00
1	Unidad	Microondas industrial	180,00	180,00
1	Unidad	Congelador Horizontal	850,00	850,00
1	Unidad	Ollas industriales de 60 cm. Unco	120,00	120,00
1	Unidad	Pailas industriales grandes de aluminio	110,00	110,00
1	Unidad	Tostadora Continental	75,00	75,00
		<b>TOTAL</b>		<b>1.910,00</b>

**Fuente:** Mercado Libre Ecuador

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 3.015.00

**Cuadro N° 28: Muebles y enseres Restaurant**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
8	unidad	Mesas de madera para cuatro, seis y ocho personas	90,00	720,00
40	unidad	Sillas de madera	48,00	1.920,00
1	unidad	Counter	280,00	280,00
1	unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
		<b>TOTAL</b>		<b>3.015,00</b>

**Fuente:** La Casa del Mueble

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 332.00

**Cuadro N° 29: Equipos para el restaurant**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Caja registradora	52,00	52,00
1	unidad	Telefono	15,00	15,00
5	unidad	Ventiladores de pared	28,00	140,00
2	unidad	Veintiladores de techo	55,00	110,00
1	Unidad	Reloj de pared	15,00	15,00
		<b>TOTAL</b>		<b>332,00</b>

Fuente: Marcimex

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$. 7.240.00

**Cuadro N° 30: Maquinaria y Equipos Cabañas**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
6	Unidad	Televisor 32"	280,00	1.680,00
2	Unidad	Refrigerar pequeño	150,00	300,00
4	Unidad	Refrigeradora de 12 pies	560,00	2.240,00
6	Unidad	Ventiladora de Techo	120,00	720,00
2	Unidad	Lavadoras industriales	500,00	1.000,00
2	Unidad	Secadoras	650,00	1.300,00
		<b>TOTAL</b>		<b>7.240,00</b>

Fuente: Marcimex

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 5.180.00



**Cuadro N° 31: Muebles y enseres Cabañas**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
3	unidad	Camas literas de 2 plazas	120,00	360,00
8	unidad	Camas de madera de 2 plazas	160,00	1.280,00
4	unidad	Camas familiares	220,00	880,00
8	Unidad	Peinadoras	110,00	880,00
20	Unidad	Veladores	42,00	840,00
12	unidad	Sillas	45,00	540,00
8	Unidad	Mesas pequeñas.	50,00	400,00
		<b>TOTAL</b>		<b>5.180,00</b>

Fuente: La Casa del Mueble

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 355.00

**Cuadro 32: Equipos de seguridad**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
5	Unidad	Extintores DE 10 LBS	22,00	110,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad	120,00	120,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad clientes en los juegos.	125,00	125,00
		<b>TOTAL</b>		<b>355,00</b>

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Muebles y Enseres de oficina:** Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de muebles para la oficina y poder operativizar las actividades administrativas. El costo total asciende a \$ 2175.00

**Cuadro N° 33: Muebles y Enseres de Oficina**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
3	unidad	Escritorios estilo gerente	185,00	555,00
3	unidad	Sillones giratorios	120,00	360,00
2	Unidad	Archivadores de 5 gavetas	135,00	270,00
1	Juego	Sala de oficina	450,00	450,00
12	Unidad	Sillas de oficina	45,00	540,00
		<b>TOTAL</b>		<b>2.175,00</b>

Fuente: La Casa del Mueble

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 2220.00.

**Cuadro N° 34: Equipo de computación**

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
3	unidad	Computadores de escritorio	650,00	1.950,00
3	unidad	Impresora	90,00	270,00
		<b>TOTAL</b>		<b>2.220,00</b>

Fuente: La Ganga

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 380,00

**Cuadro N° 35: Equipo de oficina**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	unidad	Sumadora	95,00	95,00
3	unidad	Ventilador pedestal	80,00	240,00
3	unidad	Teléfono	15,00	45,00
		<b>TOTAL</b>		<b>380,00</b>

Fuente: La Ganga

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$.250,00.

**Cuadro N° 36: Equipo de Telecomunicaciones**

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	unidad	Central Telefónico	250,00	250,00
		<b>TOTAL</b>		<b>250,00</b>

Fuente: CNT

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Cuadro N° 37: Resumen Activos Fijos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Terrenos</b>	15.000,00
<b>Construcciones</b>	310.688,79
<b>Maquinaria y equipos</b>	11.225,85
<b>Vehículos</b>	22.800,00
<b>Herramientas de operación: recreación</b>	405,00
<b>Equipos de oficina: recreación</b>	1.952,00
<b>Muebles y Enseres Recreación</b>	2.059,88
<b>Maquinaria restaurant</b>	1.910,00
<b>Muebles y Enseres Restaurant</b>	3.015,00
<b>Equipo: Restaurant</b>	332,00
<b>Maquinaria y Equipo: Cabañas</b>	7.240,00
<b>Muebles y Enseres: Cabañas</b>	5.180,00
<b>Equipos de Seguridad</b>	355,00
<b>Muebles y Enseres de Oficina</b>	2.175,00
<b>Equipo de computación</b>	2.220,00
<b>Equipo de oficina</b>	380,00
<b>Equipo de Telecomunicaciones</b>	250,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>387.188,52</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## 6.8.2. 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 N° 38: Activos Diferidos**

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
<b>Estudios Preliminares</b>	800,00	800,00
<b>Gastos de Constitución</b>	1.000,00	1.000,00
<b>Puesta en marcha</b>	2.00,00	2.00,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 18.116,78

**Cuadro N° 39: Mano de Obra Area recreativa**

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Socorrista	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
1	Recepcionista y control	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
1	Jefe de Mantenimiento	400,00	33,33	33,33	48,60	515,27
	<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>1.509,73</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>18.116,78</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 26.961,16.

**Cuadro N° 40: Mano de Obra Restaurante**

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Chef	600,00	50,00	32,17	72,90	755,07
1	Ayudante de Cocina	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
2	Meseros	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
1	Recepcionista	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
	<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>2.246,76</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>26.961,16</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 11.933,58

### Cuadro N° 41: Mano de Obra Cabañas

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Mucama	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
1	Recepcionista	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
	<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>994,46</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>11.933,58</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 N° 42: Insumos para Mantenimiento de piscinas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
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
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>470,00</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>39,17</b>

Fuente: IQUISA- México

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 628.93.

**Cuadro N° 43: Menaje de cocina**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
4	docenas	Vajilla para Restaurant	58,00	232,00
2	Juegos	Cubiertos (cucharas, tenedores, cuchillos) 42 piezas	37,99	75,98
5	docenas	vasos para jugo	5,85	29,25
1	docena	ensaladeras	2,00	2,00
2	Juegos	Pirex	27,00	54,00
2	Juegos	Cuchillos para cocina	21,00	42,00
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
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>628,93</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>52,41</b>

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 2.590.00

**Cuadro N° 44: Menaje e insumos para cabañas**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
11	Unidad	Colchones de 2 plazas Chaide-Chaide	120,00	1.320,00
70	Unidad	Almohadas	4,00	280,00
40	Juegos	Sábanas	12,00	480,00
11	Unidad	Edredones	<b>18,00</b>	198,00
24	docenas	Jabon de baño	1,00	24,00
24	docenas	Shampoo sachet	1,25	30,00
12	Paquetes	Papel Higiénico	6,50	78,00
12	Juegos	Toallas para baño	15,00	180,00
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>2.590,00</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>215,83</b>

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Fuerza Motriz:** Es el costo que se cancela por energía de 220 Watios para el funcionamiento de las maquinarias. El monto total asciende a \$ 840.00.

**Cuadro N° 45: Fuerza Motriz**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
3500	watio	Energía Eléctrica para motores	0,02	70,00
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>70,00</b>
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>840,00</b>

Fuente: Empresa Electrica de Orellana

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 492.00

**Cuadro N° 46: Energía Electrica**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
1800	watio	Energía Eléctrica para restauratn	0,01	18,00
1500	watio	Energía Eléctrica para cabañas	0,01	15,00
800	watio	Energía Eléctrica oficinas	0,01	8,00
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>41,00</b>
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>492,00</b>

Fuente: Empresa Electrica de Orellana

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Agua para piscinas:** Es el costo que se cancela por agua, para el mantenimiento de las piscinas. El monto total asciende a \$ 1778.40.

