



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO RECREACIONAL EN EL SECTOR DENOMINADO VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERÍA
COMERCIAL

AUTORAS:

Jiménez Toapanta Mayra Alejandra
Villafuerte Alvarez Jenny Alexandra

DIRECTOR:

Ing. Milton Rene Prieto Naula

LOJA – ECUADOR

2011

*cupan los
mejores puestos, sino
los más preparados,
aunque no sean genios.*

Ing. Milton René Prieto Naula, DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido la elaboración de la presente tesis titulada: **”ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO RECREACIONAL EN EL SECTOR DENOMINADO VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA ”**, por lo tanto una vez cumplido los requisitos de ley y las normas generales de graduación en la Universidad Nacional de Loja, autoriza la presentación del documento para los fines legales, consiguientes.

Loja 22 de Julio del 2011

Ing. Milton René Prieto Naula
DIRECTOR DE TESIS



AUTORÍA:

El contenido de la presente tesis, las ideas, opiniones, procedimientos de investigación, definiciones vertidas y propuestas. Son de exclusiva responsabilidad de las Autoras

.....
Villafuerte Álvarez Jenny Alexandra

.....
Jiménez Toapanta Mayra Alejandra



AGRADECIMIENTO

Con sentimiento de gratitud; el agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por darnos la oportunidad de superación y cumplir el firme propósito de ser profesionales capaces de transformar la realidad social con conocimiento científico técnico.

Mi gratitud al Ing. Milton Prieto quien de una manera desinteresada ha brindado todo su apoyo a través de su experiencia profesional, habiendo hecho posible la culminación del presente trabajo de investigación.

Al personal y directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo, que brindaron su total cooperación en todos sus aspectos requeridos, para poder llevar a cabo la propuesta del presente Plan de Inversión.

A todo el personal docente de la carrera de administración de empresas, por todos los aprendizajes significativos adquiridos en el transcurso de la formación profesional; y a nuestros compañeros con quienes siempre tuvimos la oportunidad de aprender y crecer en el trajinar de nuestra vida estudiantil.



DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a Dios por haberme dado la oportunidad de vivir, a mis padres José Villafuerte e Inés Álvarez, quienes con su amor, sacrificio y apoyo incondicional me ayudaron día a día para lograr culminar mi carrera profesional, a mis hermanos por darme su confianza y sabiduría para salir adelante y estar siempre conmigo.

Jenny Alexandra Villafuerte Álvarez

DEDICATORIA

El esfuerzo plasmado en el presente trabajo investigativo, se lo dedico con mucho amor a Dios, por permitirme compartir los momentos más importante y felices de mi vida ; A mis Padres por el apoyo incondicional que me brindan día a día; A mi hermano, esposo y amigos, quienes me dieron ánimos para continuar superándome en esta etapa de mi vida. Y de manera especial a mis hijas Naomy y Danna, que son la razón de mi existir.

Mayra Alejandra Jiménez Toapanta

a. TÍTULO

a. TÍTULO

“ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO RECREACIONAL EN EL SECTOR DENOMINADO “VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI” DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA.”



b. RESUMEN EJECUTIVO.

b.1. Resumen en Español

El presente trabajo investigativo se desarrolló en el cantón Catamayo, asumiendo como objetivo la presentación de una propuesta para **“La implementación de un complejo recreacional en el sector denominado Víctor Manuel Palacio Ullauri del cantón Catamayo provincia de Loja”**

En la introducción presentamos un breve análisis del por qué se desea implantar este proyecto. En la metodología utilizada se presentan las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que ayudaron para presentar los resultados de este trabajo.

En el estudio de mercado se aplicó el método de regresión lineal simple, el mismo que permitió proyectar la población para el año 2011 y así poder aplicar la fórmula del tamaño de la muestra; para de esta manera realizar las encuestas y determinar el estudio de mercado; teniendo como demanda insatisfecha 138.836 en el primer año.

En la ingeniería del proyecto se presenta el proceso de ingreso de los clientes hacia el centro turístico. El centro recreacional tiene la capacidad de alojamiento para 141.543 visitas anuales; la capacidad utilizada será de 113.162 visitas anuales, con un porcentaje del 80%, de la capacidad instalada; su localización será en el cantón Catamayo en una reserva ecológica junto a la rivera del río Boquerón, que consta de 3.70 hectáreas.



Se adjunta un plano de la distribución física de la planta, donde se encuentra la localización de todos los servicios.

Para la implementación del presente proyecto se requiere un capital de \$322.612,81. El proyecto será implementado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; el mismo quien financiara este proyecto conjuntamente con el Banco del Estado. Vale recalcar que la entidad interventora aportara con el 20% del monto total del proyecto, es por ello que el Banco del Estado Aporta con el 80% de la misma; considerando que el monto aportado por dicha institución financiera, no será reembolsable. En vista que el proyecto requiere de un monto elevado se creyó conveniente realizar un estudio de inversión de diez años de vida útil.

El costo unitario de producción es de \$1,11 dólares; el margen de utilidad será de 125%; siendo su precio de venta al público de \$2,50 dólares, dicho precio será competitivo en el mercado. El complejo recreacional al utilizar el 37,38% de su capacidad instalada y generando un ingreso por ventas de 44.860,88 dólares, durante el primer año; se cubrirán los costos y no tendrá perdida.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de \$ 206.317,44 Dólares por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.



Para el presente proyecto la TIR es de 20,50%, siendo este valor satisfactorio para realizar el mismo

El tiempo que se requiere para recuperar la inversión original sería de 7 años, 1 mes y 11 días.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto: el incremento del 33,26% en los costos, no afectan la rentabilidad del proyecto; como también la disminución del 17,72% en los ingresos, no afecta la misma.



b.2. SUMMARY IN ENGLISH

The present investigative work was developed in the canton Catamayo, assuming as objective the presentation of a proposal for "The Implementation Of A Center Recreacional In The Denominated Sector Victor Manuel Palacio Ullauri Of the Canton Catamayo County Of Loja"

In the introduction we present a brief analysis of the why it is wanted to implant this project. In the used methodology the techniques of gathering of information and the investigation methods are presented that helped to present the results of this work.

In the market study the method of simple lineal regression, the same one was applied that helped us to project the population for the year 2011 and this way to be able to apply the formula of the size of the sample; for this way to carry out the surveys and to determine the market study; having like unsatisfied demand 480.849 in the first year.

In the engineering of the project the process of the clients' entrance is presented toward the tourist center. The center recreacional has the lodging capacity for 141.4531 visits annual; the used capacity will be of 113.162 annual visits, with a percentage of 80%, of the installed capacity; their localization will be in the canton Catamayo in an ecological reservation next to the rivers of the river Fresh anchovy that consists of 3.70 hectares. A plane of the physical distribution of the plant is attached, where he/she is the localization of all the services.



For the implementation of the present project a capital of \$322.612,81 is required. The project will be implemented by the Decentralized Autonomous Government of the canton Catamayo; the same one who financed this project jointly with the Bank of the State. It is worth to emphasize that the entity inspector contributed with 20% of the amount total of the project, it is for it that the Bank of the State contributes with 80% of the same one; considering that the amount contributed by this financial institution, it won't be reimbursable. In view that the project requires of an amount high it felt convenient to carry out a study of ten year-old investment.

The unitary cost of production is of \$1,11 dollars; the margin of utility will be of 125%; being its sale price to the public of \$2,50 dollars, this price will be competitive in the market. The complex recreacional when using 37,38% of their installed capacity and generating an entrance for sales of 44.860,88 dollars, during the first year; they will cover the costs and he/she won't have lost.

The financial evaluation presents the following results: According to the VAN of the present project he/she gives us a positive value of \$206.317,44 Dollars therefore the decision of investing in the project is convenient since the Decentralized Autonomous Government of the canton Catamayo will have benefits when concluding the useful life of the project.

For the present project the TIR is of 20,50%, being this satisfactory value to carry out the same one



The time that is required to recover the original investment would be of 7 years, 1 month and 11 days.

For the present project, the values of sensibility are smaller than 1, therefore: the increment of 33,26% in the costs, they don't affect the profitability of the project; as well as the decrease of 17,72% in the revenues, doesn't affect the same one.

c. INTRODUCCIÓN



c. INTRODUCCIÓN

La mayoría de las empresas tanto productoras como comercializadoras y de servicio no son implementadas de forma adecuada, puesto que no aplican los procesos necesarios para lograr el éxito deseado como son: el estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero, estructura administrativa y la legalización, los mismos que brindan y cubren todas las necesidades de la empresa, buscando mejoras en los productos y en la prestación de los servicios.

Con el presente trabajo se pretende contribuir, al mejoramiento de las condiciones socio económicas, culturales y ecológicas del cantón Catamayo, a través de la formación de proyectos, en base a las normas vigentes establecidas por la Universidad Nacional de Loja, el Área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, líneas de acción de proyectos empresariales capaces de adaptarse a las nuevas exigencias, retos y avances sociales, tecnológicos de la sociedad actual; que permita optimizar los recursos humanos, impulsar procesos productivos modernos, promover inversiones, alcanzar competitividad y desarrollo Cantonal.

La importancia del servicio en estudio está encaminado en ofrecer un centro recreacional implementada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo, con el objetivo de brindar a la colectividad en general un servicio de atracción turístico; y de esta manera tratar también de generar



fuentes de empleo a la ciudadanía Catamayense, por este motivo nos hemos visto en la necesidad de realizar un estudio de inversión.

Con estos antecedentes el presente proyecto ponemos a consideración del público lector y de las autoridades municipales y académicas ya que gira sobre un tema de gran interés para completar la formación profesional.

Por lo antes expuesto el tema está enfocado a estudio para la implementación de un complejo recreacional en el sector denominado Víctor Manuel palacio Ullauri del cantón Catamayo provincia de Loja, por eso se ha elaborado un proyecto de inversión en donde se analizan en forma minuciosa cada una de las diferentes fases del mismo como son:

Estudio de Mercado donde se procedió a la recolección de información mediante la aplicación de encuestas a la población del Cantón Catamayo y a los turistas, para luego ser tabulada, procesada e interpretada y poder así presentar los resultados. Mismos que permitió determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha del servicio; así como también establecer el plan de comercialización de esta entidad.

Así mismo se determinó el tipo de servicio que la empresa está en condiciones de ofrecer como es: Área de restaurant y Bares de comida rápida y bebidas; Salón para eventos sociales y culturales; Bar/ discoteca; Servicio de cabañas; Área deportiva y recreacionales; Servicio de piscinas y toboganes; Servicio de sauna turco e hidromasaje; Área de parqueadero



Luego se estableció la infraestructura física, mediante el Estudio Técnico así mismo también la Ingeniería del Proyecto, que permitió determinar el tipo de equipos y maquinaria que se deberá utilizar para el proceso de comercialización del servicio.

En el Estudio Financiero se tomó como base el Estudio de Mercado y Técnico lo que nos permitió determinar las necesidades, valiéndose de instrumentos como el Presupuesto para cuantificar el monto que se requiere para la inversión y con ello determinar las fuentes de obtención de capital. Dentro de la Evaluación Financiera está basada en indicadores económicos importantes como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio-Costo y al Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Una vez que se ha cumplido con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se llegó a determinar las conclusiones, recomendaciones, de acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la investigación; y la bibliografía se recopiló de distintos fuentes de información como libros, revistas e Internet; finalmente se hace constar algunos anexos que nos sirvieron de soporte para nuestra investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA



d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. CONCEPTO DE TURISMO

Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal permanente o temporal.

d.1.2. MEDIO AMBIENTE.

El medio ambiente constituye el conjunto de factores, elementos, procesos y relaciones naturales, sociales y culturales que componen y sostienen el desarrollo y reproducción de la vida.

d.2. EL SECTOR TURÍSTICO

PRODUCTOS TURÍSTICOS¹

El sector turístico ofrece productos, servicios más derechos de uso a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas.

¹www.google.com.ec



TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

Turismo de masas.²

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Turismo natural

Parques temáticos: basado en atracciones turísticas de temas concretos.

Se caracteriza por la participación activa del visitante.

Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

² www.turismo.com



Rural: el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

Agro ecoturismo: es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.

Turismo activo

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

Ictioturismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.

Deportivo: la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.



Aventura: aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel)

Termal o de salud: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.

Médico: está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.

Turismo Social: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

Turismo de negocios³

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.

Negocios: utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciales y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy

³www.turismo.com



importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con unas necesidades de infraestructuras muy concretas como la conexión a internet.

Reuniones y Congresos: muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.

Convenciones: suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.

Incentivo: vinculado a viajes de negocios. Mientras que éste último es de trabajo, el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.

Turismo científico.

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.⁴

Busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico.

⁴www.turismo.com



d.1.3. ATRACTIVO TURÍSTICO.

Es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

Algunos ejemplos de atractivos turísticos son:

- Lugares históricos.
- Monumentos.
- Zoológicos.
- Museos.
- Galerías de arte.
- Jardines botánicos.
- Construcciones y estructuras (castillos, bibliotecas, antiguas prisiones, rascacielos, puentes, entre otros).
- Parques nacionales y bosques.
- Parques temáticos.
- Comunidades de diferentes etnias.
- Trenes históricos.
- Eventos culturales.



d.1.4. SERVICIOS TURÍSTICOS.⁵

Organización adecuada y personal especializada destinada a satisfacer necesidades y deseos del turista.

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

Servicio de alojamiento: cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de alimentación: cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

Servicio de intermediación: es la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.

Servicio de información: cuando se facilite la información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de guía: servicios prestados por guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural.

⁵ www.google.com



d.1.5. INFORMACIÓN TURÍSTICA

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, video tex, etc. La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

Guía de turismo.- Persona facultada legalmente para acompañar, dirigir, orientar e informar al turista a lo largo de los itinerarios.

Guía turística.- Fascículo, libro u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial suministrar información histórica, artística y de servicios de un lugar al turista.⁶

d.1.6. EMPRESAS TURÍSTICAS.⁷

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

⁶Informacionturistica.com.ec

⁷www.google.com



Hotelerías⁸

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren.

Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

Hoteles: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.

Pensiones: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles. Se clasifican en 1,2 y 3 estrellas.

Otros establecimientos destinados al alojamiento turístico son:

⁸ www.empresaturisticas.com.ec



Apartamentos turísticos: son bloques de apartamentos, casas, bungalós y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.

Ciudades de vacaciones: son que debido a su situación física, instalaciones y servicios, permiten al usuario la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza y la práctica del deporte en espacios abiertos, facilitándole hospedaje mediante contraprestación económica. Se clasifican en 1, 2 y 3 estrellas.

Restauración.

Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio comidas y bebidas para su consumición dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.

Los establecimientos de restauración se dividen en dos tipos:

Alimentación comercial: es aquella cuya clientela no es cautiva encontrándose alternativas a su disposición. Éstas se dividen a su vez en:

Tradicional: relacionadas con las tradiciones y costumbres gastronómicas de la zona (marisquerías, pulperías, parrilladas, raxerías, arrocerías, jamonerías, bares de tapas, cervecerías, sidrerías). También un chino y una



pizzería se consideran también tradicionales en cuanto al modo de gestionarlo.

Neo-alimentación: establecimientos de restauración que responden a innovaciones culinarias (cocina de autor) y medios de gestión novedosos. (Mc. Donald, máquinas de vending).

Alimentación social: es aquella cuya clientela, por su condición de colectividad, es cautiva, o que en su mayoría lo acaban siendo (grandes superficies comerciales, autopistas, estaciones de tren, de servicio, aeropuertos, los colegios). Se caracteriza porque reduce el precio a costa de disminuir la oferta. Este tipo de restauración cubre los costes fijos con una clientela habitual.

Agencias de turismo.⁹

Empresas organizadas como sociedades de comercio que se dedican al negocio de viajes y promoción turística, a su vez sirven de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos.

Centro vacacional.

Instalaciones que constituyen un conjunto autónomo de turismo colectivo. Dispone de locales y servicios comunes para la alimentación, práctica de deportes y diversiones.

⁹**SÁNCHEZ GUZMÁN:** Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales.



Centro turístico.

Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda

Complejo turístico.

Zona privilegiada de reconocimiento Turístico Internacional, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

d.1.7. MARKETING TURÍSTICO.

Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

Promoción turística.- Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

Calendario turístico.- Publicación que contiene en orden cronológico los acontecimientos de interés turístico de un país, una región, una localidad, dentro de un espacio de tiempo determinado.



d.1.7.1. DEMANDA TURÍSTICA.¹⁰

Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tasas de cambio, en el turismo internacional.

d.1.7.2. OFERTA TURÍSTICA.

Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio, Industria y Propaganda). En estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

d.1.7.3. PLANIFICACION TURÍSTICA.

Determinación anticipada de los sucesos turísticos por medio de la disposición de ideas y acciones, encaminadas a lograr en forma concatenada metas señaladas de antemano dentro de un proceso racional y coherente.

d.1.7.4. PATRIMONIO TURÍSTICO

Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.

¹⁰ SÁNCHEZ GUZMÁN: Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales.

e. MATERIALES Y MÉTODOS



e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1. METODOLOGÍA

En el proceso metodológico del presente proyecto señalamos la aplicación de los siguientes métodos y técnicas que fueron utilizados, los mismos que se exponen a continuación:

e.1.1. MÉTODOS:

MÉTODO CIENTÍFICO: Ayudó en el desarrollo de este proyecto ya que se trata de una investigación académica en donde es necesario llegar al conocimiento real de los hechos del objeto de estudio; el cual sirvió para recolectar toda la información necesaria para la elaboración del marco teórico, el mismo que permitió sustentar el presente proyecto de investigación.

MÉTODO INDUCTIVO: Es un proceso analítico- sintético mediante el cual parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley en general que lo rige.

Este método permitió investigar y obtener información de lo general a lo particular donde se estableció comparaciones de las ventajas con las que cuentan las grandes empresas con relación a micro - empresas ya sea de forma social, económica y productiva.



MÉTODO DEDUCTIVO.-Tiene dos fases: en la primera, ayudó a la elaboración de las matrices mediante la investigación de campo, a fundamentar hechos concretos que se desprendieron de la observación, entrevista y las encuestas, sobre las cuales se procedió a realizar tabulaciones y de éstas últimas poder sacar las conclusiones. En la segunda fase valiéndose de las inferencias alcanzadas, se buscó el fortalecimiento del nivel de conocimiento y de la solución concreta del problema a través de la propuesta alternativa.

e.1.2. TÉCNICAS:

Dentro de este proceso se utilizó técnicas las mismas que permitieron conducir con orden lógico las ideas, criterios y pensamientos a la hora de recolectar información acerca de las necesidades que posee la sociedad con respecto al tema de estudio.

Las técnicas a emplearse son:

OBSERVACIÓN: Permitió observar hechos y fenómenos con el propósito de obtener información objetiva, enfocada netamente en determinar el desenvolvimiento del problema dentro de la localidad.

ENTREVISTA: Se utilizó para la obtención de datos básicos a través de un dialogo con los diferentes gerentes-propietarios que brindan igual o similar servicio a lo que tienen que ver con los Complejos



Recreacionales como son: Eliseo Arias Carrión, Boquerón, Aguamania, Los Almendros, Las Buganvillas y Los Ciruelos.

ENCUESTA: Herramienta de extrema utilidad en el proyecto que fue aplicada al sector urbano del cantón Catamayo, a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el mismo, donde se pudo recopilar información para la obtención de resultados claros y precisos de acuerdo al tema planteado.

e.1.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población del Cantón Catamayo, se obtuvo la información por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el margen de error a utilizarse es del 5% que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos.

Los datos obtenidos del INEC son resultados del último Censo realizado en el año 2001, a estos datos los proyectaremos para 10 años con la tasa de crecimiento del 1,70% para actualizar la información acorde al año 2011.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

DATOS:

P = Utilizamos la población del año 2001 (27000)

I = 1.70% Anual

Dx = ?

Dx = 27000

Dx = 27459



Cuadro Nro. 1 PROYECCIÓN POBLACIONAL DEL CANTÓN CATAMAYO

PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DEL CANTON CATAMAYO								
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	CATAMAYO (LA TOMA)	SAN JOSÉ	EL TAMBO	GUAYQUI CHUMA	SAN PEDRO LA BENDITA	ZAMBÍ	TOTAL
2001	1,70%	17140	2204	5023	422	1424	787	27000
2002	1,70%	17431	2241	5108	429	1448	800	27459
2003	1,70%	17728	2280	5195	436	1473	814	27926
2004	1,70%	18029	2318	5284	444	1498	828	28401
2005	1,70%	18336	2358	5373	451	1523	842	28883
2006	1,70%	18647	2398	5465	459	1549	856	29374
2007	1,70%	18964	2439	5558	467	1576	871	29874
2008	1,70%	19287	2480	5652	475	1602	886	30382
2009	1,70%	19615	2522	5748	483	1630	901	30898
2010	1,70%	19948	2565	5846	491	1657	916	31423
2011	1,70%	20287	2609	5945	499	1685	932	31958

Fuente: INEC

Elaboración: Las autoras.

En la realización del proyecto se tomó la población del cantón Catamayo que es de 31958 habitantes para el año 2011 y la segmentación por familias considerando a los 4 integrantes, dando un total de 7990.

NUMERO DE FAMILIAS A ENCUESTAR

Familias = 31985 habitantes/4 miembros que conforman una familia

Familias = 7990

NUMERO DE ENCUESTAS A APLICAR

FORMULA:

En donde tenemos:

N = Tamaño de la muestra

P= población por familias



e = Error de estimación

1 = Desviación

Estratificación de la muestra

Luego de haber obtenido el total de encuestas a aplicarse en el presente estudio, se procedió a determinar la distribución entre los sectores de las diferentes parroquias, datos que fueron tomados en cuenta según la población urbana y rural de las mismas: Catamayo (La Toma), San José, El Tambo, Guayquichuma, San Pedro de la Bendita, Zambí distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro Nro. 2

NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR AL CANTÓN CATAMAYO

PARROQUIAS	POBLACIÓN POR HABITANTES	POBLACIÓN POR FAMILIA	Nro. DE ENCUESTAS A APLICAR
Catamayo (La Toma)	20287	5072	242
San José	2609	652	31
El Tambo	5945	1486	71
Guayquichuma	499	125	6
San Pedro la Bendita	1685	421	20
Zambí	932	233	11
TOTAL	31957	7989	381

Fuente: INEC

Elaboración: Las autoras.



Cuadro Nro. 3

NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

TURISTAS EXTRANJEROS		TURISTAS NACIONALES	
PAIS		PROVINCIA	
Colombia	5	Esmeraldas	7
Perú	5	Machala	27
EE.UU	3	Zamora	19
TOTAL	13	Guayas	23
		Santo Domingo	9
		Quito	26
		Cuenca	25
		SUBTOTAL	136
		CANTONES	
		Loja	
		Cariamanga	101
		Catacocha	11
		Gonzanama	3
		Chaguarpamba	2
		Olmedo	4
		Macara	1
		Zapotillo	8
		Célica	7
		Pindal	4
		Alamor	9
		SUBTOTAL	151
TOTAL DE TURISTAS EXTRANJEROS		NACIONALES Y	300

Fuente: INEC

Elaboración: Las autoras.

Cabe indicar que para obtener los datos de la encuesta para turistas nacionales y extranjeros se realizó la investigación de campo en el Aeropuerto Camilo Ponce Enrique del Cantón Catamayo donde se obtuvo la información acertada por el departamento de Turismo y para obtener datos más reales realizamos la técnica de la observación en las diferentes Cooperativas de transporte, es decir que se procedió al levantamiento de dicha información en el lugar de implementación del centro recreacional (cantón Catamayo) donde mediante la aplicación de entrevistas a turistas



claves y observaciones directas en diferentes horas y días de la semana. De lo cual se extrajo una muestra representativa de 300 turistas para ser analizados como se demuestra en el cuadro Nro. 3.

Una vez recopilada la información a través de los diferentes instrumentos de información se realizó la tabulación, para luego presentarla en cuadros y gráficos estadísticos, los mismos que dieron una visión para efectuar el análisis e interpretación de los resultados y de esta forma llegar a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

e.1.4 MATERIALES.

Dentro de los recursos y materiales que se utilizan en el presente trabajo investigativo tenemos:

RECURSOS HUMANO

El recurso humano de nuestro proyecto es integrado por:

- Jiménez Toapanta Mayra Alejandra.
- Villafuerte Álvarez Jenny Alexandra.
- Director de Tesis: Milton René Prieto Naula.
- Gerentes-Propietarios de los Complejos Recreacionales
- Personal Administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo.
- Los Usuarios.



e.1.4.RECURSOS MATERIALES

Entre los principales tenemos:

EQUIPOS TECNOLÓGICOS

Computadora

MATERIALES DE OFICINA

Papel para impresora A4

Esferográficos

Perfiles

Cartuchos de tinta

Flash Memory; entre otros.

EQUIPOS DE OFICINA

Impresora

Grabadora

Calculadora; entre otros.

f. RESULTADOS



f. RESULTADOS

Para realizar el Estudio de mercado en el presente proyecto de tesis se utilizó la encuesta, herramienta aplicada al sector urbano del cantón Catamayo y Turistas extranjeros y nacionales, que permitió recopilar información para la obtención de resultados claros y precisos de acuerdo al tema planteado.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población del mercado del Cantón Catamayo, se utilizó la información suministrada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el margen de error a utilizarse es del **5%** que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos, a estos datos los proyectaremos para **10 años** con la tasa de crecimiento del **1,70%** para actualizar la información acorde al año **2011**.

f.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN CATAMAYO.

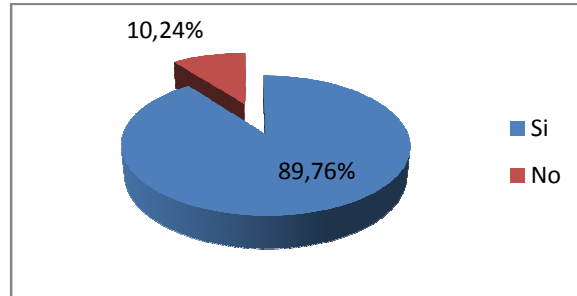
1. ¿Trabajan en su hogar?

Cuadro Nro. 4

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	89,76%	342
No	10,24%	39
TOTAL	100%	381

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

En el presente cuadro se indica que de 381 encuestadas aplicadas que corresponde al 100%, 342 personas que representa el 89,76% manifestaron que si trabajan puesto que cuentan con ingresos en su hogar, y 39 encuestados que constituye el 10,24% no trabajan ya que no han encontrado fuentes de empleo debido a la falta de empresas generadoras de trabajo.

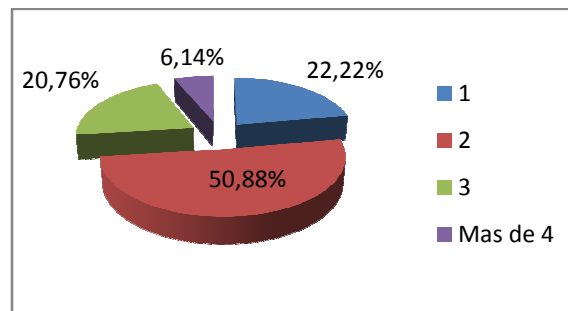
2. ¿Cuántas personas trabajan en su familia?

Cuadro Nro. 5

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
1	22,22%	76
2	50,88%	174
3	20,76%	71
Más de 4	6,14%	21
TOTAL	100%	342

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De las 342 familias encuestadas que manifestaron que si trabajan, 76 familias que representa el 22,22 % manifiestan que 1 sola persona trabaja en su hogar, puesto que es el sustento de su familia; 174 que constituye el 50,88% indican que en su hogar trabajan 2 personas ya que les permite obtener más ingresos, 71 encuestados que simboliza el 20,76% trabajan 3 personas mejorando así su calidad de vida; de 21 encuestados que representa el 6,14% indicaron que en su hogar trabajan más de 4 personas el mismo que les permite un mayor crecimiento económico.

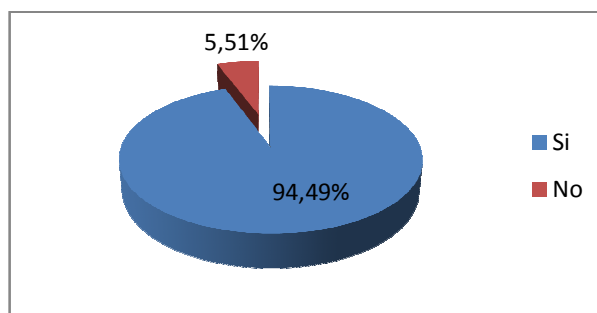
3. ¿Ha visitado su familia centros o lugares turísticos?

Cuadro Nro. 6

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	94,49%	360
No	5,51%	21
TOTAL	100%	381

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

De las 381 encuestas aplicadas, que representan el 100%, 360 personas que corresponden el 94,49% responden que sí, ya que les permite divertirse y



compartir con la familia; mientras que 21 familias que constituye el 5,51% contestan que no, porque no les gusta y no disponen de tiempo.

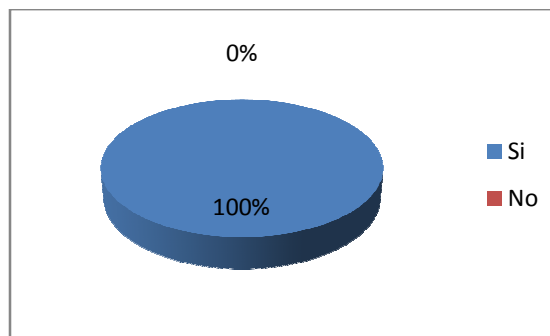
4. ¿Su familia ha visitado los lugares recreacionales de su cantón?

Cuadro Nro. 7

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	100%	360
No	0%	0
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

De las 360 familias encuestadas que equivalen al 100%, todas ellas manifestaron que visitan lugares recreacionales del cantón porque les permite compartir momentos agradables con la familia.



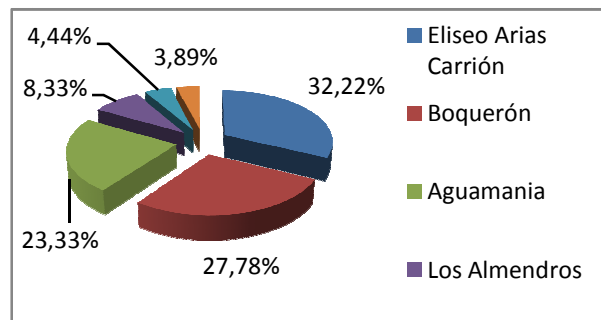
5. ¿Qué centros turísticos del Cantón Catamayo ha visitado con mayor frecuencia su familia?

Cuadro Nro. 8

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Eliseo Arias Carrión	32,22%	116
Boquerón	27,78%	100
Aguamania	23,33%	84
Los Almendros	8,33%	30
Las Buganbillas	4,44%	16
Los Ciruelos	3,89%	14
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

En lo que se refiere al presente cuadro, de 360 familias encuestadas que corresponde al 100% los mismos que han señalado varios lugares y centros turísticos de la localidad que han visitado; se puede deducir lo siguiente: 116 encuestados que equivale al 32,22% manifiestan que han visitado el Centro Turístico Eliseo Arias Carrión, como se puede observar que este centro turístico es el más concurrido por las familias del Cantón Catamayo ya sea por la variedad de servicios que ofrece y por el bajo costo; 100 familias que



representa el 27,78% señalan el Boquerón, por su atractivo río, 84 familias encuestadas que constituye el 23,33% indican Aguamania, este centro ofrece diversos servicios pero su costo es elevado; 30 personas encuestadas que corresponde al 8,33% responden los Almendros, este lugar se caracteriza por prestar servicio de hotelería; 16 que representa el 4,44% contestan Las Buganvillas, y por último 14 encuestados que equivale al 3,89% indican los Ciruelos, estos lugares tienen un menor porcentaje de visitas por que no cuentan con la comodidad apropiada.

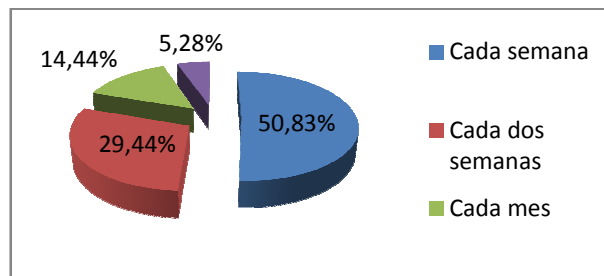
6. ¿Con que frecuencia aproximadamente su familia visita al año los lugares turísticos del Cantón Catamayo?

Cuadro Nro. 9

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Cada semana	50,83%	183
Cada dos semanas	29,44%	106
Cada mes	14,44%	52
Cada año	5,28%	19
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

En el presente cuadro podemos indicar que de 360 encuestas realizadas que equivalen al 100%, 183 familias que corresponde al 35,43% manifestaron que concurren a los Centros Turísticos Semanalmente, porque les gusta distraerse y hacer deporte, 106 encuestados que representa el 24,93% señalan cada dos semanas, por compartir con la familia momentos agradables y por diversión, 52 personas que constituye el 23,10% indican Mensual por divertirse ya que no disponen de tiempo y 19 encuestados que corresponde al 16,54% contestaron que lo realizan anualmente, por temporadas de Carnaval.

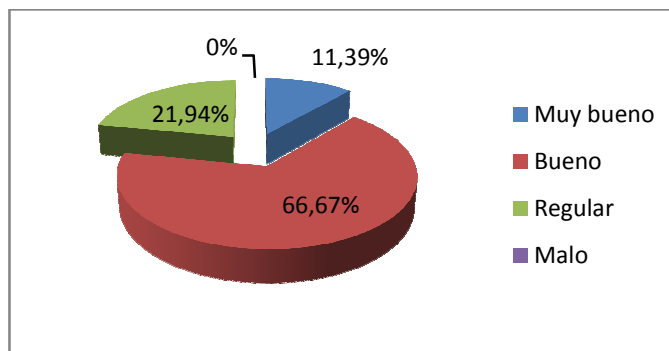
7. ¿Cómo considera su familia la calidad de los centros recreacionales turísticos que han visitado?

Cuadro Nro. 10

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Muy bueno	11,39%	41
Bueno	66,67%	240
Regular	21,94%	79
Malo	0,00%	0
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

En las encuestas aplicadas debemos indicar que de 360 encuestados que representa el 100%, 41 familias que corresponde al 11,39%, nos manifiestan que la calidad de los Centros Recreacionales es Muy Buena ya que han disfrutado su estadía, 240 encuestados que equivale al 66,67%, nos señalan que es Buena, porque no cuentan con los servicios necesarios que el usuario requiere, 79 personas que representa el 21,94% nos indican que la calidad es Regular por que no le dan el debido mantenimiento y algunos juegos recreativos están deteriorados, sin olvidarnos que esto es según el centro que se visite.

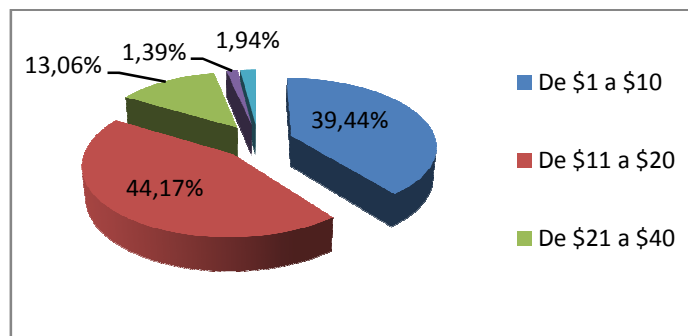
8. ¿Qué cantidad de dinero ha invertido su familia al hacer uso de los centros recreacionales y turísticos en el Cantón Catamayo?

Cuadro Nro. 11

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
De \$1 a \$10	39,44%	142
De \$11 a \$20	44,17%	159
De \$21 a \$40	13,06%	47
De \$41 a \$60	1,39%	5
De \$61 en adelante	1,94%	7
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

Del total de las encuestas realizadas a las familias del Cantón Catamayo podemos determinar lo siguiente: que 142 personas que equivale al 39,44% han invertido de 1 a 10\$ al hacer uso de los Centros Recreacionales y Turísticos, 159 que corresponde al 44,17% han invertido de 11 a 20\$, 47 personas que representa el 13,06% han invertido de 21 a 40\$, 5 familias que representa el 1,39% invierten de 41 a 60 y por ultimo 7 encuestados que constituye el 1,94% han invertido de 61 en adelante, por lo que se puede deducir que las familias encuestadas si destinan una cantidad de dinero para el turismo y recreación.

9. ¿Qué precio paga su familia por cada integrante por el servicio de Entrada al local, Hospedaje, Alimentación y Recreación en los lugares turísticos es?

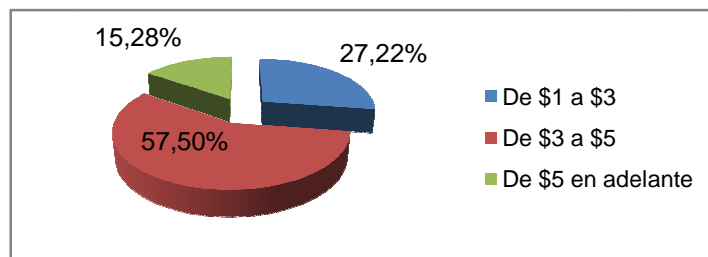
Cuadro Nro. 12

ENTRADA AL LOCAL

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
De \$1 a \$3	27,22%	98
De \$3 a \$5	57,50%	207
De \$5 en adelante	15,28%	55
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De las 360 Encuestas aplicadas a las Familias del Cantón Catamayo que constituye el 100%, 98 personas que representa el 27,22% manifiestan que el precio que pagan al entrar al local es de 1 a 3\$, 207 encuestados que corresponde el 57,50% nos señalan que pagan de 3 a 5\$, 55 personas que equivale al 15,28% nos responden que pagan de 5 en sin olvidar que la entrada al local varia según el Centro Turístico que visite.

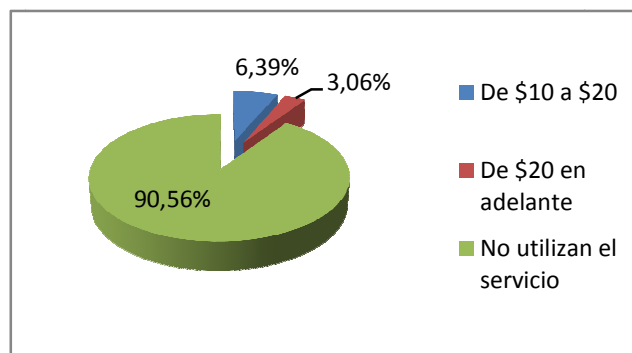
Cuadro Nro. 13

HOSPEDAJE

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
De \$10 a \$20	6,39%	23
De \$20 en adelante	3,06%	11
No utilizan el servicio	90,56%	326
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

Del 100% de encuestas realizadas a la familias del Cantón Catamayo, 23 familias que representa el 6,39% nos señalan que pagan por el servicio de



hospedaje de 10 a 20\$, 11 encuestados que constituye el 3,06% pagan de 20 en adelante, mientras que 326 familias que equivale al 90,56% nos indican que no utilizan el servicio de hospedaje, puesto que solo van a distraerse unas pocas horas.

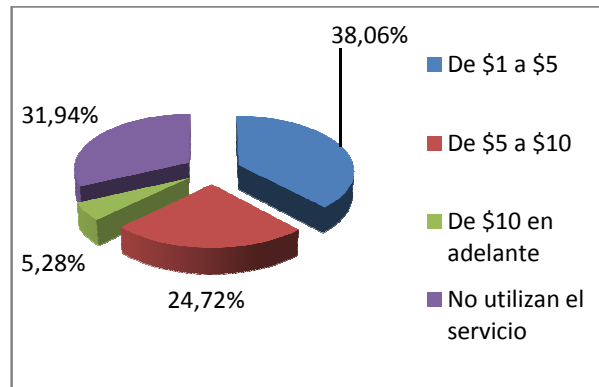
Cuadro Nro. 14

ALIMENTACION

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
De \$1 a \$5	38,06%	137
De \$5 a \$10	24,72%	89
De \$10 en adelante	5,28%	19
No utilizan el servicio	31,94%	115
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

En cuanto a la alimentación 137 familias que corresponde al 38,06% nos manifestaron que gastan de 1 a 5\$, seguido tenemos 89 encuestados equivalente al 24,72% indicaron que invierten de 5 a 10\$, 19 familias que representa el 5,28% señalan que en la alimentación consumen de 10 en



adelante, y por ultimo 115 familias que equivale al 31,94% no hacen uso de este servicio.