**Cuadro N° 47: Agua potable para piscinas**

Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
2964	metros cúbicos	Agua (741 m3 cada tres meses)	0,05	148,20
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>148,20</b>
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>1.778,40</b>

Fuente: Gad Municipal de Francisco de Orellana

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez



**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 \$ 138.90.

**Cuadro N° 48: Agua potable para Restaurant, Cabañas y oficinas**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>300</b>	Metros cúbicos	Agua para Restaurant	0,03	9,00
<b>350</b>	Metros cúbicos	Agua para cabañas y oficinas	0,03	10,50
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>19,50</b>
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>234,00</b>

**Fuente:** Gad Municipal de Francisco de Orellana

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Insumos de limpieza:** Son todos aquellos gastos que se generan por la compra de insumos para mantener en condiciones higiénicas favorable para los clients. El monto total asciende a \$ 238.90

**Cuadro N° 49: Insumos de Limpieza**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>3</b>	Galones	Desinfectantes	6,20	18,60
<b>12</b>	Unidad	Escobas para cabañas y restaurant	3,50	42,00
<b>6</b>	unidad	Trapeadores	4,00	24,00
<b>3</b>	metros	Franelas	1,50	4,50
<b>6</b>	unidad	Escobas grandes para limpieza del parque	8,30	49,80
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>138,90</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>11,58</b>

**Fuente:** Comercial Emanuel

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Útiles de oficina:** Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de materiales para realizar las actividades administrativas. El monto total es de \$ 309.65.

**Cuadro N° 50: Utiles de oficina**

<b>Cant.</b>	<b>Unidad de Mediad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
3	Resmas	Papel boond (area recreativa, restaurant, hospedaje)	3,50	10,50
1	Caja	Esfersos (rojo, azul, negro)	3,50	3,50
1	Caja	Lapices	2,00	2,00
3	Unidad	Borradodres	0,25	0,75
3	Unidad	Engrapadora	6,00	18,00
3	Unidad	Perforadora	5,30	15,90
3	Unidad	Basurero	3,00	9,00
5	Juegos	Tinta para impresora	50,00	250,00
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>309,65</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>25,80</b>

**Fuente:** Librería y Papelería su Economía

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 3.597.50.

**Cuadro N° 51: Insumos para alimentación**

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Mediad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
5	Quintales	Arroz	70,00	350,00
2	Quintales	Azucar	55,00	110,00
30	Fundas Kilo	Sal	0,95	28,50
2	Canecas	Aceite	120,00	240,00
10	Kilos	Especies	2,50	25,00
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	3,30	264,00
		<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>3.597,50</b>
		<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>299,79</b>

**Fuente:** Comercial Emanuel

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Bebidas:** Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de bebidas para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes. Este monto asciende a \$ 1.450.60.

### **Cuadro N° 52: Resumen del Costo del Servicio**

DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
<b>Bebidas</b>	120,88	1.450,60
<b>TOTAL</b>	<b>5.795,12</b>	<b>69.541,50</b>

**Fuente:** Comercial Emanuel

**Elaborado por:** Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### **6.8.3. 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.

#### **6.8.3.1. 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 \$.17.919.19

### Cuadro N° 53: Sueldos y Salarios

Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Gerente o Administrador	800,00	66,67	32,17	97,20	996,03
1	Secretaria Contadora	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
<b>TOTAL MENSUAL</b>						<b>1.493,27</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>17.919,19</b>

Fuente: Tabla de sueldos y salarios

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 540.00.

### Cuadro N° 54: Gastos de Internet

Cantidad	Descripción	V/MENSUAL	V/ANUAL
1	Paquete de Internet	45,00	540,00
<b>TOTAL</b>		<b>45,00</b>	<b>540,00</b>

Fuente: CNT

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 336.00.

### Cuadro N° 55: Gastos de Telefono

Cantidad	Descripción	V7Mensual	V/Anual
	Pago de Telefono	28,00	336,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>28,00</b>	<b>336,00</b>

Fuente: CNT

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### Cuadro N° 56: Resumen Gastos de Administración

DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
<b>Sueldos y Salarios</b>	1.493,27	17.919,19
<b>Gastos de Internet y TV Cable</b>	45,00	540,00
<b>Gastos de Telefono</b>	28,00	336,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1.566,27</b>	<b>18.795,19</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 1.501.36.

**Cuadro N° 57: Gastos de Combustibles y Luricantes**

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
832	Galones de Gasolina Eco a 1.48 c/g	1,48	1.231,36
6	Cambio de aceite	45,00	270,00
	<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>1.501,36</b>
	<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>125,11</b>

Fuente: Gasolinera "Payamino"

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$ 98.00.

**Cuadro N° 58: Utiles de oficina**

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
10	Libretines de facturas	9,80	98,00
	<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>98,00</b>
	<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>8,17</b>

Fuente: Imprenta Ibarra

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 \$.2.200.00

**Cuadro N° 59: Publicidad**

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
1	Plan Anual de publicidad	850,00	850,00
2	Vallas publicitarias	500,00	1.000,00
1	Diseño de una página web	350,00	350,00
	<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>2.200,00</b>
	<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>183,33</b>

Fuente: Medios de comunicación de la localidad

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 N° 60: Promoción**

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

Fuente: Imprenta Ibarra

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Cuadro N° 61: Resumen Gastos de Venta**

DESCRIPCION	V/Mensual	V/Anual
<b>Combustibles y Lubricanes</b>	125,11	1.501,36
<b>Utiles de oficina</b>	8,17	98,00
<b>Publicidad</b>	183,33	2.200,00
<b>Promoción</b>	33,00	396,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>349,61</b>	<b>4.195,36</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**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 N° 62: Inversión**

DESCRIPCIÓN	V/PARCIAL	V/TOTAL	MONTO TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Terrenos</b>		15.000,00	
<b>Construcciones</b>		310.688,79	
<b>Maquinaria y equipos</b>		11.225,85	
<b>Vehículos</b>		22.800,00	
<b>Herramientas de operación: recreación</b>		405,00	
<b>Equipos de oficina: recreación</b>		1.952,00	
<b>Muebles y Enseres Recreación</b>		2.059,88	
<b>Maquinaria restaurant</b>		1.910,00	
<b>Muebles y Enseres Restaurant</b>		3.015,00	
<b>Equipo: Restaurant</b>		332,00	
<b>Maquinaria y Equipo: Cabañas</b>		7.240,00	
<b>Muebles y Enseres: Cabañas</b>		5.180,00	
<b>Equipos de Seguridad</b>		355,00	
<b>Muebles y Enseres de Oficina</b>		2.175,00	

<b>Equipo de computación</b>		2.220,00	
<b>Equipo de oficina</b>		380,00	
<b>Equipo de Telecomunicaciones</b>		250,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>387.188,52</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Estudios Preliminares</b>		800,00	
<b>Gastos de Constitución</b>		1.000,00	
<b>Puesta en marcha</b>		200,00	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>2.000,00</b>
<b>CAPITAL DE T RABAJO (MENSUAL)</b>			
Costo del Servicio			
<b>Mano de obra recreación</b>	1.509,73		
<b>Mano de obra Restaurant</b>	2.246,76		
<b>Mano de obrra cabañas</b>	994,46		
<b>Insumos mantenimiento de piscina</b>	39,17		
<b>Menaje de cocina</b>	52,41		
<b>Menaje de cabañas</b>	215,83		
<b>Fuerza Motriz</b>	70,00		
<b>Energía Eléctrica</b>	41,00		
<b>Agua parque para piscinas</b>	148,20		
<b>Agua retaurant, cabañas</b>	19,50		
<b>Insumos de limpieza</b>	11,58		
<b>Utiles de oficina</b>	25,80		
<b>Insumos de alimentación</b>	299,79		
<b>Bebidas</b>	120,88		
<b>TOTAL COSTO DEL SERVICIO</b>			<b>5.795,12</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>			
Gastos de Administración			
<b>Sueldos y Salarios</b>	1.493,27		
<b>Gastos de Internet</b>	45,00		
<b>Gastos de Telefono</b>	28,00		
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		1.566,27	
Gastos de Venta			
<b>Combustibles y Lubricanes</b>	125,11		
<b>Utiles de oficina</b>	8,17		
<b>Publicidad</b>	183,33		
<b>Promoción</b>	33,00		
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>349,61</b>	
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>			<b>1.915,88</b>
<b>MONTO TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>			<b>396.899,52</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 6.8.4. FINANCIAMIENTO

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

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

**6.8.4.2. 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 N° 63: Financiamiento**

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	96.899,52	24%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	300.000,00	76%
<b>TOTAL</b>	<b>396.899,52</b>	<b>100%</b>

Fuente: Monto de la Inversión

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### **6.8.5. ANÁLISIS 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.

#### **6.8.6. 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 N° 64: Depreciaciones

BIENES	MONTO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR EN LIBROS
Construcciones	310.688,79	5%	20 años	15.534,44	155.344,40
Maquinaria y equipos area recreativa	11.225,85	10%	10 años	1.122,59	-
Vehículos	22.800,00	20%	5 años	4.560,00	
Herramientas de operación: recreación	405,00	10%	10 años	40,50	-
Equipos de oficina: recreación	1.952,00	10%	10 años	195,20	-
Muebles y Enseres Recreación	2.059,88	10%	10 años	205,99	-
Maquinaria restaurant	1.910,00	10%	10 años	191,00	-
Muebles y Enseres Restaurant	3.015,00	10%	10 años	301,50	-
Equipo: Restaurant	332,00	10%	10 años	33,20	-
Maquinaria y Equipo: Cabañas	7.240,00	10%	10 años	724,00	-
Muebles y Enseres: Cabañas	5.180,00	10%	10 años	518,00	-
Equipos de Seguridad	355,00	10%	10 años	35,50	-
Muebles y Enseres de Oficina	2.175,00	10%	10 años	217,50	-
Equipo de computación	2.220,00	33%	3 años	732,60	22,20
Equipo de oficina	380,00	10%	10 años	38,00	-
<b>TOTAL</b>	<b>371.938,52</b>	<b>178%</b>		<b>24.450,01</b>	<b>155.366,60</b>

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### 6.8.7. 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 N° 65: Reinversión de Activos Fijos

ACTIVOS	Monto	% de Dep.	Vida Util	Dep. Anual	V/Residual
Equipos de computación 4 años	2.442,00	33%	3 años	805,86	24,42
Equipos de computación 7 años	2.686,20	33%	3 años	886,45	26,86
Equipos de computación 10 años	2.954,82	33%	3 años	975,09	29,55
Reinversión de Vehículos 6 años	25.080,00	20%	5 años	5.016,00	-

Fuente: Cuadro de depreciaciones

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### 6.8.8. 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.

**Cuadro N° 66: Tabla de amortización**

Monto		300.000,00			
Tasa de interés		11,83%			
Plazo		10 años			
Entidad Financiera		CFN			
Pagos:		Anuales			
AÑOS	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	VALOR EN LIBROS
0					300.000,00
1	300.000,00	35.490,00	30.000,00	65.490,00	270.000,00
2	270.000,00	31.941,00	30.000,00	61.941,00	240.000,00
3	240.000,00	28.392,00	30.000,00	58.392,00	210.000,00
4	210.000,00	24.843,00	30.000,00	54.843,00	180.000,00
5	180.000,00	21.294,00	30.000,00	51.294,00	150.000,00
6	150.000,00	17.745,00	30.000,00	47.745,00	120.000,00
7	120.000,00	14.196,00	30.000,00	44.196,00	90.000,00
8	90.000,00	10.647,00	30.000,00	40.647,00	60.000,00
9	60.000,00	7.098,00	30.000,00	37.098,00	30.000,00
10	30.000,00	3.549,00	30.000,00	33.549,00	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Enma Lucía Carrillo Ordóñez

### 6.8.9. AMORTIZACION 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 N° 67: Amortización Activos Diferidos

DESCRIPCION	MONTO	AMORTIZACION
Estudios Preliminares	800,00	160,00
Gastos de Constitución	1.000,00	200,00
Puesta en marcha	200,00	40,00
TOTAL		400,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 6.8.10. 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.

### Cuadro N° 68: Presupuesto Proformado

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Mano de obra recreación	18.116,78	19.022,61	19.973,75	20.972,43	22.021,05	23.122,11	24.278,21	25.492,12	26.766,73	28.105,07
Mano de obra Restaurant	26.961,16	28.309,22	29.724,68	31.210,92	32.771,46	34.410,04	36.130,54	37.937,07	39.833,92	41.825,61
Mano de obra cabañas	11.933,58	12.530,25	13.156,77	13.814,61	14.505,34	15.230,60	15.992,13	16.791,74	17.631,33	18.512,89
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	628,93	660,38	693,40	728,07	764,47	802,69	842,83	884,97	929,22	975,68
Menaje de cabañas	2.590,00	2.719,50	2.855,48	2.998,25	3.148,16	3.305,57	3.470,85	3.644,39	3.826,61	4.017,94
Fuerza Motriz	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	1.072,08	1.125,68	1.181,96	1.241,06	1.303,12
Energía Eléctrica	492,00	516,60	542,43	569,55	598,03	627,93	659,33	692,29	726,91	763,25
Agua parque	1.778,40	1.867,32	1.960,69	2.058,72	2.161,66	2.269,74	2.383,23	2.502,39	2.627,51	2.758,88
Agua restaurant, cabañas	234,00	245,70	257,99	270,88	284,43	298,65	313,58	329,26	345,72	363,01
Insumos de limpieza	138,90	145,85	153,14	160,79	168,83	177,28	186,14	195,45	205,22	215,48
Útiles de oficina	309,65	325,13	341,39	358,46	376,38	395,20	414,96	435,71	457,49	480,37
Insumos de alimentación	3.597,50	3.777,38	3.966,24	4.164,56	4.372,78	4.591,42	4.820,99	5.062,04	5.315,15	5.580,90
Bebidas	1.450,60	1.523,13	1.599,29	1.679,25	1.763,21	1.851,37	1.943,94	2.041,14	2.143,20	2.250,36
Depreciación de Construcciones	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44	15.534,44
Depreciación de Maquinaria y equipos	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59	1.122,59
Depreciación de Vehículos	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00	4.560,00
Dep. Herramientas de operación: recreación	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50
Dep. Equipos de oficina: recreación	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20	195,20
Dep. Muebles y Enseres Recreación	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99	205,99
Depreciación Maquinaria restaurant	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00
Dep. Muebles y Enseres Restaurant	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50
Dep. Equipo: Restaurant	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20
Dep. Maquinaria y Equipo: Cabañas	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00
Dep. Muebles y Enseres: Cabañas	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00	518,00
Dep. Equipos de Seguridad	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50
<b>TOTAL COSTO DEL SERVICIO</b>	<b>93.003,42</b>	<b>96.480,49</b>	<b>100.131,42</b>	<b>103.964,89</b>	<b>107.990,04</b>	<b>112.672,45</b>	<b>117.110,18</b>	<b>121.769,79</b>	<b>126.662,38</b>	<b>131.799,60</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
Sueldos y Salarios	17.919,19	18.815,15	19.755,90	20.743,70	21.780,89	22.869,93	24.013,43	25.214,10	26.474,80	27.798,54
Gastos de Internet y TV Cable	540,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos de Telefono	336,00	352,80	370,44	388,96	408,41	428,83	450,27	472,79	496,43	521,25
Depreciación Muebles y Enseres	217,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50	272,50
Depreciación Equipo de computación	732,60	732,60	732,60	805,86	805,86	805,86	886,45	886,45	886,45	975,09
Depreciación de Equipo de Oficina	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTR.</b>	<b>19.783,29</b>	<b>20.811,05</b>	<b>21.769,44</b>	<b>22.849,02</b>	<b>23.905,66</b>	<b>25.015,12</b>	<b>26.260,65</b>	<b>27.483,83</b>	<b>28.768,18</b>	<b>30.205,38</b>
<b>Gastos de ventas</b>										
Combustibles y Lubricantes	1.501,36	1.576,43	1.655,25	1.738,01	1.824,91	1.916,16	2.011,97	2.112,56	2.218,19	2.329,10
Útiles de oficina	98,00	102,90	108,05	113,45	119,12	125,08	131,33	137,90	144,79	152,03
Publicidad	2.200,00	2.310,00	2.425,50	2.546,78	2.674,11	2.807,82	2.948,21	3.095,62	3.250,40	3.412,92
Promoción	396,00	415,80	436,59	458,42	481,34	505,41	530,68	557,21	585,07	614,33
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>4.195,36</b>	<b>4.405,13</b>	<b>4.625,38</b>	<b>4.856,65</b>	<b>5.099,49</b>	<b>5.354,46</b>	<b>5.622,18</b>	<b>5.903,29</b>	<b>6.198,46</b>	<b>6.508,38</b>
<b>Gastos Financieros</b>										
Intereses	35.490,00	31.941,00	28.392,00	24.843,00	21.294,00	17.745,00	14.196,00	10.647,00	7.098,00	3.549,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>35.490,00</b>	<b>31.941,00</b>	<b>28.392,00</b>	<b>24.843,00</b>	<b>21.294,00</b>	<b>17.745,00</b>	<b>14.196,00</b>	<b>10.647,00</b>	<b>7.098,00</b>	<b>3.549,00</b>
<b>Otros Gastos</b>										
Amortización de Activos Diferidos	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00					
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>					
<b>TOT. COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>59.868,65</b>	<b>57.557,18</b>	<b>55.186,83</b>	<b>52.948,68</b>	<b>50.699,14</b>	<b>48.114,58</b>	<b>46.078,83</b>	<b>44.034,13</b>	<b>42.064,63</b>	<b>40.262,76</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>152.872,06</b>	<b>154.037,67</b>	<b>155.318,25</b>	<b>156.913,57</b>	<b>158.689,18</b>	<b>160.787,03</b>	<b>163.189,01</b>	<b>165.803,91</b>	<b>168.727,02</b>	<b>172.062,36</b>
Reinversión Equipo de Computación				2.442,00			2.686,20			2.954,82
Reinversión de Vehículos						25.080,00				
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>152.872,06</b>	<b>154.037,67</b>	<b>155.318,25</b>	<b>159.355,57</b>	<b>158.689,18</b>	<b>185.867,03</b>	<b>165.875,21</b>	<b>165.803,91</b>	<b>168.727,02</b>	<b>175.017,18</b>