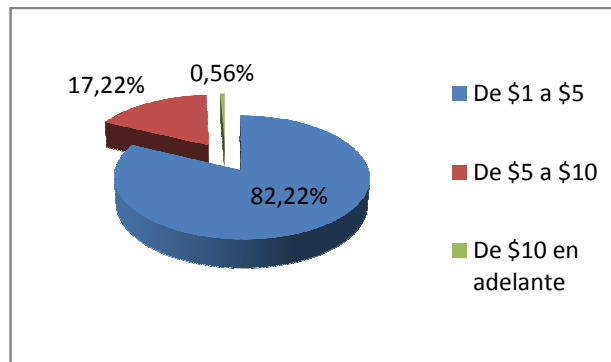
Cuadro Nro. 15

RECREACION

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
De \$1 a \$5	82,22%	296
De \$5 a \$10	17,22%	62
De \$10 en adelante	0,56%	2
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

Al referirse a la recreacion nos afirmaron 296 familias que equivale al 82,22% que para su recreacion cancelan de 1 a 5\$, 62 personas que representa el 17,22% pagan de 5 a 10, mientras que 2 familias que corresponde al 0,56% invierten de 10 en adelante. Cabe indicar que el valor de la recreacion en algunos Centros Turisticos ya va incluido la entrada.



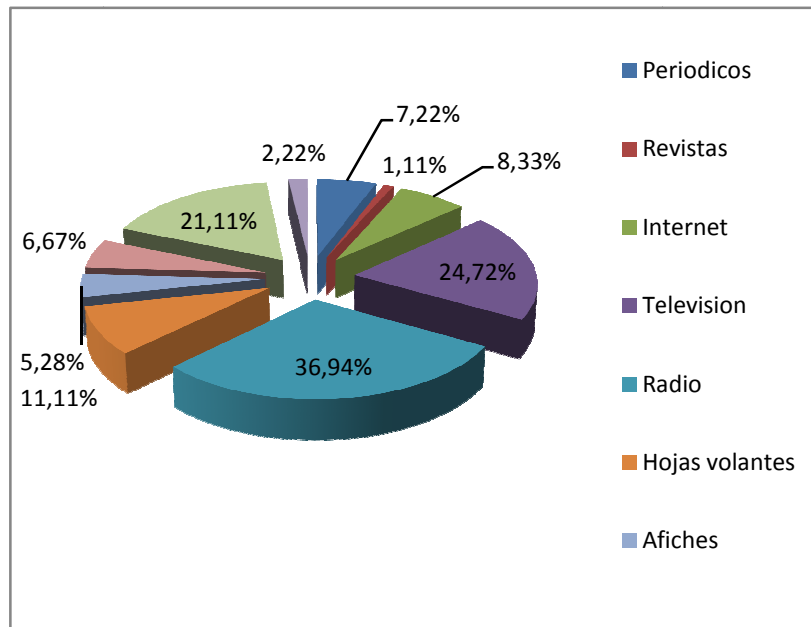
10. ¿Por qué medios de comunicación su familia se enteró de los lugares de recreación y centros turísticos existentes en el Cantón Catamayo

Cuadro Nro. 16

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Periódicos	7,22%	26
Revistas	1,11%	4
Internet	8,33%	30
Televisión	24,72%	89
Radio	36,94%	133
Hojas volantes	11,11%	40
Afiches	5,28%	19
Tarjetas de presentación	6,67%	24
Amigos	21,11%	76
Otros	2,22%	8

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De las 360 familias encuestadas 26 personas manifestaron que se enteraron de estos centros turísticos por medio de periódico, 4 encuestados que representa el 1,11% indican a través de revistas , 30 personas que corresponden el 8,33% por medio del internet, 89 que equivale al 24,72% por medio de la televisión, 133 que representa el 36,94% por medio de la radio y por hojas volantes nos indican 40 personas que corresponden al 11,11%, 19 encuestados que representan el 5,29% a través de afiches, 24 de las personas encuestadas que simbolizan el 6,67% por medio de tarjetas de presentación 76 que representan el 21,11% se enteraron de este lugar por medio de los amigos y 8 personas que corresponden el 2,22% se enteran por medio de otras circunstancias.

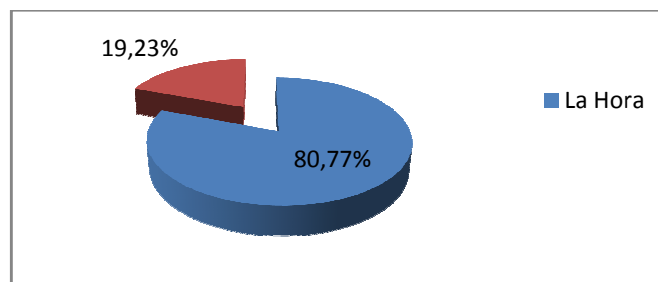
Cuadro Nro. 17

PERIODICOS

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
La Hora	80,77%	21
Centinela	19,23%	5
TOTAL	100%	26

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De las 26 familias encuestadas que se enteraron de la existencia de estos Centros turísticos por medio de la prensa escrita, 21 encuestados que equivale al 80,77% manifiestan que lo hicieron por el periódico La Hora y 5 personas que pertenece al 19,23% indicaron que por el Centinela siendo estos dos periódicos una fuente de información necesaria para las familias del Cantón Catamayo.

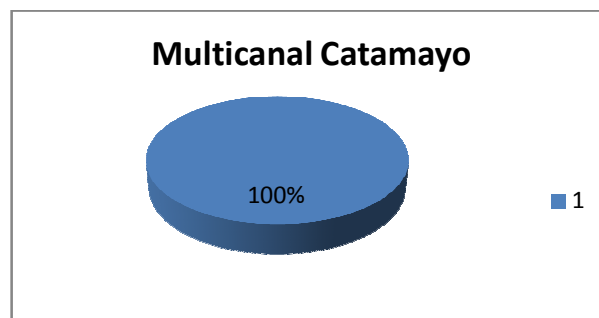
Cuadro Nro. 18

TELEVISION

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Multicanal Catamayo	100,00%	89
TOTAL	100%	89

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

De las 89 familias encuestadas que conocieron de la existencia de los Centros turísticos mencionados anteriormente por medio televisivo, el 100% de encuestados indican que lo hicieron por medio de Multicanal Catamayo.



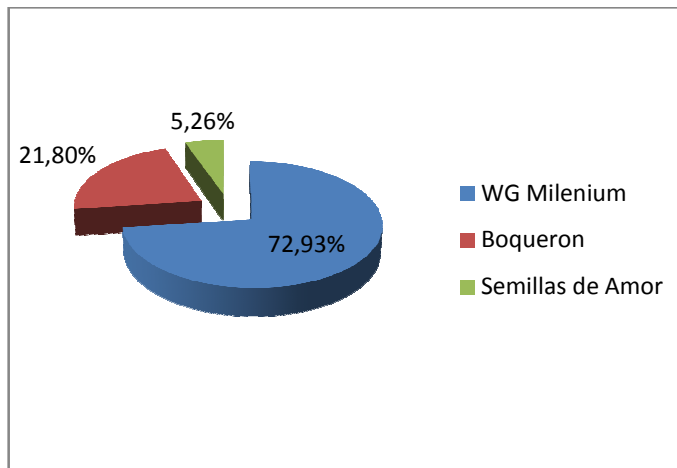
Cuadro Nro. 19

RADIO

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
WG Milenio	72,93%	97
Boquerón	21,80%	29
Semillas de Amor	5,26%	7
TOTAL	100%	133

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

De las 133 familias encuestadas que se enteraron de la existencia de los Centros turísticos del Cantón Catamayo por medio de la Radio, 97 encuestados que corresponde al 72,93% indican que por la WG Milenio, 29 personas que equivale al 21,80% manifiestan que por la radio Boquerón y 7 personas que pertenece al 5,26 lo hicieron por la radio Semillas de amor.



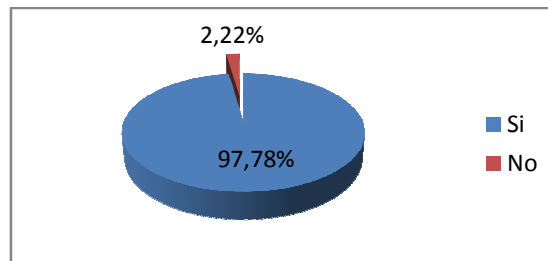
11.¿El Municipio del Cantón Catamayo está empeñado en crear un Complejo Turístico y Recreacional el mismo que estará ubicado en la rivera del Rio Boquerón junto al puente; en el lugar denominado Víctor Manuel Palacio Ullauri, estaría su familia dispuesto a utilizar los servicios?

Cuadro Nro. 20

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	97,78%	352
No	2,22%	8
TOTAL	100%	360

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación.

En lo referente a esta pregunta encontramos que un 97, 78% que corresponde a 352 familias encuestadas sostuvieron que si utilizarían los servicios del Centro Turísticos a implementarse puesto que estaría ubicado en un buen lugar y aprovecharía los recursos existentes en el mismo; mientras que un 2,22% que equivale a 8 personas nos manifestaron que no porque al implementarse dicho Centro Turístico se va a ofrecer varios servicios y de esta manera va a mejorar su infraestructura y por ende se va a



cobrar un valor a cada persona al ingresar y esto a algunas personas no les parece por que dejaría de ser gratuito.

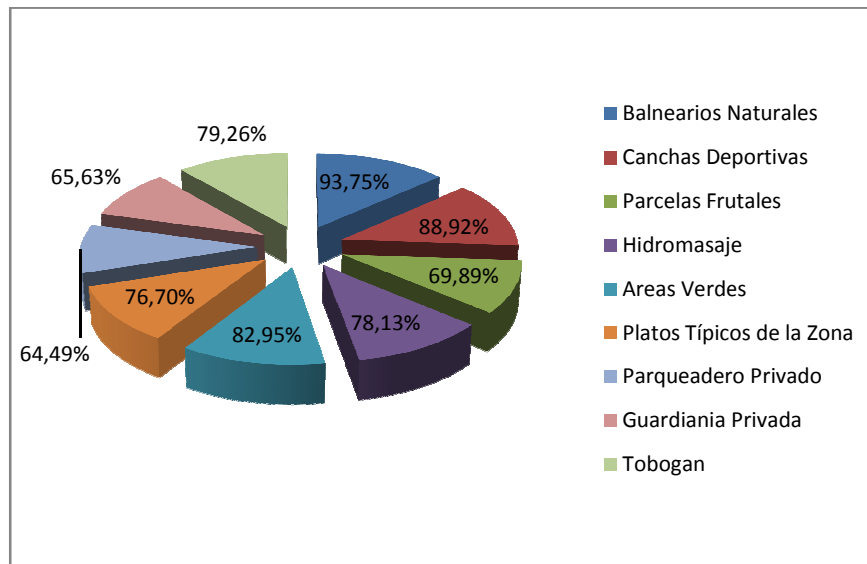
12.¿Qué servicios les gustaría que tenga el centro recreacional turístico a implementarse?

Cuadro Nro. 21

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Balnearios Naturales	93,75%	330
Canchas Deportivas	88,92%	313
Parcelas Frutales	69,89%	246
Hidromasaje	78,13%	275
Áreas Verdes	82,95%	292
Platos Típicos de la Zona	76,70%	270
Parqueadero Privado	64,49%	227
Guardianía Privada	65,63%	231
Tobogán	79,26%	279

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En esta interrogante podemos deducir que 330 personas que equivale al 91,97% le gustaría que el centro a implementarse tuviese Balnearios



Naturales, 313 encuestados que corresponde al 86,94% dicen que canchas deportivas, 246 personas correspondientes al 68,33% desean parcelas frutales, 275 que pertenece al 76,39% quieren hidromasaje, 292 que representa el 81,11% dijeron áreas verdes, 270 encuestados que constituye el 75,00% señalan platos típicos de la zona, , 227 que representa el 63,06% desean parqueadero privado, 231 que equivale al 64,17% indican que desearían guardianía privada, 279 personas que corresponde al 77,50% contestan toboganes, como se puede observar en los cuadros anteriores las familias del Cantón Catamayo manifiestan que desearían que existieran todos estos servicios puesto que sería muy importante para la comodidad y seguridad de los que utilizarían este servicio.

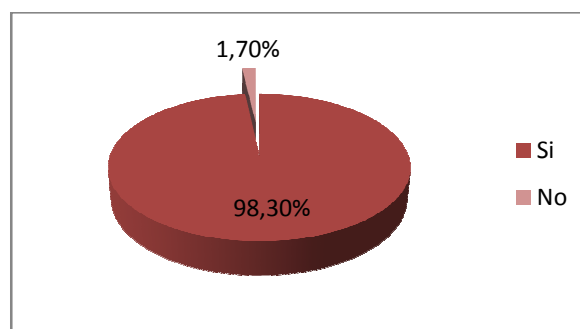
13. ¿Creen que este centro recreacional turístico debería construirse bajo las normas de seguridad y protegiendo al medio ambiente?

Cuadro Nro. 22

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	98,30%	346
No	1,70%	6
TOTAL	100%	352

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De acuerdo a la encuestas aplicadas a las familias del Cantón Catamayo 346 personas que corresponde al 98,30% nos manifiestan que sí están de acuerdo que este centro tendría que construirse bajo las normas de seguridad y protegiendo el medio ambiente porque son factores muy importantes para llevar a cabo el desarrollo de este proyecto, mientras que 6 encuestados que representa el 1,70% indican que no.

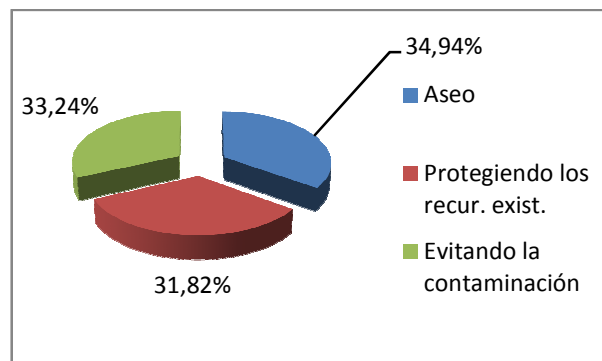
14. ¿Su familia como turista de qué forma ayudarían a cuidar el centro recreacional para preservar el Medio Ambiente?

Cuadro Nro. 23

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Aseo	34,94%	123
Protegiendo los recur. exist.	33,24%	117
Evitando la contaminación	31,82%	112
TOTAL	100%	352

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

En esta última pregunta podemos concebir lo siguiente, del total de encuestas aplicadas a las familias del Cantón Catamayo 123 encuestados que corresponde al 34,94% manifiestan que ayudarían a cuidar este centro y a preservar el medio ambiente por medio del aseo, 117 que representa el 33,24% indican que ayudarían protegiendo los recursos existentes, y por ultimo 122 personas que constituye el 31,82% evitando la contaminación, puesto que son de relevante importancia para que este Centro a Implementarse pueda tener una buena presencia y aceptación por parte del usuario.



f.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS

1. ¿Cuál es su país, provincia, cantón de procedencia?

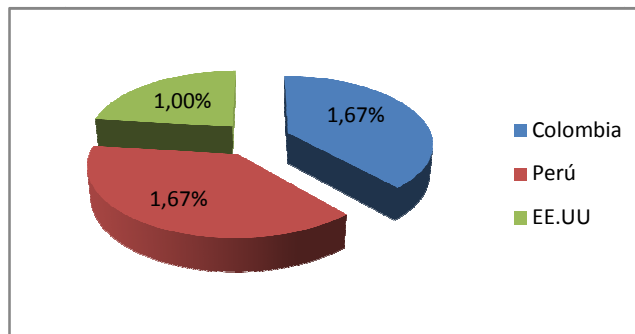
Cuadro Nro. 24

PAÍS

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Colombia	1,67%	5
Perú	1,67%	5
EE.UU	1,00%	3
TOTAL	4,33%	13

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



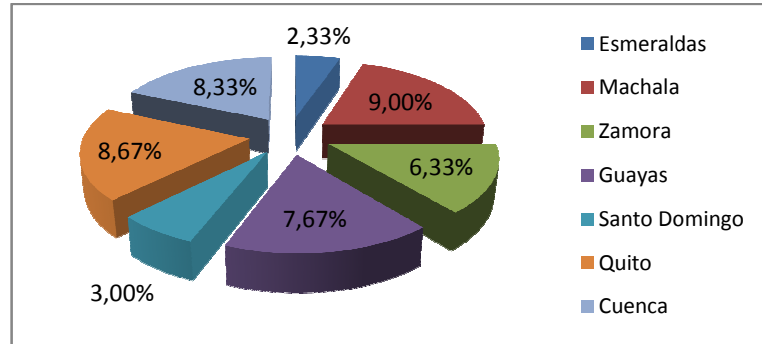
Cuadro Nro. 25

PROVINCIAS NACIONAL

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Esmeraldas	2,33%	7
Machala	9,00%	27
Zamora	6,33%	19
Guayas	7,67%	23
Santo Domingo	3,00%	9
Quito	8,67%	26
Cuenca	8,33%	25
TOTAL	45,33%	136

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras



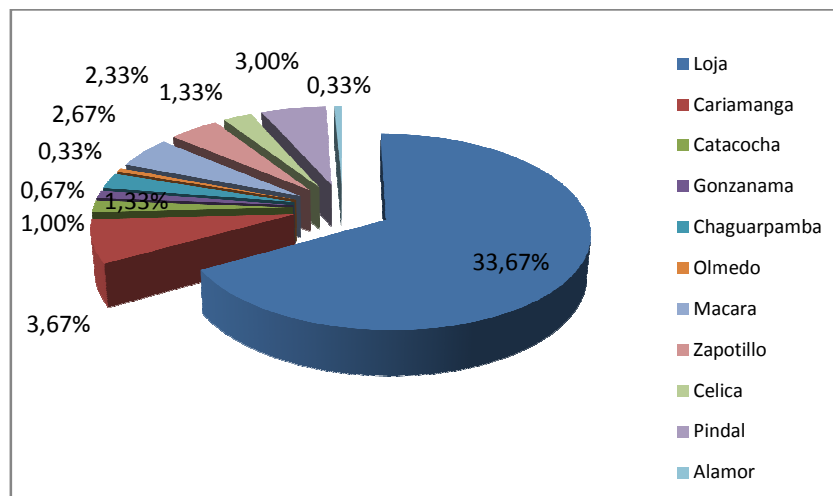
Cuadro Nro. 26

CANTONES DE LA PROVINCIA

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Loja	33,67%	101
Cariamanga	3,67%	11
Catacocha	1,00%	3
Gonzanama	0,67%	2
Chaguarpamba	1,33%	4
Olmedo	0,33%	1
Macara	2,67%	8
Zapotillo	2,33%	7
Célica	1,33%	4
Pindal	3,00%	9
Alamor	0,33%	1
TOTAL	50,34	151

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación.

De acuerdo a este cuadro debemos manifestar que de 300 turistas encuestados; un 13 representa el 4,34%, que son extranjeros provenientes de EE.UU Colombia, Perú; puesto que estos dos últimos son países cercanos nuestro país, 151 encuestados representa el 50,33% siendo de las diferentes provincias del país; 136 representan el 45,33% del cantón de Loja debido a la cercanía con este cantón. Es decir; la mayoría provienen de la provincia, de los diferentes cantones de la provincia de Loja y en menor porcentaje provienen del exterior.

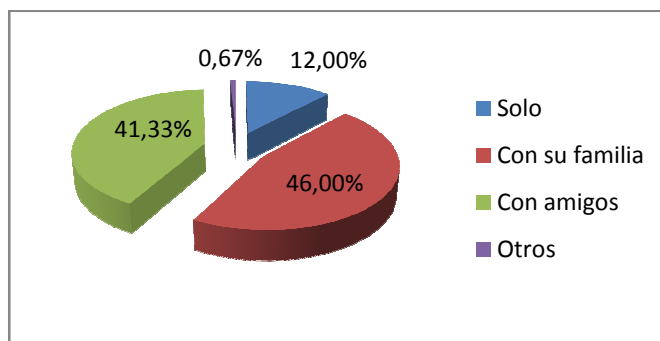
2. ¿Al visitar el cantón Catamayo (Loja) con que personas realiza turismo?

Cuadro Nro. 27

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Solo	12,00%	36
Con su familia	46,00%	138
Con amigos	41,33%	124
Otros	0,67%	2
Total de respuestas	100%	300

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestas aplicadas que representan el 100%; 124 personas corresponden el 41,33% manifestando que vienen con amigos debido a que siempre hacen turismo con ellos; 138 encuestados representan el 46,00% visitan este cantón con su familia, a pasar momentos agradables y de esparcimiento con los mismos, de 36 personas encuestadas equivalen al 12,00% pudieron manifestar que viene solas y 2 personas corresponden al 0,67%, viene con otro tipo de acompañante como (novio/a, enamorado/a).

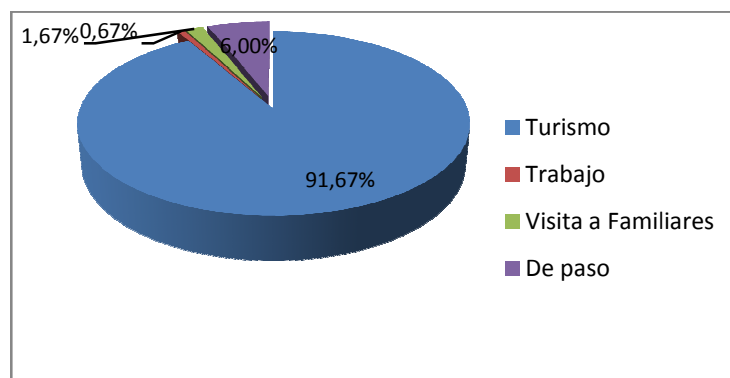
3. ¿Su presencia o visita en el cantón Catamayo (La Toma) es por?

Cuadro Nro. 28

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Turismo	91,67%	275
Trabajo	0,67%	2
Visita a Familiares	1,67%	5
De paso	6,00%	18
Total de respuestas	100%	300

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación

En el presente cuadro debemos indicar que de 300 encuestados, 275 que representan el 91,67% nos manifiestan que su visita es por turismo puesto que consideran un lugar interesante para realizar turismo; 18 encuestados que represente el 6,00%, manifiestan que su visita es de paso, es decir su destino es a otros lugares; 5 encuestados representa el 1,67% es por visita a familias que radican en el cantón; 2 personas corresponde el 0,67% es por trabajo o realizar algún tipo de negocio.

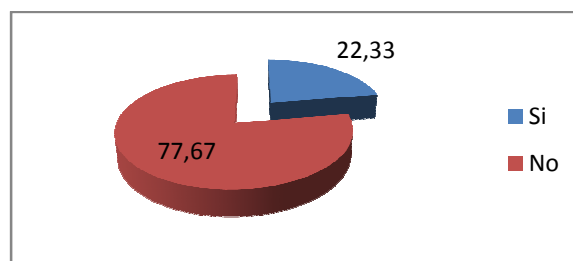
4. ¿Piensa alojarse en la ciudad de Catamayo?:

Cuadro Nro. 29

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	22,33%	67
No	77,67%	233
TOTAL	100%	300

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e interpretación

En el presente cuadro de los 300 encuestados, 67 turistas representan el 22,33%, nos manifiestan que si piensan alojarse en la ciudad de Catamayo por motivo por su estadía es visitar a familiares y realizar turismo, mientras



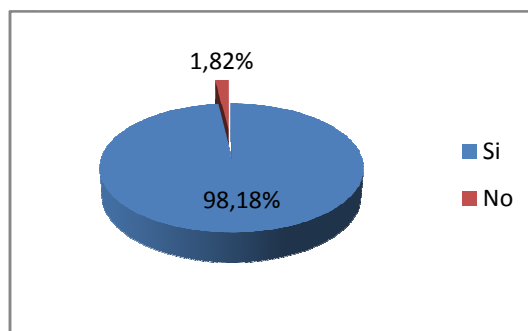
que 233 personas encuestadas que representadas en un 77% ,67 no se hospedan en dicho cantón ya que acuden a este cantón por otras situaciones como trabajo o simplemente de paso o se regresan a sus lugares de origen, Este resultado nos da a conocer que en el presente cuadro de las personas encuestadas, la mayoría nos manifiestan que no piensan alojarse esta ciudad mientras que otro porcentaje determinan que si se alojaran en dicha ciudad.

5. ¿Ha visitado los sectores turísticos y de descanso o recreación del cantón?

Cuadro Nro. 30

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	98,18%	270
No	1,82%	5
Total	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En el presente cuadro debemos indicar que de encuestados que corresponde el 100%, 270 que representan el 100% nos manifiestan que si



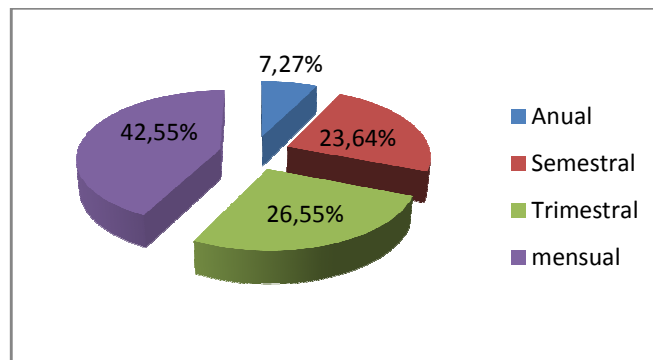
visitan y conocen lugares turísticos en el cantón Catamayo puesto que tienes muy buenas referencias del mismo y de sus atractivos turísticos 5 encuestados que representan el 1.82% determinan que no visitan estos lugares debido al tiempo, ocupaciones y por la situación económica.

6. ¿Cuántas veces ha visitado los centros turísticos del cantón Catamayo?:

Cuadro Nro. 31

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Anual	7,27%	20
Semestral	23,64%	65
Trimestral	26,55%	73
Mensual	42,55%	117
TOTAL	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En lo que respecta a este cuadro debemos de indicar 20 encuestados que representan el 7.27%, manifiestan que su visita a la ciudad es anual debido a la situación económica de los mismos seguido tenemos 65 corresponden al 23,64% que visitan la ciudad cada semestre ya que estos vienen de lugares lejanos; 73 personas representan el 26,55% han visitado trimestralmente por



el tiempo y ocupaciones a realizar y 117 encuestados que representan el 42,96% lo hacen cada mes estos son los turistas provenientes de los diferentes cantones en especial los turistas del cantón Loja

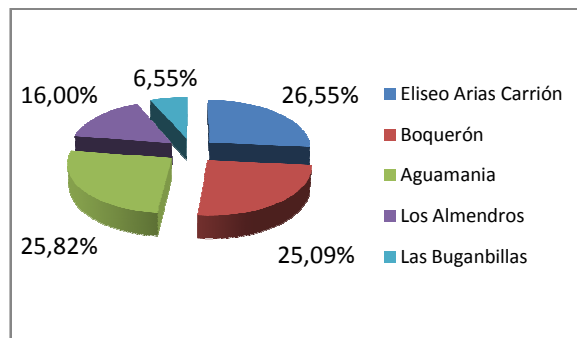
7. ¿Qué centro turístico del cantón Catamayo ha visitado Ud. Con mayor frecuencia?

Cuadro Nro. 32

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Eliseo Arias Carrión	26,55%	73
Boquerón	25,09%	69
Aguamania	25,82%	71
Los Almendros	16,00%	44
Las Buganbillas	6,55%	18
TOTAL	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En las encuestas aplicadas debemos indicar que: 73 encuestados que representan el 26,55%, nos manifiestan que concurren al centro turístico Eliseo Arias Carrión (guayabal) por la economía que este ofrece; 69 corresponden al 25,09% visitan el boquerón ya que es un lugar de fácil



acceso y ambiente acogedor por el contacto con la naturaleza que se tiene ; 71 encuestados, el 25,82% visitan Aguamania por la gran variedad de servicios que ponen a disposición del usuario; de 44 personas encuestadas equivalente al 16% visitan los Almendros ya que cuenta con el servicio de hospedaje y la cercanía de la ciudad , y de 18 encuestados que equivalen al 6,55% las buganvillas por la ubicación del mismo ya que se encuentra fuera de la zona urbana

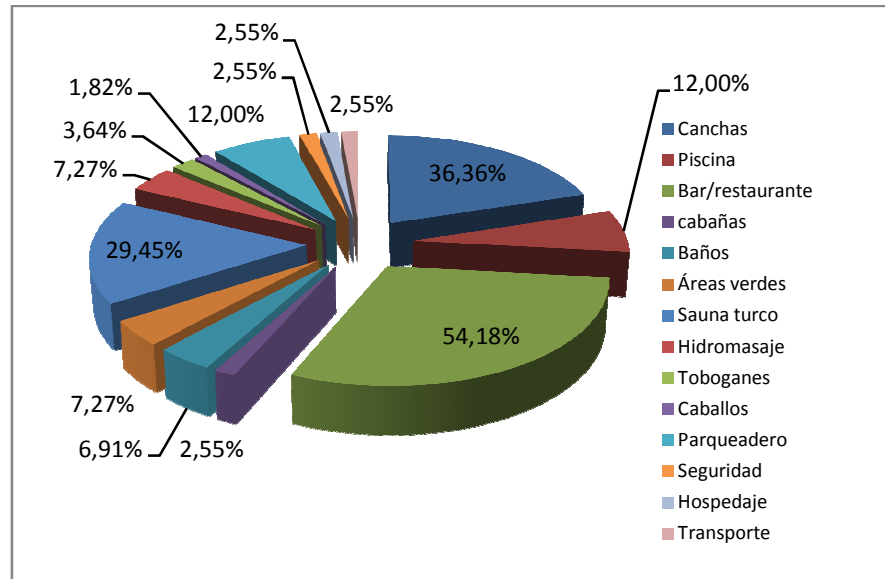
8. ¿Cuáles son los servicios que usted utiliza con mayor frecuencia en un centro turístico o recreacional enumere?

Cuadro Nro. 33

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Canchas	36,36%	100
Piscina	12,00%	33
Bar/restaurante	54,18%	149
Cabañas	2,55%	7
Baños	6,91%	19
Áreas verdes	7,27%	20
Sauna turco	29,45%	81
Hidromasaje	7,27%	20
Toboganes	3,64%	10
Caballos	1,82%	5
Parqueadero	12,00%	33
Seguridad	2,55%	7
Hospedaje	2,55%	7
Transporte	2,55%	7

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

De acuerdo a la pregunta cuáles son los servicios que usted utiliza con mayor frecuencia en un centro turístico o recreacional: 149 personas que equivalen el 54,18% manifiestan que el servicio de bar- restaurante , 100 encuestados que corresponden al 33,33% piscina, 33 personas que equivale al 12% nos manifestaron las canchas de uso múltiple ya que les serviría para realizar su deporte preferido, 7 encuestados que corresponden el 2,55% utilizan el servicio de cabañas ya que ahí pueden compartir momentos agradables con su familia 19 personas encuestadas que corresponden al 7,27% revelaron las baterías sanitarias adecuadas y con absoluta higiene 20 encuestados que representan el 7,27% son señalan las áreas verdes ya que les gusta disfrutar de la naturaleza , 81 personas encuestadas que simbolizan el 29,45% optan el servicio de sauna y turco puesto que les ayudas a las personas a quemar calorías, y el estrés 20 encuestados que



representa al 7,27% es el servicio de hidromasaje para pasar un momento de relajamiento y beneficios saludables que tiene, 10 personas que representan el 3.64%, manifiestan toboganes para una mejor diversión en el momento de ingresar a la piscina 5 encuestados que corresponden el 1,82% nos pudieron decir los paseos en caballo por los senderos del centro que han visitado 33 personas encuestadas que constituyen el 3,33% el servicio de parqueadero ya que pueden dejar su vehículo en lugar seguro, 7 personas que corresponden el 2,55% acuden a los centros que cuentan con una buena seguridad para ellos y sus pertenencias, 7 encuestados que simbolizan el 2,55% prefieren adquirir el servicio de hospedaje puesto que se quedan por algunos días en el mismo grupo con el mismo porcentaje utilizan cabañas, y caballos respectivamente y 7 turistas que corresponden el 2,55% utilizan el servicio de transporte por facilitar el acceso a dicho lugar turístico.

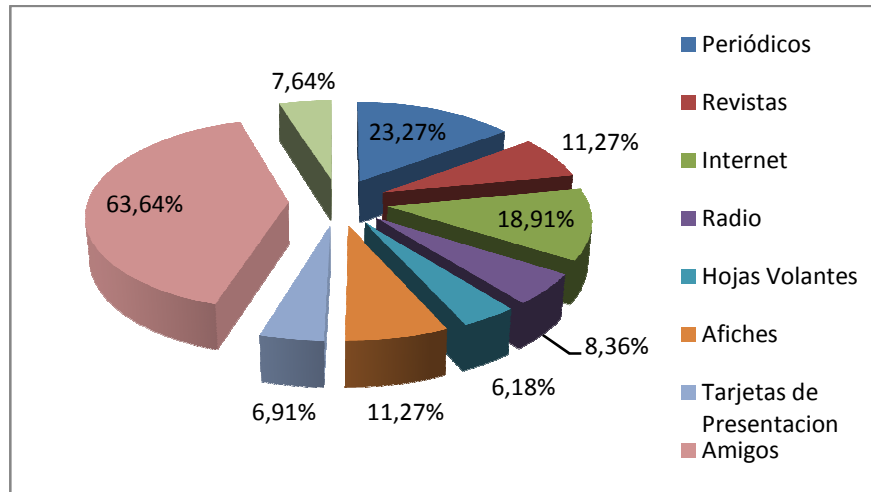
9. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de estos lugares de recreación y centro turísticos en el cantón Catamayo?

Cuadro Nro. 34

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Periódicos	23,27%	64
Revistas	11,27%	31
Internet	18,91%	52
Radio	8,36%	23
Hojas Volantes	6,18%	17
Afiches	11,27%	31
Tarjetas de Presentación	6,91%	19
Amigos	63,64%	175
Otros	7,64%	21

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta en lo que se refiere a la presente pregunta Cómo se entera de la existencia de esta ciudad debemos de indicar que de 64 encuestados que representan el 23,27% manifiestan que se enteraron a través de periódicos ya que es un medio de comunicación entre los más aceptado de la ciudadanía 31 personas encuestadas que representan el 11.27 %, manifiestan que por medio del revistas, 52 turistas encuestados que corresponden el 18.91% por medio de la internet por este medio se enteran en su mayoría los turistas extranjeros de dichos centros recreacionales del cantón, 23 personas encuestadas que representan el 8.36% por la radio este medio es muy sintonizado a en le cantón Catamayo y también a nivel provincial, 17 personas encuestadas que corresponden el 6,18% por hojas volantes, puesto que se trata de una publicidad directa donde se tiene contacto directo con el turista 31



encuestados que corresponden el 11.27% por afiches, 19 personas encuestadas que representan el 6.91% por tarjetas de presentación, para aquellas personas que acuden frecuentemente a estos lugares turísticos y tener poder tener a la mano los datos del mismo 175 encuestados que representan el 63.64 % por amigos que a menudo frecuentan estos lugares y los recomiendan y 21 de ellas que equivalen el 7.64% se enteraron de esta ciudad por otros medios como vecinos, familiares etc.

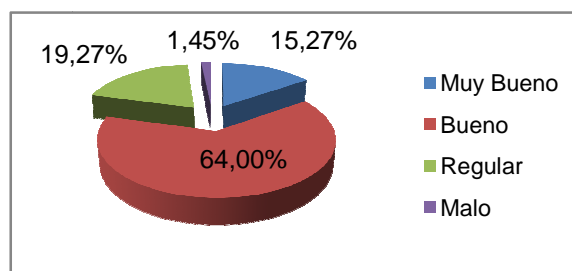
10. ¿Cómo considera la calidad de los servicios que prestan los centros turísticos recreacionales; que usted ha visitado en el cantón Catamayo?

Cuadro Nro. 35

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Muy Bueno	15,27%	42
Bueno	64,00%	176
Regular	19,27%	53
Malo	1,45%	4
TOTAL	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En lo que se refiere a este cuadro debemos indicar que: 42 encuestados representan el 15,27% nos manifiesta que los centros turísticos o



recreacionales son muy buenos, ya que cuentan una infraestructura adecuada y el servicio de muy buena calidad 176 encuestados que representan el 64 % manifiestan es bueno; puesto que han sido atendidos con amabilidad y cordialidad por partes del personal de los diferentes centros recreacionales, 53 encuestados que representan el 19.27 %, manifiestan que es regular, mientras 4 encuestado que representan el 1.45 %, nos manifiesta que el servicio que prestan es malo ya que los servicios que prestan son de mala calidad y no han sido atendidos con amabilidad.

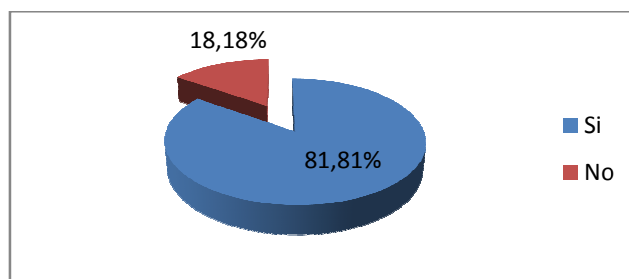
11. ¿Los servicios que prestan los centros turísticos o recreacionales deben estar protegidos con guardias y otros?

Cuadro Nro. 36

INDICADOR	PORCENTAJE (%)	FRECUENCIA
Si	81,81%	225
No	18,18%	50
Total	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En lo que se refiere a este cuadro 225 encuestados representan el 81.81% manifiestan que los centros turísticos deben contar con guardias para



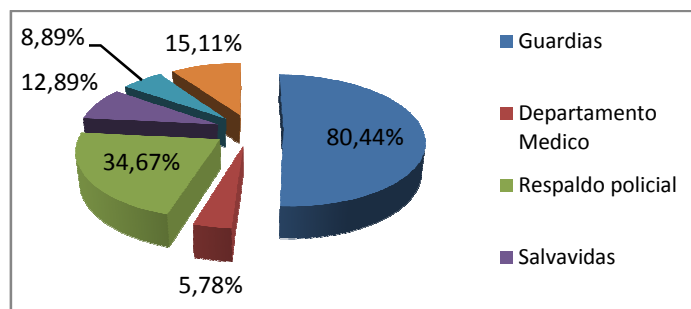
una mejor seguridad del usuario, 50 turistas que simbolizan el 18,18% indican que no es necesario estos ya se trata de un lugar tranquilo.

12. ¿Indique qué clase de seguridad usted sugiere?

Cuadro Nro. 37

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Guardias	80,44%	181
Departamento Medico	5,78%	13
Respaldo policial	34,67%	78
Salvavidas	12,89%	29
Cámaras	8,89%	20
Casilleros	15,11%	34

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

Con respecto a la pregunta qué clase de seguridad usted sugiere debemos indicar que 181 encuestados que representan el 80.44 % nos manifiestan que guardias ya que estos se encargarían de la seguridad interna y externa del centro recreacional ; 78 personas representan el 34.67% respaldo policial para los eventos que realicé el centro recreacional; 20 personas encuestadas que representan el 8.89 % sugieren un sistema de seguridad con cámaras que les permita tener una mejor vigilancia de quienes ingresan



al centro recreacional y poder evitar posibles sustracciones e inconvenientes, etc. , 13 personas encuestadas que corresponden el 5.78 % departamento médico para cualquier eventualidad que se pueda presentar y poder prestar los primeros auxilios al usuario 29 personas encuestadas que corresponden el 12.89 % salvavidas para que estén pendiente de los usuarios que ingresen a la playa y piscina del mismo y 34 personas encuestadas que representan el 15.11 % casilleros que les servirá para guardar sus pertenencias.