### **6.8.11. 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 Complejo Turístico “Brisas del Payamino”, los precios se lo determinarán en función a los costos de producción y en base a la competencia, osea los precios que asignan los diferentes centros turísticos en la Provincia de Orellana. 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 150 personas

Domingo ingresan 200 personas

Dando un total 450 personas semanales esto por las 52 semanas = 23400 personas al año (450 x 52 semanas = 18.200)

De este total de personas que ingresarán el 40% serán adultos que corresponde a un total de 9.360 y el 60% serán niños, que es un total de 14.040, por lo tanto, los precios van a diferir.

### Cuadro N° 69: Establecimiento de ingresos por entradas

Años	No. Personas adultas	Precio de Venta	Ingresos Totales	No. Niños	Precio de Venta	Ingresos por entrada de niños	Ingresos Totales
1	9.360	4,00	65.520,00	14.040,00	2,00	28.080,00	93.600,00
2	9.360	4,50	77.220,00	14.040,00	2,50	35.100,00	112.320,00
3	9.360	5,00	88.920,00	14.040,00	3,00	42.120,00	131.040,00
4	9.360	5,50	100.620,00	14.040,00	3,50	49.140,00	149.760,00
5	9.360	6,00	112.320,00	14.040,00	4,00	56.160,00	168.480,00
6	9.360	6,50	124.020,00	14.040,00	4,50	63.180,00	187.200,00
7	9.360	7,00	135.720,00	14.040,00	5,00	70.200,00	205.920,00
8	9.360	7,50	147.420,00	14.040,00	5,50	77.220,00	224.640,00
9	9.360	8,00	159.120,00	14.040,00	6,00	84.240,00	243.360,00
10	9.360	8,50	170.820,00	14.040,00	6,50	91.260,00	262.080,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### Ingresos por Restaurante

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

De las 23.400 que ingresan al centro turístico:

**Desayunos:** accederán por día 15 personas por 4 días que se atiende = 60 personas semanales x 52 semanas = 3.120 personas al año por \$ 3.00 c/u nos daría un total de \$ 9.360.00.

**Almuerzos:** accederán 50 personas por día por 4 días que se atiende = 200 personas semanales x 52 semanas = 10.400 personas al año por \$ 3.50 c/u nos daría un total de \$ 36.400.00.

**Cenas:** Accederán 20 personas por día por 4 días que se atiende = 80 personas semanales x 52 semanas = 4.160 personas al año por \$ 3.50 c/u nos daría un total de \$ 14.560.00

**Platos a la Carta:** Accederán 15 personas por día por 4 días que se atiende = 60 personas semanales x 52 semanas = 3.120 personas al año por \$ 5.00 c/u nos daría un total de \$ 15.600.00

### Cuadro N° 70: Establecimiento de ingresos por restaurant

Años	No. Servicios	Ingresos (3120 desayunos)	Ingresos (10,400 Almuerzos)	Ingresos (4,160 Cenas)	Ingresos (3,120) Platos Fuertes	Ingresos por Alimentación
1	20.800	9.360	36.400	14.560,00	15.600,00	75.920,00
2	20.800	10.920	38.220	15.288,00	16.380,00	79.716,00
3	20.800	12.480	40.131	16.052,40	17.199,00	83.701,80
4	20.800	14.040	42.138	16.855,02	18.058,95	87.886,89
5	20.800	15.600	44.244	17.697,77	18.961,90	92.281,23
6	20.800	17.160	46.457	18.582,66	19.909,99	96.895,30
7	20.800	18.720	48.779	19.511,79	20.905,49	101.740,06
8	20.800	20.280	51.218	20.487,38	21.950,77	106.827,06
9	20.800	21.840	53.779	21.511,75	23.048,30	112.168,42
10	20.800	23.400	56.468	22.587,34	24.200,72	117.776,84

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### Ingresos por Cabañas

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

2 cabañas a \$.50.00 c/u por 2 días semanales por 52 semanas al año = \$ 10.400,00

2 cabañas a \$.80.00 c/u por 2 días semanales por 52 semanas al año = \$.16.640,00.

4 cabañas a \$.120,00 c/u por 2 días semanales por 52 semanas al año = \$.49.920.00.

### Cuadro N° 71: Establecimiento de ingresos por cabañas

Años	Cabañas individuales (208 personas)	Cabañas triples (624 personas)	Cabañas Familiares (3.328 personas)	Ingresos por Cabañas
1	10.400	16.640	4.920,00	31.960,00
2	10.920	17.472	5.166,00	33.558,00
3	11.466	18.346	5.424,30	35.235,90
4	12.039	19.263	5.695,52	36.997,70
5	12.641	20.226	5.980,29	38.847,58
6	13.273	21.237	6.279,31	40.789,96
7	13.937	22.299	6.593,27	42.829,46
8	14.634	23.414	6.922,93	44.970,93
9	15.366	24.585	7.269,08	47.219,48
10	16.134	25.814	7.632,53	49.580,45

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### Ingresos por entradas cancha sintética

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

**Cuadro N° 72: Establecimiento de ingresos por entradas cancha sintética**

Años	No. De Servicios	Precio de Venta/hora	Ingresos Totales
1	2.340	20	46.800,00
2	2.340	21	49.140,00
3	2.340	22	51.597,00
4	2.340	23	54.176,85
5	2.340	24	56.885,69
6	2.340	26	59.729,98
7	2.340	27	62.716,48
8	2.340	28	65.852,30
9	2.340	30	69.144,91
10	2.340	31	72.602,16

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

### Ingresos por Bar

Los ingresos por concepto de bar estarán en función de que las del total de personas que ingresan al complejo turístico.

**Cuadro N° 73: Establecimiento de ingresos por Bar**

Años	No. PersonasServicios	Promedio de Venta USD	Ingresos Totales
1	4.680	2,00	9.360
2	4.680	3,00	14.040
3	4.680	4,00	18.720
4	4.680	5,00	23.400
5	4.680	6,00	28.080
6	4.680	7,00	32.760
7	4.680	8,00	37.440
8	4.680	9,00	42.120
9	4.680	10,00	46.800
10	4.680	11,00	51.480

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez



### Cuadro N° 74: Resumen Ingresos Totales

Años	Ingreso por Entradas	Ingreso por Restaurant	Ingreso por Cabañas	Ingreso por Cancha Sintética	Ingreso por Bar	TOTAL INGRESOS
1	93.600,00	75.920,00	31.960,00	46.800,00	9.360,00	257.640,00
2	112.320,00	79.716,00	33.558,00	49.140,00	14.040,00	288.774,00
3	131.040,00	83.701,80	35.235,90	51.597,00	18.720,00	320.294,70
4	149.760,00	87.886,89	36.997,70	54.176,85	23.400,00	352.221,44
5	168.480,00	92.281,23	38.847,58	56.885,69	28.080,00	384.574,51
6	187.200,00	96.895,30	40.789,96	59.729,98	32.760,00	417.375,23
7	205.920,00	101.740,06	42.829,46	62.716,48	37.440,00	450.645,99
8	224.640,00	106.827,06	44.970,93	65.852,30	42.120,00	484.410,29
9	243.360,00	112.168,42	47.219,48	69.144,91	46.800,00	518.692,81
10	262.080,00	117.776,84	49.580,45	72.602,16	51.480,00	553.519,45

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

#### 6.8.12. DETERMINACIÓN 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 (Váquiro, 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 produzcase 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.

**Cuadro N° 75: Clasificación de Costos**

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTOS FIJOS</b>										
Sueldos y Salarios	17.919,19	18.815,15	19.755,90	20.743,70	21.780,89	22.869,93	24.013,43	25.214,10	26.474,80	27.798,54
Amortización Activo Diferido	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00					
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
Útiles Oficina Gs. Administración	159,25	167,21	175,57	184,35	193,57	203,25	213,41	224,08	235,28	247,05
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 Construcciones	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: recreación	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50
Dep. Equipos de oficina: 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
<b>TOT. COSTOS FIJOS</b>	<b>94.371,23</b>	<b>91.193,14</b>	<b>88.067,44</b>	<b>85.081,11</b>	<b>82.068,20</b>	<b>78.715,93</b>	<b>75.918,68</b>	<b>73.096,98</b>	<b>70.345,49</b>	<b>67.768,95</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
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 obra 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 restaurant, 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
Útiles 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
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>69.520,52</b>	<b>72.996,55</b>	<b>76.646,38</b>	<b>80.478,69</b>	<b>84.502,63</b>	<b>88.727,76</b>	<b>93.164,15</b>	<b>97.822,36</b>	<b>102.713,47</b>	<b>107.849,15</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>163.891,75</b>	<b>164.189,68</b>	<b>164.713,81</b>	<b>165.559,81</b>	<b>166.570,82</b>	<b>167.443,69</b>	<b>169.082,83</b>	<b>170.919,33</b>	<b>173.058,97</b>	<b>175.618,10</b>

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.}

### **6.8.13. 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 N° 76: Estado de Perdidas y Ganancias**

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	257.640,00	288.774,00	320.294,70	352.221,44	384.574,51	417.375,23	450.645,99	484.410,29	518.692,81	553.519,45
Otros Ingresos			22,20			24,42			26,86	155.388,80
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>257.640,00</b>	<b>288.774,00</b>	<b>320.316,90</b>	<b>352.221,44</b>	<b>384.574,51</b>	<b>417.399,65</b>	<b>450.645,99</b>	<b>484.410,29</b>	<b>518.719,67</b>	<b>708.908,25</b>
Costo del servicio	93.003,42	96.480,49	100.131,42	103.964,89	107.990,04	112.672,45	117.110,18	121.769,79	126.662,38	131.799,60
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>164.636,58</b>	<b>192.293,51</b>	<b>220.185,48</b>	<b>248.256,54</b>	<b>276.584,46</b>	<b>304.727,20</b>	<b>333.535,82</b>	<b>362.640,50</b>	<b>392.057,29</b>	<b>577.108,64</b>
Costo de operación	59.868,65	57.557,18	55.186,83	52.948,68	50.699,14	48.114,58	46.078,83	44.034,13	42.064,63	40.262,76
Reinversión equipo computación				2.442,00			2.686,20			2.954,82
Reinversión de Vehículos						25.080,00				
<b>TOTAL COST. OPER. y REINV.</b>	<b>59.868,65</b>	<b>57.557,18</b>	<b>55.186,83</b>	<b>55.390,68</b>	<b>50.699,14</b>	<b>48.114,58</b>	<b>48.765,03</b>	<b>44.034,13</b>	<b>42.064,63</b>	<b>43.217,58</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>104.767,94</b>	<b>134.736,33</b>	<b>164.998,65</b>	<b>192.865,87</b>	<b>225.885,32</b>	<b>256.612,62</b>	<b>284.770,79</b>	<b>318.606,38</b>	<b>349.992,65</b>	<b>533.891,06</b>
15% utilidad trabajadores	15.715,19	20.210,45	24.749,80	28.929,88	33.882,80	38.491,89	42.715,62	47.790,96	52.498,90	80.083,66
<b>UTILIDAD ANT.IMPTO</b>	<b>89.052,75</b>	<b>114.525,88</b>	<b>140.248,85</b>	<b>163.935,99</b>	<b>192.002,52</b>	<b>218.120,73</b>	<b>242.055,17</b>	<b>270.815,42</b>	<b>297.493,75</b>	<b>453.807,41</b>
22% impuesto a la renta	19.591,60	25.195,69	30.854,75	36.065,92	42.240,56	47.986,56	53.252,14	59.579,39	65.448,63	99.837,63
<b>UTILIDAD ANT.RESERVA</b>	<b>69.461,14</b>	<b>89.330,19</b>	<b>109.394,11</b>	<b>127.870,07</b>	<b>149.761,97</b>	<b>170.134,17</b>	<b>188.803,03</b>	<b>211.236,03</b>	<b>232.045,13</b>	<b>353.969,78</b>
10% Reserva Legal	6.946,11	8.933,02	10.939,41	12.787,01	14.976,20	17.013,42	18.880,30	21.123,60	23.204,51	35.396,98
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>62.515,03</b>	<b>80.397,17</b>	<b>98.454,70</b>	<b>115.083,06</b>	<b>134.785,77</b>	<b>153.120,75</b>	<b>169.922,73</b>	<b>190.112,43</b>	<b>208.840,62</b>	<b>318.572,80</b>

## 6.9. 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:

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

CFT = costo fijo total

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

## 3. En Función del servicio

Determina hasta cuántas personas se tiene 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.