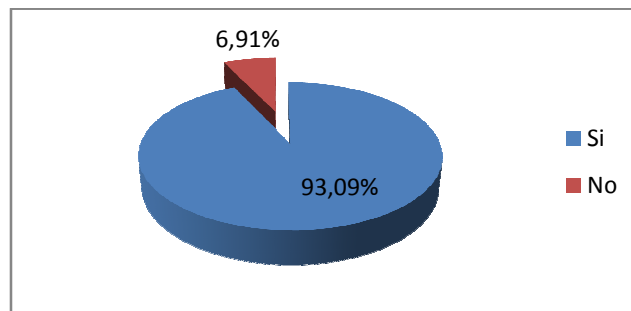
- 13. ¿El Municipio del Cantón Catamayo está empeñado en crear un Complejo Turístico y Recreacional el que estaría ubicado en la rivera del Rio Boquerón junto al puente; en el lugar denominado Víctor Manuel Palacio Ullauri estaría su familia dispuesto a utilizar los servicios?**

Cuadro Nro. 38

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	93,09%	256
No	6,91%	19
Total	100%	275

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación

El presente cuadro, 269 turistas que representan el 93,09%, manifiestan que de existir la posibilidad de diseñar y construir un centro turístico de recreación en este cantón estaría usted de acuerdo puesto que son lugares para pasar momentos agradables con su familia, amigos, cambiar de ambiente, practicar algún deporte, etc. Mientras que un mínimo porcentaje determinan que no ya que no cuentan con tiempo y la situación económica para acudir a estos.

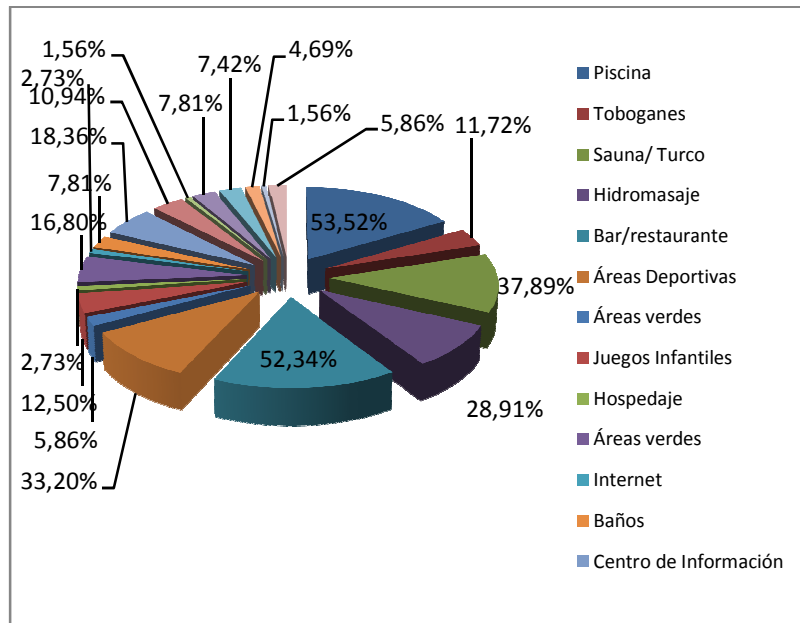
14. ¿Qué servicios cree que deberían existir en este nuevo centro turístico recreacional en el cantón Catamayo?

Cuadro Nro. 39

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Piscina	53,52%	137
Toboganes	11,72%	30
Sauna/ Turco	37,89%	97
Hidromasaje	28,91%	74
Bar/restaurante	52,34%	134
Áreas Deportivas	33,20%	85
Áreas verdes	5,86%	15
Juegos Infantiles	12,50%	32
Hospedaje	2,73%	7
Áreas verdes	16,80%	43
Internet	2,73%	7
Baños	7,81%	20
Centro de Información	18,36%	47
Discoteca	10,94%	28
Minizoológico	1,56%	4
Cabañas	7,81%	20
Seguridad	7,42%	19
Parqueadero	4,69%	12
Trasporte	1,56%	4
Enfermería	5,86%	15

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

En lo que se refiere a este cuadro debemos indicar que: 137 encuestados que representan el 53,52% manifiestan el servicio de piscinas, 30 turistas encuestados indican toboganes que equivalen el 11,72%; 97 turistas que representan el 37,89% prefieren sauna/turco que les servirá para quemar calorías 74 personas encuestadas que representan el 28.91 % hidromasajes para disfrutar un tiempo de relajación 134 optan por Bar- Restaurante que corresponde al 52.34 %, para degustar de los platos típicos del cantón 85 turistas que representan el 33,20% áreas deportivas para realizar deporte , 32 personas encuestadas que corresponden el 12.50% supieron manifestar juegos infantiles para los niños y niñas puedan también disfrutar del ambiente del centro recreacional, y servicio de hospedaje con un porcentaje de 2,59%, para quienes le gusta hospedarse en estos centros



recreacionales 43 personas que representan el 15,93% áreas verdes, para tener contacto con la naturaleza seguido tenemos que 7 turistas que equivalen el 5,59% indican internet, para estar en contacto con sus amigos ,familiares a la distancia 20 personas encuestadas que corresponden el 7,41% indican baterías sanitarias puesto que son de gran importancia para el usuarios , 47 encuestados que representan el 17,41% dicen que debe contar con un centro de información donde se pueda brindar la información necesaria del centro recreacional como sus instalaciones , costos etc. 28 encuestados que corresponden el 10,37% nos indican discoteca, para los turistas que le aficiona pasar momentos de distracción y diversión en este tipo de ambiente, 4 turistas encuestados que representan el 1,48% indican un minizoológico, donde se exhiban animales de la zona 20 encuestados que representan el 7,41% manifiestan la existencia de cabañas las misma que puedan los usuarios compartir momentos agradables con su familia y amigos en un ambiente rustico 19 turistas encuestados que equivale el 7,04% nos manifiestan el servicio de seguridad para que los clientes se sientas seguros y puedan disfrutar de su estadía 12 personas encuestadas que representan el 4,44% dicen parqueadero para que su vehículo este seguro, 4 personas que representan el 1,48% indican transporte que les facilite el arribo a dicho centro, 15 encuestados que corresponde el 1,33% dice enfermería en caso de que se presentara algún accidente del usuario y poder brindar los primeros auxilios al mismo.



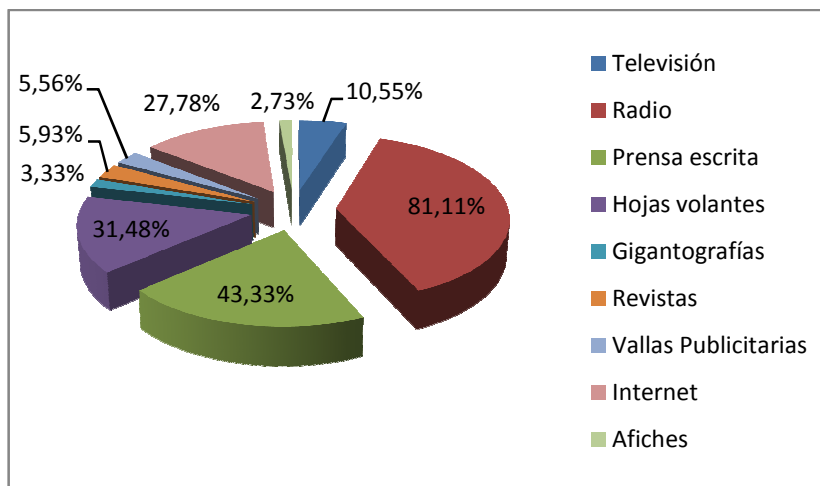
15. ¿Por qué medios de comunicación cree Ud. que deberían utilizar este centro turístico recreacional para su promoción?

Cuadro Nro. 40

INDICADOR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Televisión	10,55%	27
Radio	81,11%	219
Prensa escrita	43,33%	117
Hojas volantes	31,48%	85
Gigantografías	3,33%	9
Revistas	5,93%	16
Vallas Publicitarias	5,56%	15
Internet	27,78%	75
Afiches	2,73%	7

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.



Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta en lo que se refiere al presente cuadro debemos de indicar que 27 que corresponden el 10,55% manifiestan que un medio de comunicación a utilizar sería mediante la televisión, 219 turistas encuestados que corresponden el 81,11% nos



supieron manifestar que se debe realizar la publicidad por medio de la radio, 117 encuestados que corresponden el 43,33%, manifiestan que se debe realizar la publicidad por la prensa escrita, 85 personas encuestadas que equivalen el 31,48%, manifiestan que se deben dar a conocer por hojas volantes ya que se puede entregar de forma directa a los usuarios, 9 turistas encuestados que representan el 3,33% optan por medio gigantografías, 16 personas encuestadas que equivalen el 5,56% indican mediante vallas publicitarias ya que estas son mucho más visibles, y a 75 encuestados que representan el 27,78% por medio de la internet medio por el cual podemos estar enterados de todos los acontecimientos del mundo entero, 5,93% sería a través de revistas de interés

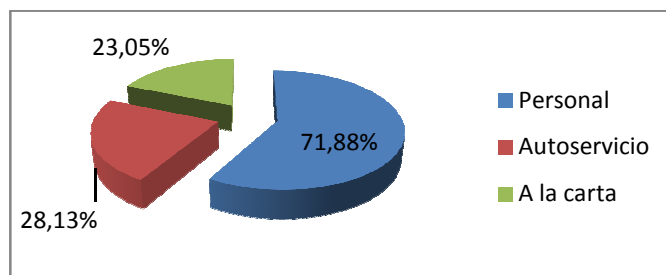
16. ¿El servicio a prestar por el centro recreacional y turístico debe ser?

Cuadro Nro. 41

INDICADOR	PORCENTAJE (%)	FRECUENCIA
Personal	71,88%	184
Autoservicio	28,13%	72
A la carta	23,05%	59

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Las autoras.





Análisis e Interpretación

En las encuestas aplicadas debemos indicar que: 184 turistas que representan el 71,88%, nos manifiestan que desearían el servicio de por parte del centro recreacional sea personal puesto que consideran que el servicio es mejor siendo personalizada,, 72 encuestados que representa el 28,13%, manifiestan que sea por autoservicio donde el cliente pueda hacer uso del servicio con mayor facilidad, 59 turistas encuestadas que representan el 23,05% que desearían a la carta donde el usuario pueda sentirse más cómodo al utilizar dicho servicio.



F.3. ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS DIFERENTES CENTROS CREACIONALES DEL CANTÓN CATAMAYO

ENTREVISTA Nº1.

1. ¿Cuál es el nombre del Centro Turístico que Ud. Administra?

Centro Recreacional ELISEO ARIAS CARRION.

**2. ¿Qué días a la semana presta sus servicios este Centro
Turístico?**

De Jueves a Domingo.

3. ¿Cuál es su horario de atención?

De 8: am A 18:00pm

4. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el lugar?

3358 visitas anuales.

5. ¿En qué temporadas tiene más visitantes este Centro Turístico?

En Carnaval, Semana santa, Julio, Agosto y Septiembre

6. ¿Su Centro Turístico cuenta con los servicios de :

Balnearios Naturales	()
Canchas Deportivas	(X)
Piscinas	(X)
Toboganes	(X)



Parcelas Frutales	(X)
Hidromasajes, Turco	()
Áreas Verdes	(X)
Platos Típicos de la Zona	(X)
Hospedaje	()
Parqueadero Privado	(X)
Guardianía Privada	(X)

7. ¿Cuál es el precio que el cliente paga por estos servicios

Niños 0.50 centavos, Adultos 1,00 por el servicio de piscina niños pagan 0,50 centavos y adultos 0,75 centavos.

8. ¿En base a que variables realizó Ud. El cálculo del precio que debe pagar el cliente por los servicios que se brinda en su empresa?

En base al mantenimiento que se les da diariamente

9. ¿Cuáles son sus principales competidores?

Aguamania

10. ¿Su empresa cuenta con todas las normas que ayuden a la conservación del medio ambiente como por ejemplo la norma ISO 14001?

Sí.



ENTREVISTA Nº 2

1. ¿Cuál es el nombre del Centro Turístico que Ud. Administra?

AGUAMANIA Compañía Ltda.

2. ¿Qué días a la semana presta sus servicios este Centro Turístico?

De Miércoles a Domingo

3. ¿Cuál es su horario de atención?

De 8:00 am A 18:00pm

4. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el lugar?

De 19421 personas al año

5. ¿En qué temporadas tiene más visitantes este Centro Turístico?

En los feriados como: Carnaval, Agosto, Septiembre.

6. ¿Su Centro Turístico cuenta con los servicios de

Balnearios Naturales	(X)
Canchas Deportivas	(X)
Piscinas	(X)
Toboganes	(X)
Parcelas Frutales	(X)
Hidromasajes, Turco	(X)
Áreas Verdes	(X)
Platos Típicos de la Zona	(X)



Hospedaje	(X)
Parqueadero Privado	(X)
Guardianía Privada	(X)

7. ¿Cuál es el precio que el cliente paga por estos servicios?

\$ 3.00 y hace uso de todos los servicios

8. ¿En base a que variables realizó Ud. El cálculo del precio que debe pagar el cliente por los servicios que se brinda en su empresa?

Infraestructura, Costos fijos operacionales.

9. ¿Cuáles son sus principales competidores?

En particular puesto que no existen centros turísticos de Igual magnitud del centro recreacional antes mencionado.

10. ¿Su empresa cuenta con todas las normas que ayuden a la conservación del medio ambiente como por ejemplo la norma ISO 14001?

Si



ENTREVISTA N°3

1. ¿Cuál es el nombre del Centro Turístico que Ud. Administra?

Los ALMENDROS.

2. ¿Qué días a la semana presta sus servicios este Centro Turístico?

Todos los días.

3. ¿Cuál es su horario de atención?

Hospedaje las 24 horas.

Piscina de 8:00am A 18:00pm.

4. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el lugar?

2400 personas anuales

5. ¿En qué temporadas tiene más visitantes este Centro Turístico?

Carnaval, Julio, Agosto, Septiembre.

6. ¿Su Centro Turístico cuenta con los servicios de :

Balnearios Naturales	()
Canchas Deportivas	(X)
Piscinas	(X)
Toboganes	()
Parcelas Frutales	()
Hidromasajes, Turco	()



Áreas Verdes	(X)
Platos Típicos de la Zona	(X)
Hospedaje	(X)
Parqueadero Privado	(X)
Guardianía Privada	()

7. ¿Cuál es el precio que el cliente paga por estos servicios?

Hospedaje de 10 a 12 habitaciones familiares, entrada y piscina \$1.00

8. ¿En base a que variables realizó Ud. El cálculo del precio que debe pagar el cliente por los servicios que se brinda en su empresa?

\$1.00 al uso de las instalaciones como garaje y piscina.

\$10 a 12 las habitaciones incluye tv cable, hidromasaje, sauna.

9. ¿Cuáles son sus principales competidores?

Aguamania, Eliseo Arias Carrión.

10. ¿Su empresa cuenta con todas las normas que ayuden a la conservación del medio ambiente como por ejemplo la norma ISO 14001?

Si con canales de aguas hervidas, Agua entubada, clasificación de basura.



ENTREVISTA N°3

1. ¿Cuál es el nombre del Centro Turístico que Ud. Administra?

Las Bugarbillas

2. ¿Qué días a la semana presta sus servicios este Centro Turístico?

Sábados y Domingos.

3. ¿Cuál es su horario de atención?

De 8:00am A 18:00pm.

4. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el lugar?

1025 personas anuales

5. ¿En qué temporadas tiene más visitantes este Centro Turístico?

6. Carnaval, Agosto, Septiembre.

7. ¿Su Centro Turístico cuenta con los servicios de :

Balnearios Naturales	()
Canchas Deportivas	(X)
Piscinas	(X)
Toboganes	()
Parcelas Frutales	(X)
Hidromasajes, Turco	()
Áreas Verdes	(X)
Platos Típicos de la Zona	(X)



Hospedaje	()
Parqueadero Privado	(X)
Guardianía Privada	()

8. ¿Cuál es el precio que el cliente paga por estos servicios?

Entrada y piscina \$1.00

9. ¿En base a que variables realizó Ud. El cálculo del precio que debe pagar el cliente por los servicios que se brinda en su empresa?

\$1.00 al uso de las instalaciones como garaje y piscina.

10. ¿Cuáles son sus principales competidores?

Aguamania, Eliseo Arias Carrión entre otros

11. ¿Su empresa cuenta con todas las normas que ayuden a la conservación del medio ambiente como por ejemplo la norma ISO 14001?

Si reciclando la basura

g. DISCUSIÓN



g. DISCUSIÓN

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene como finalidad de realizar un análisis sobre los turistas familias usuarias ,y los servicios que se ofrecerá en este centro de recreación , además se pretende una argumentación fundamentada sobre los mismos para lo cual es necesario realizar un análisis de la demanda, oferta, precios de comercialización, aspectos que determinaran la dinámica comercial que mantienen los mismos en el mercado por lo tanto podemos decir que el estudio de mercado es la parte clave de un proyecto de inversión.

Objetivos:

Los objetivos que se persigue en este estudio de mercado son los siguientes

- ✚ Determinar de forma correcta el o los servicios que dan inicio al presente proyecto.
- ✚ Definir el servicio que será ofertado para prever, organizar y coordinar la producción del proyecto.
- ✚ Clasificar de manera cuantitativa la demanda y oferta de este tipo de servicio en el cantón Catamayo.
- ✚ Establecer los canales de comercialización del servicio hacia el mercado consumidor.



- ✚ Realizar un análisis de precios y de la estabilidad en el mercado, sin dejar de considerar a la competencia, Basados en la encuesta a los usuarios del cantón Catamayo y turistas respectivamente.
- ✚ Planificar estrategias empresariales, para asegurar una gestión administrativa positiva para la empresa, basados en los anteriores análisis

g.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

A través de las encuestas aplicadas hemos podido identificar mejor a nuestros clientes, los mismos que están dados en el Cantón Catamayo y comprende a **7990 familias y 300** turistas nacionales y extranjeros que visitan este cantón.

➤ DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de servicios que podrían utilizar los clientes de un determinado producto en el mercado. Esta demanda nos ayuda a conocer el número de familias del cantón Catamayo y extranjeros, que visitan los centros turísticos.



Cuadro Nro. 42

FAMILIAS DEL CANTO CATAMAYO QUE VISITAN LUGARES TURÍSTICOS			
AÑO	POBLACIÓN	% DE PERSONAS QUE REALIZAN TURISMO	D. POTENCIAL
2011	7990	94,49%	7550
PERSONAS EXTRANJERAS QUE VISITAN EL CANTO CATAMAYO POR REALIZAR TURISMO			
AÑO	TURISTAS	% TURISTAS	D. POTENCIAL
2011	300	91,67%	275

Fuente: Cuadro Nro. 6, 28

Elaboración: Las Autoras

Determinación de la demanda potencial:

<p>Datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • $i = 1.70\%$ • $Db = 7990$ • $n = 1$ <p>Proyección:</p>
--

<p>Datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • $i = 1.82\%$ • $Db = 300$ • $n = 1$ <p>Proyección:</p>

Cuadro Nro. 43 Cuadro Nro. 44

DEMANDA POTENCIAL FAMILIAS DE Catamayo				
N°	AÑOS	FAMILIAS	%	D. POTENCIAL
0	2011	7990	94,49%	7550
1	2012	8126	94,49%	7678
2	2013	8264	94,49%	7809
3	2014	8404	94,49%	7941
4	2015	8547	94,49%	8076
5	2016	8693	94,49%	8214
6	2017	8840	94,49%	8353
7	2018	8991	94,49%	8495
8	2019	9144	94,49%	8640
9	2020	9299	94,49%	8786
10	2021	9457	94,49%	8936

DEMANDA POTENCIAL DE LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS				
N°	AÑOS	TURISTAS	%	D. POTENCIAL
0	2011	300	91,67%	275
1	2012	305	91,67%	280
2	2013	311	91,67%	285
3	2014	317	91,67%	291
4	2015	322	91,67%	295
5	2016	328	91,67%	301
6	2017	334	91,67%	306
7	2018	340	91,67%	312
8	2019	347	91,67%	318
9	2020	353	91,67%	324
10	2021	359	91,67%	329

Fuente: Cuadro Nro. 6, 42Fuente: Cuadro Nro. 28, 42

Elaboración: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras



La demanda potencial para el año 2011 es de aproximadamente 7550 familias del cantón Catamayo y de 275 turistas.

Para la determinación de la **Demanda Potencial**, tomamos la fórmula de proyección con una demanda base de **7990 familias** que corresponde al año 2011 y con una tasa de crecimiento anual del **1.70%**, Multiplicamos por el porcentaje **(94.49%)** de las familias que si visitan lugares turísticos, dato que se obtiene de la pregunta Nro. 3, cuadro. Nro. 6 del estudio de mercado dándonos como resultado un total de **7550** de demanda potencial; y para determinar la demanda potencial de turistas extranjeros y nacionales, tomamos en consideración el total de las personas segmentados para el 2011 que es de 300 extranjeros y la tasa de crecimiento de anual de ingreso de personas extranjeras que es **1.82%**, multiplicamos por el porcentaje **(91.67%)** de las personas que llegan por hacer turismo, dato que se obtiene de la pregunta N° 3, cuadro Nro. 28 del estudio de mercado, teniendo como resultado **275** de la demanda potencial. Aplicamos el mismo procedimiento para los 10 años de vida útil del proyecto.

➤ **DEMANDA REAL**

Cantidad total de bienes o servicios requeridos para satisfacer un mercado que están realmente dispuestas a consumir un producto determinado. Este tipo de demanda nos sirve para conocer el número de familias del Cantón que visitan lugares turísticos en su localidad.



Determinación de la demanda Real:

<p>Datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dp= 7550 • Porcentaje= 100% <p>Demanda Real:</p>

<p>Datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dp= 275 • Porcentaje= 98.18% <p>Demanda Real:</p>
--

Cuadro Nro. 45 Cuadro Nro. 46

DEMANDA REAL FAMILIAS DE CATAMAYO				
Nº	AÑOS	D. POTENCIAL	%	D. REAL
0	2011	7550	100,00%	7550
1	2012	7678	100,00%	7678
2	2013	7808	100,00%	7809
3	2014	7941	100,00%	7941
4	2015	8076	100,00%	8076
5	2016	8214	100,00%	8214
6	2017	8353	100,00%	8353
7	2018	8495	100,00%	8495
8	2019	8640	100,00%	8640
9	2020	8786	100,00%	8786
10	2021	8936	100,00%	8936

Fuente: Cuadro Nro. 7, 43 Fuente: Cuadro Nro. 30, 44
Elaboración: Las Autoras

DEMANDA REAL POTENCIAL DE LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS				
Nº	AÑOS	D. POTENCIAL	%	D. REAL
0	2011	275	98,18%	270
1	2012	280	98,18%	275
2	2013	285	98,18%	280
3	2014	291	98,18%	286
4	2015	295	98,18%	290
5	2016	301	98,18%	296
6	2017	306	98,18%	300
7	2018	312	98,18%	306
8	2019	318	98,18%	312
9	2020	324	98,18%	318
5	2021	329	98,18%	323

Elaboración: Las Autoras

Para establecer la **demanda real** de las familias se multiplica la cantidad obtenida del resultado de la demanda potencial (**7550**), por el porcentaje (**100%**) de encuestados correspondiente a la pregunta Nro. 4 su familia ha visitado los lugares recreacionales de su cantón cuadro Nro. 7, obteniendo



un resultado de **7550** que corresponden a la demanda real; y para determinar la demanda real de los turistas se procede a multiplicar la cantidad de la demanda potencial (**275**) por el porcentaje (**98.18%**) ver pregunta Nro. 5 ha visitado los sectores turísticos y recreacionales del cantón Catamayo cuadro Nro. 30 obteniendo como demanda real **270** turistas. Aplicamos el mismo procedimiento para los 10 años de vida útil del proyecto.

➤ **DEMANDA EFECTIVA.-**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica están dispuestos a adquirir. Esta nos ayuda a conocer el número de familias dispuestas a utilizar los servicios del centro que se implementara por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo.

Proyección de la demanda Efectiva

Datos:

- Dr= 7550
- Porcentaje= 97.78%

Demanda Efectiva:

Datos:

- Dr= 270
- Porcentaje= 96.47%

Demanda Efectiva:



Cuadro Nro. 47 Cuadro Nro. 48

DEMANDA EFECTIVA				
N°	AÑOS	D. REAL	%	D. EFECTIVA
0	2011	7550	97,78%	7382
1	2012	7678	97,78%	7507
2	2013	7808	97,78%	7635
3	2014	7941	97,78%	7765
4	2015	8076	97,78%	7897
5	2016	8214	97,78%	8031
6	2017	8353	97,78%	8167
7	2018	8495	97,78%	8306
8	2019	8640	97,78%	8448
9	2020	8786	97,78%	8591
10	2021	8936	97,78%	8737

DEMANDA EFECTIVA				
N°	AÑOS	D. REAL	%	D. EFECTIVA
0	2011	270	96,47%	260
1	2012	275	96,47%	265
2	2013	280	96,47%	270
3	2014	286	96,47%	276
4	2015	290	96,47%	280
5	2016	296	96,47%	286
6	2017	300	96,47%	289
7	2018	306	96,47%	295
8	2019	312	96,47%	301
9	2020	318	96,47%	307
10	2021	323	96,47%	312

Fuente: Cuadro Nro. 20, 45 Fuente: Cuadro Nro. 38, 46

Elaboración: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Para calcular la **demanda efectiva de las familias del cantón Catamayotomamos** en consideración la demanda real para el año 2011 que es de **7550**, al mismo lo multiplicamos por el **97.78%** de los que sí visitarían el Complejo recreacional, en caso de ser implementado, ver cuadro Nro. 20 de la pregunta Nro. 11, dándonos como resultado **7382** que constituye la demanda efectiva; y para determinar la **demanda efectiva de los turistas nacionales y extranjeros** tomamos en consideración la demanda real que es de **270** personas, mismo que se lo multiplica por el **96.47%** de la pregunta Nro. 13 que están de acuerdo visitar y utilizar los servicios del complejo recreacional en caso que el municipio lo implementaría cuadro Nro.



38,obteniendo como demanda efectiva **260**visitantes. Realizamos el mismo procedimiento para los 10 años de vida útil del proyecto.

➤ **USO PROMEDIO PER CAPITA.**

El uso promedio per-cápita nos sirve para determinar la cantidad de visitas que realizan anualmente, las familia del cantón Catamayo y los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro Nro. 49 Cuadro Nro. 50

FAMILIAS DEL CANTÓN Catamayo			
ALTERNATIVA	ANUAL X	FRECUENCIA F	F.X
Semanal	52	183	9516
Quincenal	26	106	2756
Mensual	12	52	624
Anual	1	19	19
TOTAL		360	12915

Fuente: Cuadro Nro.9 Fuente: Cuadro Nro. 31
Elaboración: Las Autoras

TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES			
ALTERNATIVA	ANUAL X	FRECUENCIA F	F.X
Anual	1	18	18
Semestral	2	64	128
Trimestral	4	72	288
Mensual	12	121	1452
TOTAL		275	1886

Elaboración: Las Autoras

Calculo del promedio:

Por familia

Calculo del promedio:

Por turista

Para determinar las visitas per-cápita, lo realizamos en función de la cantidad de visitas que realizan las familias del cantón Catamayo y los turistas nacionales y extranjeros a los centros recreacionales.



Para la realización del cálculo de la media aritmética tomamos el total de la sumatoria F.X **(12915)** y lo dividimos para la población total encuestada **(360)**dándonos como **resultado 35.88 equivalente a 36 visitas**que corresponden al consumo promedio per-cápita que realiza anualmente una familia del cantón Catamayo. Según pregunta 6 cuadro Nro. 9

Realizamos el mismo proceso para calcular la media aritmética de las visitas que realiza cada turista nacional y extranjero; tomando en cuenta los siguientes valores: total de la sumatoria de **F.X (1886)**, y el número de encuestas **(275)**, dándonos un **resultado de 6.76 equivalente a 7 visitas**de acuerdo a la pregunta Nro. 6 cuadro Nro. 31

Calculo De/servicio.

Calculo De/servicio.



Cuadro Nro. 51

N°	AÑOS	D. EFECTIVA POR FAMILIA	USO PROMEDIO ANUAL	VISITAS POR SERVICIOS
0	2011	7382	36	265752
1	2012	7507	36	270252
2	2013	7635	36	274860
3	2014	7765	36	279540
4	2015	7897	36	284292
5	2016	8031	36	289116
6	2017	8167	36	294012
7	2018	8306	36	299016
8	2019	8448	36	304128
9	2020	8591	36	309276
10	2021	8737	36	314532

Fuente: Cuadro Nro.49 Fuente: Cuadro Nro. 50
Elaboración: Las Autoras

Cuadro Nro. 52

N°	AÑOS	D. EFECTIVA	USO ANUAL	VISITAS POR SERVICIOS
0	2011	260	7	1820
1	2012	265	7	1855
2	2013	270	7	1890
3	2014	276	7	1932
4	2015	280	7	1960
5	2016	286	7	2002
6	2017	289	7	2023
7	2018	295	7	2065
8	2019	301	7	2107
9	2020	307	7	2149
10	2021	312	7	2184

Elaboración: Las Autoras

Los resultados que obtuvimos de la demanda efectiva (**7382**) se procede a multiplicarlos por visita promedio que realiza anualmente cada familia (**36**) el mismo que se obtuvo de la media aritmética, dándonos como resultado (**265752**) **visitas anuales**; y para los turistas se realiza con los valores de la demanda efectiva de (**260**), procediendo a multiplicar por las visitas promedio que realizan anualmente cada uno (**7**) cabe señalar que quienes visitan este cantón son los turistas nacionales, de la provincia de Loja en particular el cantón Loja y en un mínimo porcentaje los turistas extranjeros teniendo como **resultado 1820 visitas anuales**.



VISITA PROMEDIO PER-CÁPITA PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Cuadro Nro. 53

NÚMERO DE VISITAS POR SERVICIO				
N°	AÑOS	VISITAS POR SEVICIOS	VISITAS POR SERVICIOS	TOTAL VISITAS POR SERVICIOS
0	2011	265752	1820	267572
1	2012	270252	1855	272107
2	2013	274860	1890	276750
3	2014	279540	1932	281472
4	2015	284292	1960	286252
5	2016	289116	2002	291118
6	2017	294012	2023	296035
7	2018	299016	2065	301081
8	2019	304128	2107	306235
9	2020	309276	2149	311425
10	2021	314532	2184	316716

Fuente: Cuadro Nro.51, 52
Elaboración: Las Autoras

g.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a ofrecer a los usuarios o consumidores a precios alternativos, durante un periodo determinado.

De acuerdo a los resultados de la entrevista efectuada a la competencia podemos determinar que en el cantón Catamayo actualmente existe empresas que ofrecen servicios turísticos y recreacionales tales como el centro recreacional Eliseo Arias Carrión ofreciendo servicio recreación, como



piscina, áreas verdes, parqueadero etc. Aguamania, ofreciendo los servicios de hospedaje alimentación y parqueamiento privado además tiene servicios de piscina, sauna, turco, bar, áreas verdes, canchas deportivas. Los almendros es una hostería que presta los servicios de hospedaje, alimentación y servicio de piscina y parqueadero privado, buganvillas el servicio de recreación, todos ellos se encuentran vía a la costa.

Según la cámara de turismo, el precio que tiene los centros turísticos de cualquier clase para ofrecer sus servicios, se los hace en función de la realidad del mercado local.

La hostería los almendros, atendió en el 2009 a 2.160 clientes y en el 2010 atendió a 2.400 clientes, la mínima parte utilizaron servicios de hospedaje, otros llegan a pasar el día utilizando el resto de servicios que se ofertan. El Centro Recreacional Aguamania atendió en el 2009 a 19687 visitantes, mientras que para el 2010 atendió a 19421 visitantes; dando servicio de hospedaje y demás servicios que ofrece el mismo.

El Centro Recreacional Liceo arias Carrión han atendido a 3231 visitantes en el 2009; mientras que en el 2010 atendieron a 3.358. Las buganvillas atendió a 900 usuarios en el 2009 y en siguiente año atendió a 1025 visitantes. Los hoteles y hostales que se encuentran en la ciudad de Catamayo atendieron a 100.178 huéspedes; mientras que en el 2010 atendieron a 100.730 huéspedes en todo el año.



Cuadro Nro. 54

AÑO	CENTROS RECREACIÓN Y HOSTERÍAS				TOTAL HOTELES	TOTAL DE LA OFERTA
	ALMENDROS	AGUAMANIA	ELISEO ARIAS CARRIÓN	BUGANVILLAS	ANUAL	ANUAL
2009	2160	18687	3231	900	100178	125156
2010	2400	19421	3358	1025	100730	126934

Fuente: Entrevista a los Competidores
Elaboración: Las Autoras

Datos históricos:

2009 —> 125156 Anuales
2010 —> 126934 Anuales

Cálculo del Índice de Crecimiento

Datos:

- $i=?$
- $n= 1$
- $DF= 126934$
- $DB= 125156$

i =Índice de crecimiento
 n =Numero de periodos
 DF =Demanda Final
 DB =Demanda Base

Calculo de la Oferta 2011

Datos:

- $DB= 126934$
- $i=0,0142$



128736

Para determinar la oferta actual utilizamos los datos obtenidos por medio de la entrevista a los propietarios de los centros existentes en el mercado como son: Eliseo Arias Carrión, Aguamania, almendros, buganvillas, sabemos que el comportamiento de los ofertantes actuales es distinto a nuestro planteamiento, obviamente está allí la competencia y tenemos que ser cautelosos, eficientes en el mercado; Pero estos datos nos sirven para proyectar la información hasta el 2011. Primero Calculamos el índice de crecimiento que fue de **(1.42%)**. Luego realizamos la proyección para el año 2011 que nos dio un total de **128.736**

Proyección De La Oferta para la vida útil del proyecto

Datos.

- $i = 0,0142$
- $DB = 128.736$
- $n = 1$

130.564



Cuadro Nro. 55

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
Nº	AÑOS	OFERTA ANUAL
0	2011	128736
1	2012	130564
2	2013	132418
3	2014	134298
4	2015	136205
5	2016	138140
6	2017	140101
7	2018	142091
8	2019	144108
9	2020	146155
10	2021	148230

*Fuente: Cuadro Nro.54
Elaboración: Las Autoras*

Para la proyección de la oferta multiplicamos la oferta base **128736** por la unidad **(1)** más el índice de crecimiento **(0.0142)** elevado al número de periodos **(1)**, de la siguiente manera: lo cual nos dio un la cantidad de **130,564**;

El mismo procedimiento se realizó para los próximos 10 años de vida útil del proyecto.

g.1.3. DEMANDA INSATISFECHA.

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado parara satisfacer las necesidades de la comunidad.



Proyección de la demanda insatisfecha

Datos:

- DEU= 267572
- OA= 128736
- DI=?

138836

Cuadro Nro. 56

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
N°	AÑOS	D. EFECTIVA POR SERVICIOS	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	267572	128736	138836
1	2012	272107	130564	141543
2	2013	276750	132418	144332
3	2014	281472	134298	147174
4	2015	286252	136205	150047
5	2016	291118	138140	152978
6	2017	296035	140101	155934
7	2018	301081	142091	158990
8	2019	306235	144108	162127
9	2020	311425	146155	165270
10	2021	316716	148230	168486

Fuente: Cuadro Nro.53 ,56

Elaboración: Las Autoras

El balance entre la oferta y la demanda nos permite obtener la demanda insatisfecha, para lo cual se ha tomado en cuenta la cantidad de demanda efectiva por servicios (**267572**), menos la oferta total (**128736**) dando nos como resultado la demanda insatisfecha que es (**138836**) y así procedemos a realizar el mismo procedimiento para los 10 años de vida útil del proyecto.



Estos datos nos sirven para poder emplear nuestro centro recreacional en cantidades que demanden los clientes insatisfechos.

g.1.4. ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN

En el presente estudio, se ha considerado todas aquellas actividades de recreación para hacer llegar el servicio al cliente final; esto se lo realizara directamente y a través de los intermediarios.

Nombre de la entidad

Grafico Nro. 1

CENTRO RECREACIONAL
VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI

El nombre del centro recreacional será en honor al donante del terreno a favor del municipio; y será denominado: Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio Ullauri.

Servicio principal.

Grafico Nro. 2

CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO

El producto principal lo constituye el centro recreacional turístico, el cual ofrecerá servicios de relajamiento, diversión, entre otros; la comercialización se lo realizara mediante la promoción del establecimiento que presta este servicio acorde a las necesidades del cliente.



Logotipo:

Nombre y expresiones graficas que facilitan la identificación del producto y permite su recuerdo asociado a uno u otro atributo.

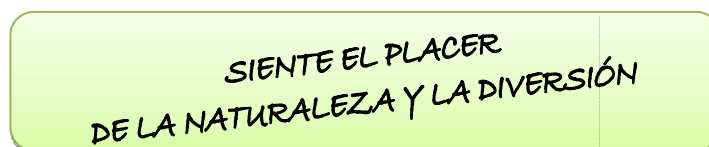
Grafico Nro. 3



Slogan:

Frase corta y concisa que apoya y refuerza una marca, generalmente resaltado alguna característica o valor de la misma.

Grafico Nro. 4

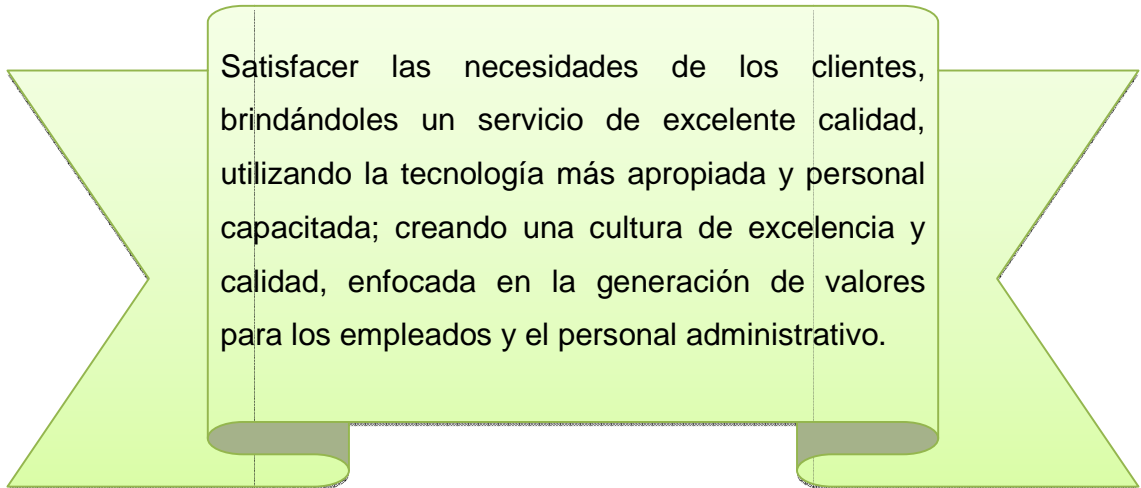




FILOSOFÍA EMPRESARIAL

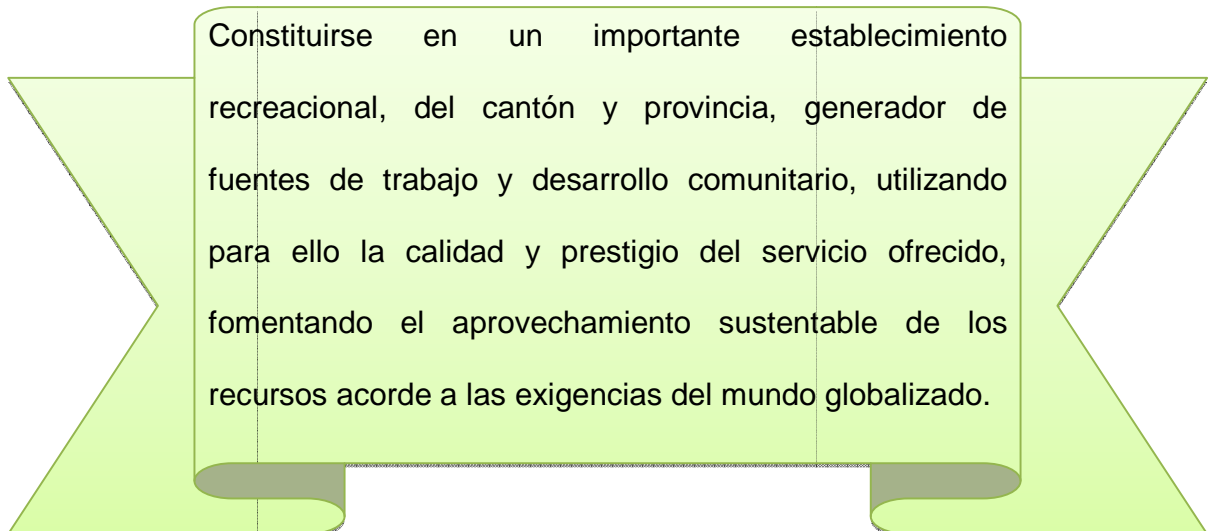
Misión

Grafico Nro. 5



Visión

Grafico Nro. 6





Valores

- Responsabilidad ambiental y social en la prestación de servicios de recreación.
- Respeto con el ambiente, comunidad y cliente.
- Disciplina en el en el desempeño de actividades y trabajo.
- Honestidad en el trabajo; y, actividades de servicios de recreación.
- Confianza en el desarrollo de las actividades de servicios de recreación y de gestión comercial.