### 6.10. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

#### 1. En Función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{94371.23}{257.640.00 - 69.520.52} \times 100$$

$$Pe = 50\%$$

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

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

$$PE = \frac{94371.23}{1 - \frac{69520.52}{257.640.00}}$$

$$PE = \$ 129.246.60$$

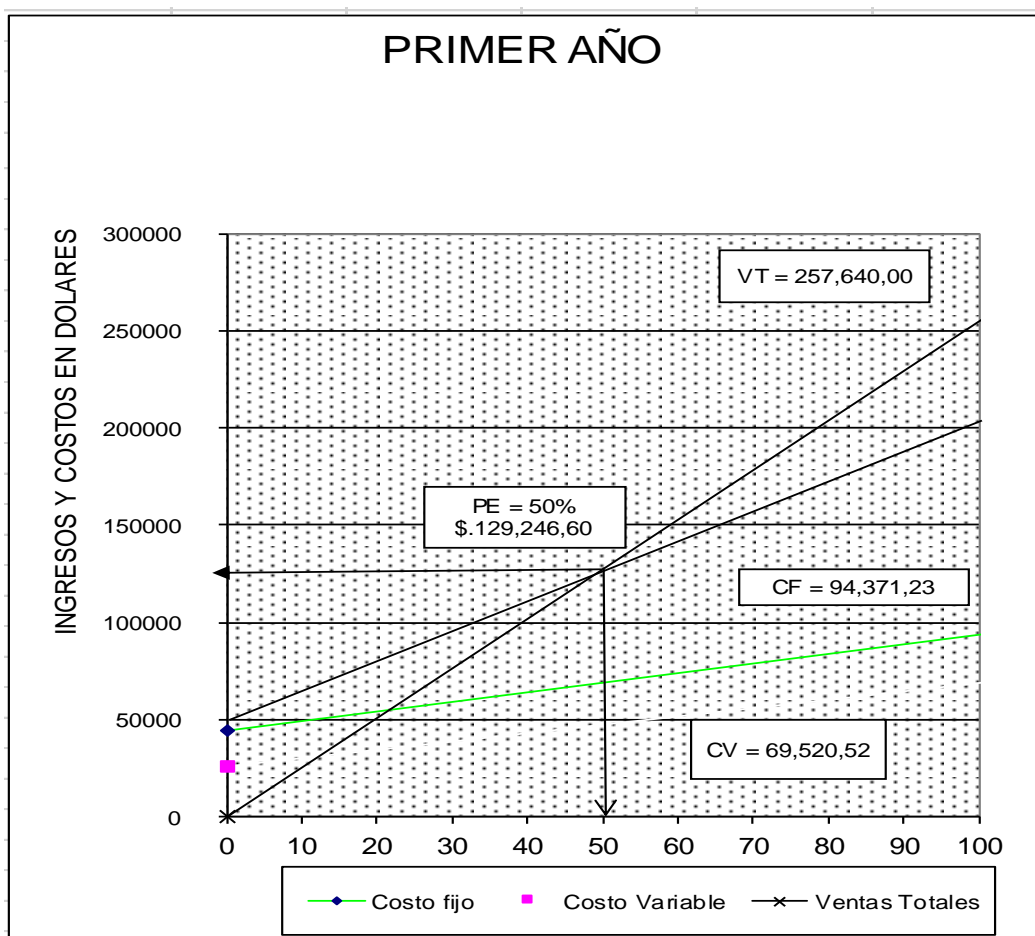


**Cuadro N° 77: Determinación del Punto de Equilibrio**

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	INGRESOS	P.E. INGRESOS	P.E. CAP. INST. %
1	94.371,23	69.520,52	257.640,00	129.246,60	50%
2	91.193,14	72.996,55	288.774,00	122.043,37	42%
3	88.067,44	76.646,38	320.294,70	115.771,50	36%
4	85.081,11	80.478,69	352.221,44	110.278,54	31%
5	82.068,20	84.502,63	384.574,51	105.179,25	27%
6	78.715,93	88.727,76	417.375,23	99.967,55	24%
7	75.918,68	93.164,15	450.645,99	95.704,02	21%
8	73.096,98	97.822,36	484.410,29	91.593,47	19%
9	70.345,49	102.713,47	518.692,81	87.715,18	17%
10	67.768,95	107.849,15	553.519,45	84.168,57	15%

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Gráfico N° 16: Punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada**



Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

## **g. DISCUSIÓN**

### **7.1. EVALUACIÓN 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 N° 78: Flujo de Caja**

<b>INGRESOS</b>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas		257.640,00	288.774,00	320.294,70	352.221,44	384.574,51	417.375,23	450.645,99	484.410,29	518.692,81	553.519,45
Valor residual				22,20			24,42			26,86	155.388,80
Corporación Financiera	300.000,00										
Capital Propio	96.899,52										
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>396.899,52</b>	<b>257.640,00</b>	<b>288.774,00</b>	<b>320.316,90</b>	<b>352.221,44</b>	<b>384.574,51</b>	<b>417.399,65</b>	<b>450.645,99</b>	<b>484.410,29</b>	<b>518.719,67</b>	<b>708.908,25</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	387.188,52										
Activo Diferido	2.000,00										
Costo del servicio.	5.795,12	93.003,42	96.480,49	100.131,42	103.964,89	107.990,04	112.672,45	117.110,18	121.769,79	126.662,38	131.799,60
Costo de operación	1.915,88	59.868,65	57.557,18	55.186,83	52.948,68	50.699,14	48.114,58	46.078,83	44.034,13	42.064,63	40.262,76
Reinversión Equipo computación					2.442,00			2.686,20			2.954,82
Reinversión Vehículos							25.080,00				
<b>EGRESO TOTAL</b>	<b>396.899,52</b>	<b>152.872,06</b>	<b>154.037,67</b>	<b>155.318,25</b>	<b>159.355,57</b>	<b>158.689,18</b>	<b>160.787,03</b>	<b>165.875,21</b>	<b>165.803,91</b>	<b>168.727,02</b>	<b>175.017,18</b>
<b>UTILIDAD ANTES PART. TRAB.</b>		<b>104.767,94</b>	<b>134.736,33</b>	<b>164.998,65</b>	<b>192.865,87</b>	<b>225.885,32</b>	<b>256.612,62</b>	<b>284.770,79</b>	<b>318.606,38</b>	<b>349.992,65</b>	<b>533.891,06</b>
15% Utilidad Trabajadores		15.715,19	20.210,45	24.749,80	28.929,88	33.882,80	38.491,89	42.715,62	47.790,96	52.498,90	80.083,66
<b>UTILIDAD ANT. IMPTO.</b>		<b>89.052,75</b>	<b>114.525,88</b>	<b>140.248,85</b>	<b>163.935,99</b>	<b>192.002,52</b>	<b>218.120,73</b>	<b>242.055,17</b>	<b>270.815,42</b>	<b>297.493,75</b>	<b>453.807,41</b>
22% Impto a la Renta		19.591,60	25.195,69	30.854,75	36.065,92	42.240,56	47.986,56	53.252,14	59.579,39	65.448,63	99.837,63
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>		<b>69.461,14</b>	<b>89.330,19</b>	<b>109.394,11</b>	<b>127.870,07</b>	<b>149.761,97</b>	<b>170.134,17</b>	<b>188.803,03</b>	<b>211.236,03</b>	<b>232.045,13</b>	<b>353.969,78</b>
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
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>100.159,76</b>	<b>120.016,21</b>	<b>140.080,13</b>	<b>158.640,45</b>	<b>180.532,35</b>	<b>200.358,55</b>	<b>219.118,73</b>	<b>241.551,73</b>	<b>262.360,83</b>	<b>384.486,70</b>
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
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>62.258,26</b>	<b>82.114,71</b>	<b>102.178,63</b>	<b>120.738,95</b>	<b>142.630,85</b>	<b>162.457,05</b>	<b>181.217,23</b>	<b>203.650,23</b>	<b>224.459,33</b>	<b>346.585,20</b>

## 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:

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

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.

### CuadroN° 79: Tasa Interna de Retorno

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

ACTUALIZACION					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTO R ACT.	VAN MAYOR
		27,00%		28,00%	
0	-396.899,53		-396.899,53		-396.899,53
1	62.258,26	0,787402	49.022,25	0,781250	48.639,27
2	82.114,71	0,620001	50.911,22	0,610352	50.118,84
3	102.178,63	0,488190	49.882,58	0,476837	48.722,57
4	120.738,95	0,384402	46.412,24	0,372529	44.978,76
5	142.630,85	0,302678	43.171,27	0,291038	41.511,04
6	162.457,05	0,238329	38.718,30	0,227374	36.938,46
7	181.217,23	0,187661	34.007,40	0,177636	32.190,65
8	203.650,23	0,147765	30.092,28	0,138778	28.262,15
9	224.459,33	0,116350	26.115,85	0,108420	24.335,93
10	346.585,20	0,091614	31.752,13	0,084703	29.356,91
			3.185,99		-11.844,96
		3185,99			
TIR = 27+ 1 (-----)					
	3.185,99	+	11.844,96		
TIR =	<b>27,21%</b>				

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

La tasa interna de retorno del 27.21% nos demuestra que mayor al costo de oportunidad del 11.85%, 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 ( $FE_0$ ) del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo ( $FE_t$ ) 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.

$$\text{VANP} = \sum \text{VA (1 a 10)} - \text{INVERSIÓN}$$

### Cuadro N° 80: Valor Actual Neto

<b>ACTUALIZACIÓN</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR 11.83%</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
	<b>396.899,52</b>		
<b>1</b>	62.258,26	0,8942	55.672,24
<b>2</b>	82.114,71	0,7996	65.660,52
<b>3</b>	102.178,63	0,7150	73.060,91
<b>4</b>	120.738,95	0,6394	77.199,43
<b>5</b>	142.630,85	0,5718	81.549,60
<b>6</b>	162.457,05	0,5113	83.059,37
<b>7</b>	181.217,23	0,4572	82.849,75
<b>8</b>	203.650,23	0,4088	83.256,53
<b>9</b>	224.459,33	0,3656	82.056,45
<b>10</b>	346.585,20	0,3269	113.299,18
			<b>797.663,97</b>
<b>Inversión</b>			<b>396.899,52</b>
<b>VANP = <math>\sum VA (1 \text{ a } 10) - INVERSIÓN</math></b>			
<b>VANP =</b>	797663,97 - 396899,52		
<b>VANP =</b>	400.764,45		