Reglas Básicas

Los visitantes deben cumplir y conocer los deberes y obligaciones que posee el complejo recreacional, que son reglas básicas durante su estadía que tenga el máximo disfrute y seguridad

- ✓ No perturbar la estadía durante la permanencia en el complejo turístico, y no contaminar el medio ambiente.
- ✓ Respetar todos los seres que están habitan en el entorno ya sea personas animales y plantas etc. Y todo el medio ambiente en general
- ✓ No arrojar basura por cualquier lugar, sino en los lugares destinados para el efecto.
- ✓ Respetar todas las obras físicas y naturales que existente en el medio.
- ✓ Procurar la armonía con los demás turistas y la naturaleza.



- ✓ Observar las normas de seguridad, como regla general e indispensable, dejando apagadas las luces, cerrar las duchas del agua, etc.
- ✓ No portar útiles de valor por cuanto el complejo recreacional no se responsabiliza por las pérdidas que puedan suceder por descuido o por dejar en lugares no autorizados.

PRECIO.

El precio es el dinero a pagar al vendedor a cambio de recibir unos determinados bienes o servicios. Además en la estrategia comercial el análisis del precio es muy importante, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto.

El precio de nuestro servicio se lo determinará en base al estudio del costo de implementación y las ventas del servicio, como también a los precios fijados por la competencia en el mercado. El precio de ingreso a las instalaciones del centro recreacional es de 2,50\$ con el cual podrá acceder y hacer uso de la piscina, sauna, turco e hidromasajes, y demás instalaciones del mismo, excepto los servicios como: restaurante, bares de comida rápida y bebidas, salón para eventos sociales y culturales, bar/ discoteca; puesto que estos serán alquilados por el Gobierno autónomo del cantón Catamayo.



Precio de penetración

La competencia de precios en el mercado existe, mientras una baja de precio la otra lo hace de igual forma o viceversa; por lo tanto el centro recreacional procurara llevar un precio técnico, es decir, relacionar con la sumatoria de los costos totales más un margen de utilidad para la misma, pero este precio deberá ser lo suficientemente flexible para ajustarse en el mercado.

PLAZA.

En este caso se define dónde comercializar el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el servicio este en el lugar, en el momento y en las condiciones adecuadas. La plaza la constituyen las familias del cantón Catamayo; además al ser un cantón que cuenta con vías de acceso, tanto de la costa como de la sierra; como también es donde se encuentra el aeropuerto de la provincia de Loja. Se prevé la captación de los turista nacionales y extranjeros para este centro recreacional turístico.

❖ EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

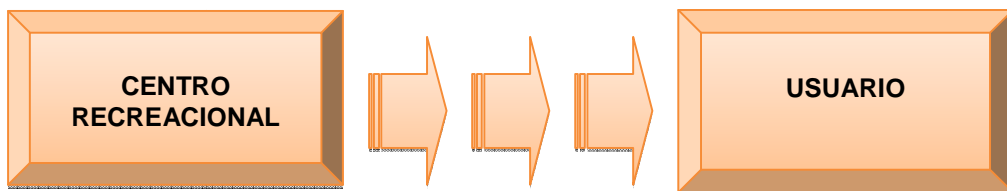
Los canales de distribución de un producto o servicio son los medios por el cual el producto o servicio llega al consumidor final. Según los estudios realizados, conjuntamente con el coordinador de turismo, hemos creído conveniente establecer dos canales de distribución, tales como:



CANAL # 1: En forma directa

Esta estrategia se lo empleara únicamente para el Área recreacional (Canchas deportivas y juegos infantiles; Áreas Verdes; Cabañas; Piscina; Sauna; Turco e Hidromasaje), Salón Social y Parqueadero.

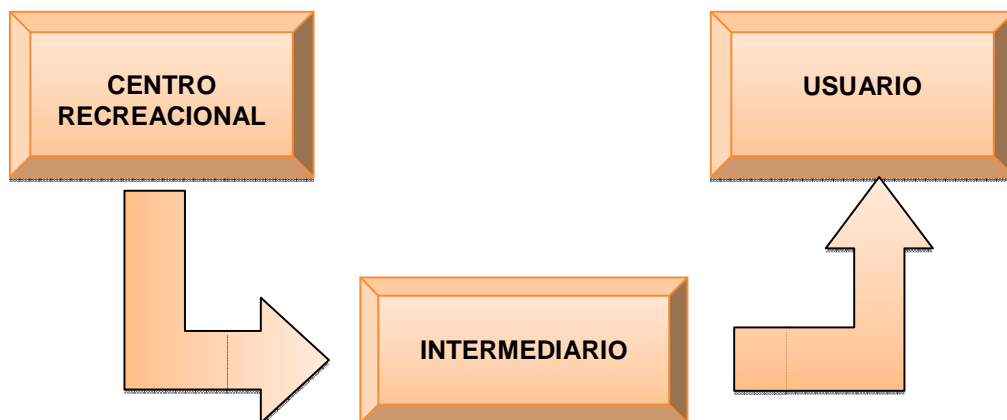
Grafico Nro. 7



CANAL # 2: En forma Indirecta

Este tipo de canal de distribución se empleara para el servicio de Restaurante, bares y discoteca; puesto que estos locales serán alquilados a personas particulares. Con el objetivo de brindar fuentes de trabajo a la ciudadanía del cantón; y contribuir al desarrollo de la mismo.

Grafico Nro. 8





PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Es el arte de persuadir al usuario, hacer conocer el servicio y la imagen del centro recreacional, influyendo positivamente en la persona y en el entorno situacional.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.

Mediante la promoción, el centro turístico recreacional puede obtener también una adecuada diferenciación, que le permita mantener una ventaja competitiva. No sólo se ha de considerar el número de puntos de venta del servicio disponible, sino también su ubicación, dimensión y ambientación. La diferenciación puede lograrse, en primer lugar, a través de la adecuada formación del personal de la organización, que convierta a los colaboradores en auténticos profesionales y proveedores, no sólo de sus productos y servicios, sino también de la imagen pública del centro.

Se realiza aprovechando el mercado existente que dispone del centro recreacional (ofreciendo paquetes turísticos, obsequiando rosas y llaveros con el logo publicitario). Promociones en días feriados (14 de febrero carnaval, día de la madre, día del padre etc.) y en los meses de (agosto, septiembre) que son visitados por la concurrencia de los comerciantes, turistas, pelegrinos concurren a este cantón por la peregrinación de la virgen del cisne

Es un incentivo de corto plazo para alentar las compras o ventas de nuestro servicio (Centro recreacional), la promoción consiste en:



Una vez que se ha construido el centro recreacional y que exista un posible mercado, es indispensable darlo a conocer, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles clientes, para transformarlos en un deseo y este en una necesidad.

Debido a que el servicio es un bien que además de ser intangible recibe su valor intrínseco en el servicio ofrecido, es necesario darle una forma tangible de hacerlo conocer; dentro del cual se exhibirá el logotipo, el nombre y el eslogan elegido anteriormente, que estará presente en toda la campaña publicitaria del Centro Recreacional Turístico.

Los elementos que utilizaremos para hacer llegar la información a los mercados turísticos son:

❖ **PUBLICIDAD.**

Es una comunicación masiva e impersonal, sus mensajes llegan al público en forma rápida y generalizada.

Se utilizara la prensa radial (Radio WG Milenio), TV (Multicanal Catamayo) y servicio de internet, para persuadir a los potenciales clientes a visitar el Centro Recreacional Turístico mostrándoles los atractivos turísticos del cantón Catamayo y los servicios Del Centro Recreacional.

Cuñas Radiales: Se realizaran por intermedio de Radio (WG Milenio), en la cual pasaremos 4 cuñas publicitarias al día, de Lunes a Viernes, dándonos



un total de 88 cuñas en el mes (22 días); las mismas que tendrán un costo de 0,80 USD. C/u, dando un total de \$ 70,40 USD mensualmente; dándonos un costo anual de \$ 844,80.

Spot por la TV: se lo realizara en el Multicanal Catamayo, en el cual pasaremos 1 spot publicitario pasando un día, de lunes a viernes, dándonos un costo de \$ 6,00 Dólares cada uno, y un costo mensual de \$ 66,00 Dólares; por ende el costo publicitario en este medio será de \$ 792,00 Dólares.

Publicidad por Internet: este medio de publicidad se lo realizara a través de la página web del municipio, en donde se tendrá un costo de \$ 20,00 Dólares mensuales; y un costo anual de \$ 24,00 Dólares.

Cuadro Nro. 57 PRESUPUESTO DE LAS CUÑAS PUBLICITARIAS

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	C/U	MENSUAL	ANUAL
Spots Radial GW Milenio (4/d. - Lun a Vie)	88 pautajes	1056	0,8	70,4	844,8
Spots TV Multicanal C Catamayo (pasando un día)	11	132	6	66	792
Página Web	1	12	20	20	240
TOTAL:				186,4	2236,8

Fuente: Radio WG Milenio, Multicanal Catamayo, Municipio de Catamayo
Elaboración: Las Autoras

❖ MATERIALES DE APOYO

Para reforzar la publicidad se elaborara volantes, trípticos y rotulo, donde se expondrá los servicios del Centro Recreacional y los atractivos naturales y



culturales del cantón Catamayo. Los cuales se entregaran un mes antes de la apertura, para invitar a los turistas a conocerlos; y en el transcurso de vida útil del proyecto, algunos de estos materiales se entregaran en agencias de viaje, centros de informaciones turísticas y en el aeropuerto de esta provincia.

Cuadro Nro. 58

PRESUPUESTO PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Volantes	1000	12000	0.02	20.00	240.00
Trípticos	100	1200	0.50	50.00	600.00
Rótulos (Gigantografía)	3	3	100.00	300.00	300.00
TOTAL:				370.00	1140.00

Fuente: Imprenta Santiago

Elaboración: Las Autoras

❖ **Comunicación directa**

La comunicación directa comprenderá todas las formas de comunicación sin intermediarios, que la entidad tendrá con sus clientes, podrá ser hecha personalmente, por teléfono o por correo directo.

Tácticas de Venta

Para captar una mayor demanda de clientes y garantizar la ocupación es conveniente realizar alianzas estratégicas.

Por ello hemos determinado efectuar convenios con Agencias de Viajes para incluir al Centro Recreacional dentro de los circuitos que ellos fijan. La



Táctica de venta estará fijada en asignarles una comisión del 8% del valor conseguida por ellos.

Políticas de Servicio

El objetivo central de la política de servicios será la satisfacción y bienestar del cliente, que conduce a garantizar la rentabilidad del proyecto. Anhelamos que todos los clientes sientan que por su dinero les proporcionemos el servicio más idóneo que jamás hayan recibido en otro establecimiento similar.

El servicio del Centro recreacional significa productividad de los empleados, calidad cortesía, presentación adecuada, atención personalizada y amable. Puesto que los turistas son sensibles al servicio que reciben del personal; y las personas que entran al contacto con este proyectan actitudes que le afectan.

Consciente o inconscientemente, el cliente siempre va a evaluar la forma como le prestan los servicios, como tratan a los otros clientes y como esperaría que le traten a él. Esta sería la mejor política, el dar un buen servicio para lograr que ellos nos refirieran con otros turistas.

Otra política será la de mantener los precios en márgenes razonables y acordes con el mercado turístico, cumpliéndole así lo prometido a nuestros demandantes.



g.2. ESTUDIO TÉCNICO

“Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción se considerar los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacios físicos y recursos humanos.

En esta parte del proyecto se determinan los requerimientos de los recursos básicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto revisando las características de los elementos que nos serán de vital importancia para la creación del centro recreacional.

El Estudio Técnico comprende los siguientes aspectos:

1. Tamaño.
2. Localización del Proyecto.
3. Ingeniería del proyecto.

g.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto; utilizando todos los recursos invertidos, reduciendo los costos, generando las máximas utilidades; tomando en cuenta las siguientes variables: Demanda existente, disponibilidad de insumos, la magnitud del espacio físico necesario



para el funcionamiento adecuado del complejo turístico recreacional y su localización.

g.2.1.1. CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO

Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente. Se mide en el número de visitas originadas en una determinada unidad de tiempo.

Para establecer la capacidad instalada del presente proyecto tomamos en consideración el resultado de la demanda insatisfecha para el primer año de vida útil que es de **141543** visitas, por el 100% de la demanda cubierta (cuadro Nro. 56).

Siendo la capacidad instalada para **141543** turistas para este complejo recreacional, logrando así cubrir el 100% la demanda insatisfecha

Cuadro Nro. 59

CAPACIDAD UTILIZADA			
Año	DEMANDA INSATISFECHA (VISITA)	%	CAPACIDAD INSTALADA
1	141543	100%	141543
2	144332	100%	144332
3	147174	100%	147174
4	150047	100%	150047
5	152978	100%	152978
6	155934	100%	155934
7	158990	100%	158990
8	162127	100%	162127
9	165270	100%	165270
10	168486	100%	168486

Fuente: Cuadro Nro.56

Elaboración: Las Autoras



g.2.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA

Toda empresa al iniciar sus actividades no puede utilizar al 100% la capacidad instalada por diversos motivos como son: limitados recursos financieros, introducción del producto al mercado, búsqueda de la materia prima, contratación de mano de obra; también debemos tomar en consideración que se va a atender las 52 semanas al año, y 5 días a la semana (es decir no se atenderá lunes y martes). Tomando en cuenta todos estos factores se creyó conveniente atenderá **113.162 visitas el primer y segundo año** que equivale al **80% de la capacidad instalada**. Para los años siguientes es decir el año **3 y 4** la capacidad utilizada subirá el 5% dándonos un total de **120235 visitas, es decir se utilizara el 85% de la capacidad instalada**. Este porcentaje de crecimiento se utilizara para los demás años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 60

CAPACIDAD UTILIZADA			
Año	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	141453	80%	113162
2	141453	80%	113162
3	141453	85%	120235
4	141453	85%	120235
5	141453	90%	127308
6	141453	90%	127308
7	141453	95%	134380
8	141453	95%	134380
9	141453	100%	141453
10	141453	100%	141453

Fuente: Cuadro Nro.
Elaboración: Las Autoras



g.2.1.3. CAPACIDAD FINANCIERA

El proyecto será implementado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; el mismo quien financie este proyecto conjuntamente con el Banco del estado. Vale recalcar que la entidad interventora deberá aportar con el 20% del monto total del proyecto, es por ello que el Banco del Estado Aporta hasta el 80% de la misma; considerando que el monto aportado por dicha institución financiera, no será reembolsable.

g.2.1.4. CAPACIDAD ADMINISTRATIVA.

El éxito de los negocios tiene su base en la combinación de habilidades y conocimientos administrativos, para lograr metas de operación y resultados óptimos en los negocios; es por ello que este centro recreacional, estará manejado por el departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo y contara con: Un Administrador, La Secretaria.

g.2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

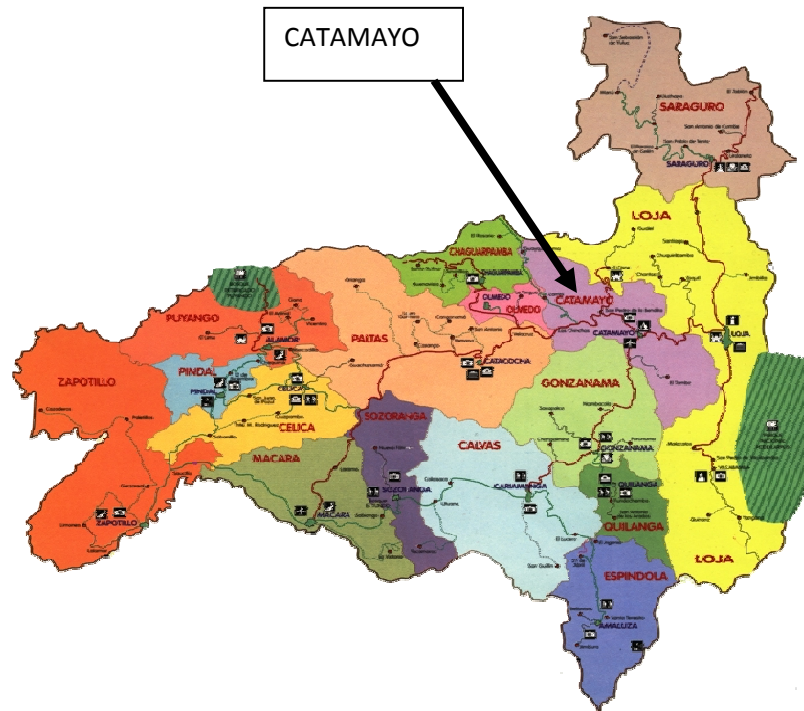
El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

g.2.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El complejo recreacional se establecerá en la región sur del ecuador, provincia de Loja, cantón Catamayo.



Grafico Nro. 9
MAPA DE LA DIVISIÓN GEOGRÁFICA DEL A PROVINCIA DE LOJA



El Cantón Catamayo por su localización geográfica constituye en un importante centro de comercio, en ella concurre vías de comunicación y transportación desde diferentes sectores de la provincia; una de ellas al sur hacia las poblaciones de Gonzanama y Cariamanga; otra vía hacia la costa por San Pedro de la Bendita y Zambí, y la tercera al norte, pasando por la capital, Loja, hacia Saraguro. Por tratarse de una zona principalmente agrícola existe una importante relación comercial a través de estas vías donde entran y salen los productos. La ubicación del aeropuerto principal de la provincia en Loja exige un cierto desarrollo de esta ciudad para atender las necesidades de la población en tránsito que utiliza este sistema de comunicación.



LIMITES

Catamayo está ubicado al sur del país, pertenece a la provincia de Loja, se localiza al oeste de la ciudad de Loja, sus límites son:

Al Norte.- por la Provincia del Oro y el cantón Loja

Al sur- con los cantones Gonzanama y Loja,

Al Este.- por el cantón Loja, (

Al Oeste.- y al Oeste por el cantón Chaguarpamba y el cantón Olmedo

Sus coordenadas geográficas extremas son: al norte 79° 34', al sur 70° 19', al Oriente

DIVISION POLITICA DEL CANTÓN CATAMAYO

Políticamente el cantón se encuentra distribuido de la siguiente manera:

2 parroquias urbanas

- San José y
- Catamayo

4 Parroquias Rurales

- Zambí
- Guayquichuma,
- El Tambo
- San Pedro de la Bendita.



RELIEVE Y TOPOGRAFÍA

El relieve del cantón Catamayo es aproximadamente plano, limitado por colinas alargadas que se extienden con rubro noreste-sureste y que coinciden aproximadamente con la dirección general de la cordillera de los Andes. Las laderas que circundan al valle de Catamayo presentan un relieve irregular; en cambio, la parte casi plana presenta un relieve irregular; en cambio, la parte casi plana presenta un relieve que se desarrolla desde los 1.240 m.s.n.m. en el límite este, hasta 1.200 m.s.n.m. hacia el Río Guayabal, al oeste. Esta situación ha favorecido la implantación del Aeropuerto en “La Toma”.

Clima:

Subtropical semiárido, Catamayo posee un clima, pertenece a la zona de vida Monte espinoso pre montano con una relación evapotranspiración-lluvia de 4-3. A continuación se detallan todas las características climáticas de la zona. La temperatura media anual es de 23 °C. Las temperaturas medias mensuales oscilan entre 22 °C y 25 °C. Las fluctuaciones de las temperaturas diarias más importantes son entre 13 °C y 23 °C

g.2.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN



Grafico Nro. 10 NODOS DEL DESARROLLO TURISMO



Se refiere al lugar específico donde estará ubicado el centro recreacional. Los factores que inciden en la localización del proyecto son, paisajes naturales, clima, riqueza hídrica, abundante flora y fauna y una gran biodiversidad, entre otros

De acuerdo a los factores antes mencionados estará localizado en el cantón Catamayo en una reserva ecológica junto a la rivera del rio Boquerón, que consta de 3.70 hectáreas que está bajo la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo.