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

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

## 7.2. RELACIÓN 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 N° 81: Relación Beneficio/Costo (actualización de ingresos)**

ACTUALIZACIÓN			
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 11.85%	VALOR ACTUAL
1	257.640,00	0,8941	230.344,21
2	288.774,00	0,7993	230.826,74
3	320.294,70	0,7146	228.897,89
4	352.221,44	0,6389	225.046,27
5	384.574,51	0,5712	219.685,07
6	417.375,23	0,5107	213.162,47
7	450.645,99	0,4566	205.770,73
8	484.410,29	0,4082	197.754,08
9	518.692,81	0,3650	189.315,57
10	553.519,45	0,3263	180.622,98
	<b>TOTAL</b>		<b>2.121.426,01</b>

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez

**Cuadro N° 82: Actualización de Egresos**

ACTUALIZACIÓN			
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 11.85%	VALOR ACTUAL
1	152.872,06	0,8941	136.675,96
2	154.037,67	0,7993	123.127,47
3	155.318,25	0,7146	110.997,84
4	159.355,57	0,6389	101.817,70
5	158.689,18	0,5712	90.649,91
6	185.867,03	0,5107	94.926,27
7	165.875,21	0,4566	75.740,74
8	165.803,91	0,4082	67.687,25
9	168.727,02	0,3650	61.582,98
10	175.017,18	0,3263	57.111,14
	<b>TOTAL</b>		<b>920.317,27</b>

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordóñez



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

RBC = 2,305102902

RBC = 1,305102902

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

### **7.3. 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.

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 acudir 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 N° 83: Período de Recuperación del Capital**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO ACUM.</b>
	(396.899,53)	
<b>1</b>	62.258,26	62.258,26
<b>2</b>	82.114,71	144.372,97
<b>3</b>	102.178,63	246.551,60
<b>4</b>	120.738,95	367.290,55
<b>5</b>	142.630,85	509.921,39
<b>6</b>	162.457,05	
<b>7</b>	181.217,23	
<b>8</b>	203.650,23	
<b>9</b>	224.459,33	
<b>10</b>	346.585,20	
PRC = Año q' supera inversión + (Inversión - Sumator. Prim.flujos / Flujo año q' sup.inv. )		
<b>PRC = 5 + ( (509,921,39- 396899,53)/142630,85)</b>		
		4 años
<b>PRC = 5 - 0,79240823 = 4,207</b>		
<b>0,21 x 12 = 9,21 9 meses</b>	2,52	2 meses
<b>0,52 x 30 =</b>	15,6	16 días

Significa que la inversión se recupera en 4 años, 2 meses y 16 días.

#### **7.4. 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.

**Cuadro N° 84: Analisis de Sensibilidad con el incremento del 58,60% en los Costos**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 58,60%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 21,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 22,00%	VALOR ACTUAL
						-396.899,53		-396.899,53
1	152.872,06	242.455,09	257.640,00	15.184,91	0,82645	12.549,51	0,81967	12.446,64
2	154.037,67	244.303,74	288.774,00	44.470,26	0,68301	30.373,79	0,67186	29.877,90
3	155.318,25	246.334,74	320.294,70	73.959,96	0,56447	41.748,47	0,55071	40.730,26
4	159.355,57	252.737,93	352.221,44	99.483,50	0,46651	46.409,79	0,45140	44.906,76
5	158.689,18	251.681,05	384.574,51	132.893,46	0,38554	51.236,18	0,37000	49.170,48
6	185.867,03	294.785,11	417.375,23	122.590,12	0,31863	39.060,99	0,30328	37.178,90
7	165.875,21	263.078,08	450.645,99	187.567,92	0,26333	49.392,49	0,24859	46.627,24
8	165.803,91	262.965,01	484.410,29	221.445,29	0,21763	48.192,95	0,20376	45.121,94
9	168.727,02	267.601,05	518.692,81	251.091,76	0,17986	45.161,06	0,16702	41.936,67
10	175.017,18	277.577,25	553.519,45	275.942,20	0,14864	41.017,05	0,13690	37.776,33
						8.242,75		-11.126,39

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

11,411,68

$$NTIR = 21 + 1 \left( \frac{11,411,68}{8.242,75} \right)$$

NTIR = 21,43%

TIR DEL PROYECTO = 27,21%

1)	<b>DIFERENCIA DE TIR</b>	2)	<b>PORCENTAJE DE VARIACIÓN</b>	3)	<b>SENSIBILIDAD</b>
	Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir
	Dif.Tir.= <b>5,79%</b>		% Var. = <b>21,26%</b>		Sensibilidad = <b>0,9924680</b>

**Cuadro N° 85: Analisis de Sensibilidad con la disminución del 26,60% en los Ingresos**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 26,60%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					21,00%		22,00%	
						-396.899,53		-396.899,53
1	152.872,06	257.640,00	189.107,76	36.235,70	0,8264	29.946,86	0,8197	29.701,39
2	154.037,67	288.774,00	211.960,12	57.922,45	0,6830	39.561,81	0,6719	38.915,92
3	155.318,25	320.294,70	235.096,31	79.778,06	0,5645	45.032,64	0,5507	43.934,33
4	159.355,57	352.221,44	258.530,53	99.174,96	0,4665	46.265,85	0,4514	44.767,49
5	158.689,18	384.574,51	282.277,69	123.588,50	0,3855	47.648,72	0,3700	45.727,65
6	185.867,03	417.375,23	306.353,42	120.486,39	0,3186	38.390,68	0,3033	36.540,88
7	165.875,21	450.645,99	330.774,16	164.898,95	0,2633	43.423,05	0,2486	40.992,00
8	165.803,91	484.410,29	355.557,16	189.753,24	0,2176	41.295,83	0,2038	38.664,34
9	168.727,02	518.692,81	380.720,52	211.993,50	0,1799	38.128,90	0,1670	35.406,59
10	175.017,18	553.519,45	406.283,28	231.266,09	0,1486	34.376,23	0,1369	31.660,20
						7.171,03		-10.588,75

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

7.171,03

$$NTIR = 21 + 1 \left( \frac{7.171,03}{7.171,03 - 10.588,75} \right)$$

NTIR = 21,40%

TIR DEL PROYECTO = 27,21%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 5,81%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = 21,34%

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = 0,9972176

### 7.5. Cuadro N° 86: FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>El personal tendrá una capacitación constante.</p> <p>El proyecto es pionero en la zona</p> <p>Los costos serán accesibles para el público</p> <p>Contará con actividades variadas</p> <p>Tendrá una construcción cómoda y llamativa para los visitantes</p>	<p>Acoger al gran número de personas insatisfechas por los servicios prestados por los centros turísticos actuales</p> <p>Oportunidades de un rápido posicionamiento en el mercado</p> <p>Falta de centros turísticos que brinde servicios de calidad</p> <p>Financiamientos para proyectos turísticos por parte del BNF</p> <p>Cercanía con atractivos turísticos naturales</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Los costos de construcción son elevados</p>	<p>Futuras infraestructuras en el sector</p>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Enma Lucia Carrillo Ordoñez

## **h. CONCLUSIONES**

- El cantón Francisco de Orellana, cuenta con un ecosistema ideal para el desarrollo turístico y cuenta con un ascenso progresivo de habitantes entre los que se destacan un gran número de turistas, el no contar con sitios o espacios para el esparcimiento de los turistas y sus pobladores, y de acuerdo a la recolección de datos obtenidos en las encuestas, se determinó que el realizar el complejo turístico “Brisas del Payamino”, será de beneficio económico y desarrollo productivo para este sector, por lo que el siguiente proceso será la implementación del presente plan de negocios.
- En la Elaboración del plan de negocios del Complejo Turístico “Brisas del Payamino” se realizó un estudio de mercado con encuestas a 115 personas entre habitantes del Cantón, turistas nacionales y extranjeros que llegaron hasta la zona, un 98% de los encuestados están de acuerdo con la implantación de un Complejo Turístico, con las características detalladas en la presente propuesta.
- Los encuestados se mostraron, satisfechos que el cantón Francisco de Orellana, a través de este complejo sea considerado como un destino turístico con el principal atractivo de disfrutar de la naturaleza y de los escenarios destinados para la práctica del deporte, ya que en la actualidad se dispone de muy pocos escenarios para disfrute de los turistas, por lo que es prioritario el diseño de la imagen corporativa respectiva.
- 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 \$ 396.899.52, y que estará financiado por el aporte de los socios en un 24% y con financiamiento de la Corporación Financiera Nacional el 76%.
- Que la evaluación financiera arroja resultados favorables para que el proyecto pueda ser puesto en ejecución: LA TIR que representa el 287.21% que es mayor que el costo de oportunidad del 11.85%; el VANP que es mayor que la inversión en ese caso es de \$ 623.247,36 frente a \$ 400.764.45; la Relación Beneficio-Costo que nos da una rentabilidad de \$ 1.30 por cada dólar invertido; la recuperación del capital que se realiza en 4 años, 2 meses y 16 días; y, el análisis de sensibilidad que nos determina que el proyecto no es sensible con incremento en los costos del 58.60% y una disminución en los ingresos del 26.60%.



## **i. RECOMENDACIONES**

Posterior a la realización del estudio, al análisis de los resultados y a deducir la factibilidad, por la cual la investigación demostró ser factible la ejecución del proyecto, por lo que expongo las siguientes recomendaciones:

Es de suma importancia la realización del proyecto, ya que promocionará el área, por lo que es necesario coordinar actividades, con los Gobiernos Seccionales de la Provincia de Orellana y el Ministerio de Turismo, y se cree una campaña de publicidad que permita a los turistas conocer los aspectos y atractivos que este destino puede ofrecer.

Como se demostró en la investigación los principales motivos por lo que los turistas acuden al cantón Francisco de Orellana es conocer este lugar mágico, atraído por la biodiversidad que ofrece la flora y fauna, con áreas protegidas como el parque Yasuní, su singular gastronomía y una variedad de culturas y tradiciones.

Mantener espacios a través de una campaña publicitaria con spots de televisión sobre el complejo turístico y el cantón Francisco de Orellana, con el fin de atraer más mercado al destino.

Crear páginas de internet, interactivas con información actualizada y moderna que atraiga a los turistas e informen sobre las bondades de este destino amazónico.

Promover a las entidades seccionales a explotar el destino, con infraestructura e inversión, ya que esta zona geográfica cuenta con los recursos naturales para poder ser una atracción turística importante del país.

La infraestructura del complejo turístico, debe contar con la normativa que exigen para su construcción las instituciones pertinentes, para que cada ambiente con la que va a contar el complejo turístico sea seguro y cómodo para los visitantes que llegar hasta las instalaciones, así como la implementación de la señalética de seguridad industrial.

Proponer la realización de este complejo que se adapte a las necesidades de los futuros clientes, quienes ya visitan Francisco de Orellana, y requieren de estas necesidades por lo que se debe considerar como los principales turistas del mercado meta.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

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/>

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/puntodeequilibrio.htm>, de PUNTO DE EQUILIBRIO.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL (2014-2019).

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL MUNICIPAL DE FRANCISCO DE ORELLANA.

COLOMA, N. (2005). *EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. BOLIVIA.

LEDESMA MARTINEZ, Z. (2007). *ANÁLISIS ECONÓMICO SOCIAL DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN*. ESPAÑA: CONSULTING.

BOTERO B., M. A. (2010). *ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS*

BOGOTA: UNIMINUTO.

FLEITMAN, J. (2009). *NEGOCIOS EXITOSOS*. MC GRAW-HILL.

CEBALLOS, A. (s.f.). *GUIA PARA CREAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSOS*. 100 NEGOCIOS.

DAYANE, S. (2005). *DISEÑO Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS EN INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE MERCADOS*. MADRID: PIRAMIDE.

HERMIDA J. (2006). *Marketing Personal*. madrid: Prentice Hall.

MALHOTRA NARESH. (2008). *INVESTIGACION DE MERCADOS QUINTA EDICIÓN*. MEXICO.

MERMER, T. (s.f.). LOCALIZACIÓN Y DISEÑO DE HOTELES Y COMPLEJOS TURÍSTICOS. SUIZA: UICN, GLAND, SUIZA.

PIQUERAS, V. Y. (s.f.). CALIDAD DE DISEÑO Y EFECTIVIDAD DE UN SISTEMA HOTELERO. VALENCIA: PAPERS DE TURISME.

SUAREZ IBUJÉS MARIO ORLANDO, (2011), Interaprendizaje de Estadística Básica

URBINA GABRIEL, B. (2006). EVALUACIÓN DE PROYECTOS CUARTA EDICION. MEXICO.

VELÁZQUEZ, E. R. (ENERO de 2007). *DIAGNOSTICO SITUACIONAL*.

VILLARÁN KAREN, W. (s.f.). *PLAN DE NEGOCIOS, HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA VIABILIDAD DE UN NEGOCIO*. PERU: MEDIA CORP PERU.

### **Linkografia**

INEC. (DICIEMBRE de 2013). ECUADOR EN CIFRAS. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/poblacionydemografia>

## k. ANEXOS

### Anexo N° 1: Diseño de la Encuesta

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

Requerimos de su apoyo para obtener información necesaria que servirá para desarrollar un proyecto turístico. Agradecemos su colaboración.

**OBJETIVO:** Determinar si la ejecución del complejo turístico la “Brisas del Payamino” tendrá acogida en el Cantón Francisco de Orellana, por parte de los habitantes y turistas que llegan a visitar la zona.

EDAD \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_ OCUPACIÓN \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas que se encuentran a continuación y ponga una (x) en la respuesta que usted considere de su elección

#### 1. CUAL ES SU INGRESO MENSUAL:

- De 100 a 400 ( )  
De 401 a 600 ( )  
De 601 a 900 ( )  
De 901 a 1200 ( )  
MAS ( )

#### 2. ¿CONOCE USTED ALGÚN COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL EN LA ZONA?

SI ( ) NO ( )

#### 3. ¿CUÁNTAS VECES VISITA ALGÚN TIPO DE COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL EN EL AÑO?

- De 1 a 2 ( )  
De 3 a 6 ( )  
De 7 a 10 ( )

Cuántas: .....

**4. ¿CÓMO CONSIDERA USTED EL SERVICIO RECREACIONAL OFERTADO EN LA ZONA?**

Excelente ( )

Muy bueno ( )

Regular ( )

Malo ( )

Porqué.....

**5. ¿USTED ESTÁ DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA Y POR QUÉ?**

SI ( )

NO ( )

POR QUÉ.....

**6. ¿LA CREACIÓN DEL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO AFECTARÁ O BENEFICIARÁ A LA ECONOMÍA DE LA ZONA?**

APECTA ( )

BENEFICIA ( )

**7. ¿QUÉ SERVICIOS DESEARÍA QUE BRINDE EL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO?**

Piscina ( ) Hospedaje ( ) Comedor ( ) Juegos infantiles ( )

Pista de baile ( ) Pesca deportiva ( ) Canchas deportivas ( )

Áreas de camping ( ) Orquideario ( )

Otros.....

**8. LE GUSTARÍA QUE EL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO CUENTE CON INFORMACIÓN TURÍSTICA (i-TOUR) DE LA ZONA**

SI ( )

NO ( )

**9. ¿CREE NECESARIO CONTRATAR PERSONAL CAPACITADO DEL MISMO SECTOR?**

SI ( )

NO ( )

POR QUÉ.....

**10. ¿ESTÁ DE ACUERDO QUE SE REALICEN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN ESTE SECTOR?**

Totalmente de Acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Poco de acuerdo ( )

En desacuerdo ( )

**Gracias por su colaboración**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA .....	I
CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORÍA .....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	4
c. INTRODUCCIÓN .....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	49
f. RESULTADOS .....	55
g. DISCUSIÓN .....	156
h. CONCLUSIONES .....	169
i. RECOMENDACIONES .....	171
j. BIBLIOGRAFÍA .....	173
k. ANEXOS .....	175
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	178