Para determinar la localización se tomó en cuenta algunos factores como:



- **ACCESO AL CENTRO RECREACIONAL.**

Este factor es fundamental ya que de esto depende la elaboración de nuestro producto; Este sector cuenta con vías de acceso terrestre, tanto de la región costa como de la región sierra, y como una fortaleza mayor podemos decir que cuenta con un Aeropuerto, para el acceso de los turistas por vía aérea.

- **MERCADO DEMANDANTE**

El centro recreacional será implementada dentro de un mercado con posible incidencia a nivel local, regional, nacional e internacional el mismo que está dispuesto a recibir turistas tanto nacionales como extranjeros

- **MANO DE OBRA**

Este es otro factor importante que se toma en cuenta para la localización del proyecto y el Cantón Catamayo cuenta con la suficiente mano de obra para la puesta en marcha del proyecto.

- **SERVICIOS BÁSICOS**

Otros de los factores considerados son los servicios básicos y estos sectores cuenta con todos los servicios (medios de comunicación, agua potable, energía eléctrica), mismos que son indispensables para llevar a cabo la implementación del proyecto.

g.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el estudio técnico del proceso de producción óptimo para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la prestación del servicio que se ofrecerá. A su vez el estudio de ingeniería sirve para determinar las



inversiones requeridas en lo concerniente a la instalación de equipos obras físicas, determinación de distribución de la planta, requerimiento de personal, entre otros.

g.2.3.1. INGENIERIA DEL PROCESO

El proceso que se ha establecido para la prestación de servicio, permitirá realizar una distribución física ordenada, así como, la ubicación secuencial del equipo y maquinaria a utilizarse en cada proceso siendo diferentes los servicios a ofrecerse, además nos ayuda a determinar el número de personas que participaran dentro de la empresa.

Proceso: es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes y servicios mediante una determinada función.

Proceso Tecnológico Para Descripción Del Servicio

✚ **Servicio de recepción (centro de información):** La recepción es el primer paso a dar dentro de todos los servicios que la empresa ofrecerá, por cuanto se identifica a la persona o personas que pretenden hacer uso de los mismos, y se considera lo siguiente: explicación exhibición

Al cliente se le indicara los servicios que ofrece el complejo recreacional detallando con mística la, comodidad, ambiente, tarifa y más aspectos a fines; una vez que el cliente decide tomar estos servicios se registrara, luego cancelara el valor de los servicios a utilizar (se entregara los respectivos tickets).



+ PROCESOS DEL SERVICIO DE RECEPCIÓN

1. Arribo de los clientes: Es la llegada de todos los turistas al centro recreacional
2. Saludo de bienvenida: La secretaria se encargara de atender a los turistas y brindar la información sobre los servicios que el centro ofrece.
3. Información de los servicios que ofrece y tarifa de costo: En esta etapa se les brindara toda la información necesaria de todas las instalaciones con las que cuenta el centro recreacional y costos de las mismas
4. Decisión de adquirir el servicio: Luego de informado y de acuerdo a su conveniencia solicitan el servicio.
5. Cancelación de costo: Una vez realizado lo anterior se procede al cobro del servicio deseado por el turista
6. Verificación de la Cancelación del Costo: Se procede a verificar el dinero del pago del servicio adquirido.
7. Entrega de Tiques. Luego se hace entrega del respectivo tique o tiques a los clientes
8. Ingreso del cliente. El cliente procede al ingreso del centro recreacional.
9. Desplazamiento del cliente: Los clientes se desplazarán a las instalaciones de su preferencia; por las cuales pagaron.



Grafico No. 11
MATRIZ DE PROCESOS DEL SERVICIO DE RECEPCIÓN

DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO		RESUMEN											
ACTIVIDAD: Recepción del cliente		ACCIONES			Actual			Propuesta			Economía		
INICIO: Arribo FIN : desplazamiento del cliente					Nro.	M	Min	Nro.	M	Min	Nro.	M	Min
PERSONA PREPARADO POR: Las autoras	MATERIAL FECHA: DD/MM/AA	OPERACIÓN		0	4	11							
		TRANSPORTE		0	3	5							
		INSPECCIÓN		0	1	1							
		DECISIÓN		0	1	3							
UNIDAD ADMINISTRATIVA : secretaria		ALMASENAJE		0		0							
TOTALES				0	9	20							
Paso Nro.	DESCRIPCIÓN DEL METODO		SIMBOLOS					ANALISIS			CAMBIOS		
	ACTUAL	PROPUESTA	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	DECISIÓN	ALMACENAJE	DISTANCIA M	CANTIDAD Q	TIEMPO	OBSERVACIONES	ELIMINAR	COMBINAR
1									3				
2									3				
3									5				
4									3				
5									2				
6									1				
7									1				
8									1				
9									1				
TOTALES				11	5	1	3	0		20			



✚ PROCESOS DEL SERVICIO DE PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE

1. Decisión del servicio de preferencia: Los visitantes podrán escoger los servicios de piscina, sauna, turco e hidromasaje de acuerdo a su preferencia por los cuales fueron cancelados.
2. Adquisición de Casilleros: Es donde los usuarios guardaran sus pertenencias para seguridad de las mismas.
3. Ingreso al servicio de piscina: De ser elegido este servicio el usuario deberá ingresar con la ropa adecuada para el mismo.
4. Ingreso al servicio de sauna: De igual manera para este servicio y además deberá acatar con las normas de tiempo recomendado.
5. Ingreso al servicio de turco: El cliente podrá hacer uso de este servicio siempre y cuando ingrese con la vestimenta apropiada para el mismo.
6. Ingreso del servicio de hidromasaje: El usuario podrá tomar un baño de hidromasaje, siguiendo las respectivas recomendaciones del mismo



Grafico Nro. 12
MATRIZ DE PROCESOS DEL SERVICIO DE PISCINA, SAUNA, TURCO E
HIDROMASAJE

DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO		RESUMEN													
ACTIVIDAD: Recepción del cliente		Actual			Propuesta			Economía							
INICIO: Arribo FIN : desplazamiento del cliente		ACCIONES			Nro.	M	Min	Nro.	M	Min	Nro.	M	Min		
PERSONA PREPARADO POR: Las autoras	MATERIAL FECHA: DD/MM/AA	OPERACIÓN				0									
		TRANSPORTE				0	4		14						
		INSPECCIÓN				0									
		DECISIÓN				0	1		2						
UNIDAD ADMINISTRATIVA : secretaria		ALMACENAJE				0	1		3						
PASO Nro.	DESCRIPCIÓN DEL METODO	TOTALES							0	6		19			
	ACTUAL	PROPUESTA	SIMBOLOS					ANÁLISIS			OBSERVACIONES	CAMBIOS			
			OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	DECISIÓN	ALMACENAJE	DISTANCIA M	CANTIDAD Q	TIEMPO		ELIMINAR	COMBINAR	MEJORAR	
1	Decisión del servicio de preferencia								2						
2	Adquisición de Casilleros								3						
3	Ingreso al servicio de piscina								5						
4	Ingreso al servicio de sauna								3						
5	Ingreso al servicio de turco								3						
6	Ingreso del servicio de hidromasaje								3						
TOTALES			14		2	3			19						



✚ PROCESOS DEL ARQUILER DEL SALÓN SOCIAL

1. Cliente: Cliente Interesado por el servicio a ofrecer.
2. Información: Se brinda toda la información sobre el servicio de alquiler del salón social que desea adquirir para la organización del evento.
3. Acepta proforma: Se realiza la proforma y en caso de aceptarse, se destina la fecha y hora del evento.
4. Determinación de costos: Se acordara entre ambas partes el costo que tendrá la adquisición del servicio
5. Contratación del servicio: En caso de requerir el servicio de alquiler, el usuario decidirá los materiales y equipos a ser alquilados.
6. Inventario: se procederá a realizar el inventario, para luego efectuar el traslado de los materiales hacia el lugar del evento (salón social) en el que intervendrán la secretaria y los operarios
7. Inspección final: Durante la ejecución del evento se realiza una inspección del mismo es decir que al llevarse a cabo se tendrá un control durante su desarrollo
8. Factura: Culminado esto se procederá a la elaboración de la factura y pon ende del pago
9. Cobro: Se procede al cobro del alquiler de servicio



Gráfico No. 12
MATRIZ DE PROCESOS DEL ARQUILER DEL SALON SOCIA

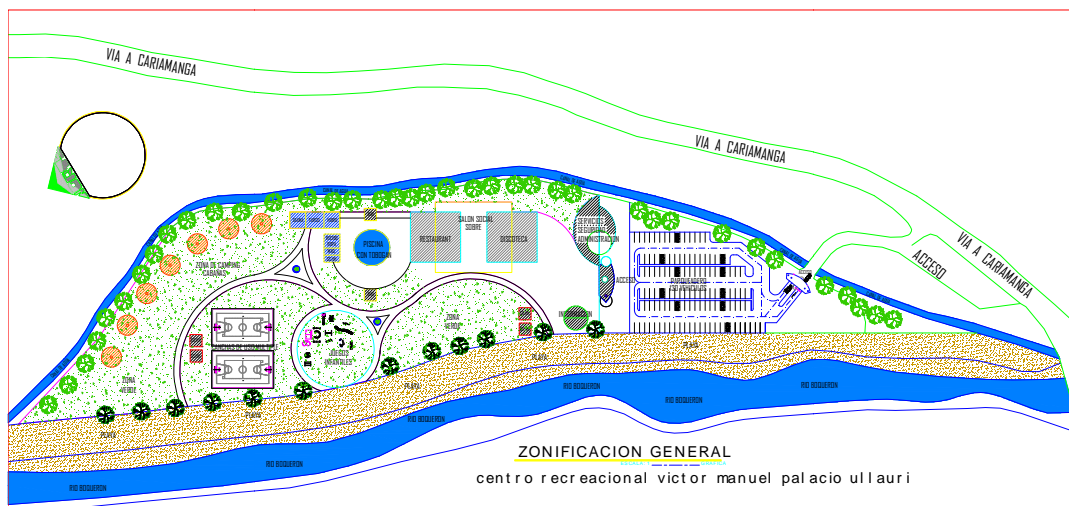
DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO		RESUMEN													
ACTIVIDAD: Recepción del cliente		Actual			Propuesta			Economía							
INICIO: Arribo FIN : desplazamiento del cliente		ACCIONES			Nro	M	Min	Nro	M	Min	Nr o.	M	Mi n		
PERSONA PREPARADO POR: Las autoras	MATERIAL FECHA: DD/MM/AA	OPERACIÓN		0	5	11									
		TRANSPORTE		0	1	5									
		INSPECCIÓN		0	2	1									
		DECISIÓN		0	1	3									
UNIDAD ADMINISTRATIVA : secretaria		ALMASENAJE		0	0	0									
PASO Nro.	DESCRIPCIÓN DEL METODO	TOTALES					0	9	45						
	ACTUAL	PROPUESTA	SIMBOLOS			ANALISIS			OBSERVACIONES	CAMBIOS					
			OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	DECISIÓN	ALMACENAJE	DISTANCIA M		CANTIDAD Q	TIEMPO	ELIMINAR	COMBINAR	MEJORAR	
1	Cliente									3					
2	Información:									6					
3	Acepta proforma									4					
4	Determinación de costos									10					
5	Contratación del servicio									3					
6	Inventario:									10					
7	Inspección final									5					
8	Factura									2					
9	Cobro									2					
TOTALES			23	3	15	4				45					



g.2.4. DISTRIBUCION DE LA PLANTA

La distribución de la planta es el lugar u obra física, en donde el centro recreacional va a desarrollar sus actividades de administración y prestación del servicio, además se organiza en forma secuencial todos los espacios de los diferentes puestos de trabajo y sitios de constante actividad.

**GRAFICO Nro. 14
DISTRIBUCION FISICA**



El área total del terreno es de 3,70 Hectáreas, dentro de las cuales se identificara varias instalaciones, distribuidas de la siguiente manera:

- Oficinas del Área Administrativa, de 20 m²; construidas con hormigón armado.
- Un centro de información de 20 m², construidos con estructura metálica.
- Centro de Seguridad de 7 m², construidas con hormigón armado.



- Un salón social de 600 m², capacidad para 450 personas, construidas con hormigón armado.
- Una discoteca de 150 m², para capacidad de 120 personas, construidas con hormigón armado.
- Un restaurante de 200 m², construida con hormigón armado; la capacidad es para 100 personas. Y consta de Cocina, comedor, baños, bodega.
- Bar de Bebidas de 20 m², construida con estructura metálica.
- Bar de Comida Rápida de 15 m², construidas con estructura metálica.
- Una piscina de 250 m² con estructura de hormigón armado; y el tobogán de 15 ML (Metros Lineales) construida con metal y plástico.
- Sauna, turco e Hidromasaje de 15 m² cada uno.
- Dos Canchas de uso múltiple de (18m x 30m.) cada una.
- Juegos infantiles, de metal y madera, construidas en un área de 25 m²
- Áreas Verdes, de 12,000 m²
- 7 Cabañas rusticas, de 75 m², cada una; construidas con Madera.
- 5 baterías sanitarias de (3m x 2.5m) cada una, construidas con estructura metálica.
- Un Parqueadero de 3200 m², con capacidad para 130 vehículos, construidos con asfalto



Presentación del centro recreacional

La presentación estará en todas las promociones y publicidades que la entidad les brinde a la colectividad, conjuntamente con la información del servicio que ofrece, las actividades, normas de higiene, conducta y seguridad interna y externa, para su mayor seguridad. Y se exhibirán en la TV, Internet, Trípticos, Hojas Volantes y Rótulos.

Servicios.

Área de restaurante y Bares de comida rápida y bebidas.-



El restaurante estará ubicado frente a la piscina, junto a la discoteca, donde se ofrecerá comidas y bebidas típicas; este local tendrá una capacidad para 100 personas. Los bares estarán ubicados a los alrededores de la piscina las cuales darán un servicio de heladería, bebidas y la degustación de comida rápida.



Salón para eventos sociales y culturales.



El salón social estará ubicado en altos del restaurante y la discoteca, tendrá una capacidad para 450 personas. El mismo que será de uso exclusivo del municipio; pero también será alquilado para eventos sociales de personas e instituciones particulares.

Bar/ discoteca



Un espacio moderado junto al restaurante para que nuestros clientes estén a gusto y puedan disfrutar de un pequeño aperitivo o simplemente disfrutar de una copa de las diversas variedades de licores y refrescos y para quienes les gustan el arte de bailar se pondrá a disposición dicho servicio. Este local tendrá una capacidad para 120 personas.



Servicio de cabañas



Los visitantes podrán elegir las cabañas de acuerdo a su preferencia, la misma que tendrá un diseño tradicional con materiales rústicos; lo cual brindará comodidad y satisfacción a los clientes. Estos locales tendrán una capacidad para 25 personas cada una.

Área deportiva y recreacionales.



La entidad contará con instalaciones de canchas deportivas, juegos infantiles, balnearios naturales, parcelas frutales, áreas verdes, y pueden ser utilizados por los clientes con horarios libres, pero con la finalidad de que todos puedan acceder a estos servicios.



Servicio de piscinas y toboganes



Los clientes pueden acceder para el uso de la piscina tanto como adultos y niños, pero cumpliendo las debidas recomendaciones tales con: Llevar ropa adecuada de baño, no ingresar con bebidas alcohólicas, ni alimentos y dejar sus vestimentas en los respectivos vestidores o casilleros.

Servicio de sauna turco e hidromasaje:



Este servicio al igual que el anterior es accesible a todos los clientes que deseen hacer uso de él, sin embargo tienen que regirse a recomendaciones con respecto del uso de este servicio, llevar todo lo apropiado, y por prudencia mantenerse en los equipos de tiempo necesario.

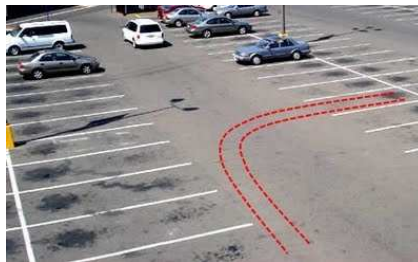


Área de baños y vestidores



Estarán ubicados alrededor de la piscina, podrán dar uso todos los clientes que requieran ingresar a la piscina, sauna, turco e hidromasaje.

Área de parqueadero



Un área exclusiva para los clientes que necesitan de este servicio, con una capacidad para 130 vehículos.

REQUERIMIENTO.

Determina la maquinaria personal y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo que deben estar acorde con los niveles de producción, de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer la tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado, la misma no debe ser



ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que se debe evitar el desperdicio.

Maquinaria

Cortadora de Césped (STHIL)

Motosierra (STHIL)

Aspiradora (ATRIX) Clin.125

Equipos

Amplificador (PIBEX)

Data Show (PANASONIC)

Pantalla para Proyección

Micrófonos Inalámbricos

Herramientas

Juegos de llaves

Martillo

Juego de Playos

Juego de Destornilladores

Combo de 4Lbs.

Taladro de ½

Bomba de Fumigar

Botes de basura Metálica.



Bien Muebles Para El Servicio

Hamacas

Personal administrativo y de mantenimiento

Administrador

Secretaria

Obreros

Indumentarias Del Personal de mantenimiento

Overol

Cofias (Gorras)

Guantes de Caucho y Cuero

Mascarillas de Carbón

Gafas de Protección

Botas de Caucho (Blancas)



g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La estructura organizativa es el sistema ordenado de regla y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales

El proyecto tiene un amplio alcance y más en sus perspectivas; para su manejo requiere de personal capacitado y plenamente identificado con los propósitos y valores empresariales.

g.3.1. BASE LEGAL

El centro recreacional pertenecerá al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; en vista de ello no necesitara una acta de constitución como compañía, sino que únicamente una ordenanza emitida por parte de la entidad a la que va a pertenecer.

g.3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Parte fundamental la etapa de operaciones del centro recreacional es la estructura organizativa con la que esta cuenta; ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que la conforma, la misma.

g.3.2.1. NIVELES ADMINISTRATIVOS

En el Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio Ullauri hemos señalado los siguientes niveles administrativos:

- **Nivel Legislativo** .- representa el primer nivel jerárquico y está constituido por la junta general de socios cuyas funciones básicas son



las de normar y determinar las diferentes políticas a seguir por la empresa ,normar mediante creación de reglamentos resoluciones y acuerdos asuntos de su competencia; planificar, organizar , dirigir, ejecutar y controlar planes de trabajo y acción que conlleve a obtener Resultados favorables para la empresa a fin de alcanzar los objetivos y metas ;Es el órgano estará direccionado y manejado por el Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Catamayo, por medio de la coordinación de turismo.

- **Nivel Ejecutivo.-** Está conformado por el Administrador el cual será nombrado por el nivel Legislativo y será responsable de planear, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades inmersas en el centro recreacional, como también vigilar el cumplimiento de las normas legales y reglamentarias, políticas, procedimientos y demás normativas establecidas en el mismo.
- **Nivel Auxiliar.-** Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En el Centro Recreacional este nivel estará conformado por la secretaria la misma que realizara la funciones de cajera – contadora quien llevara el registro contable y emitir los tiques para el ingreso del centro recreacional, y el guardia se encargara de la seguridad y orden dentro y fuera del centro recreacional.



- **Nivel Operativo.-** Todos los trabajadores que están encargados de la marcha operativa del centro recreacional para lo cual se contará con dos operarios que se encargaran del mantenimiento de las instalaciones y reparación del equipamiento del centro recreacional

ORGANIGRAMAS: Los organigramas que hemos establecido en el centro recreacional son tres: Estructural, funcional y posicional.

Organigrama Estructural

En lo relacionado con esta entidad, se ha utilizado un modelo vertical y por tanto la estructura está representada en forma de pirámide, en donde la máxima autoridad o nivel se encuentra en la parte superior y de la misma forma como descienden los niveles jerárquicos, en idéntico sentido fluirán las ordenes. Los niveles jerárquicos en el Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio Ullauri. Están representados en la siguiente forma:



Grafico Nro. 15

Organigrama Estructural

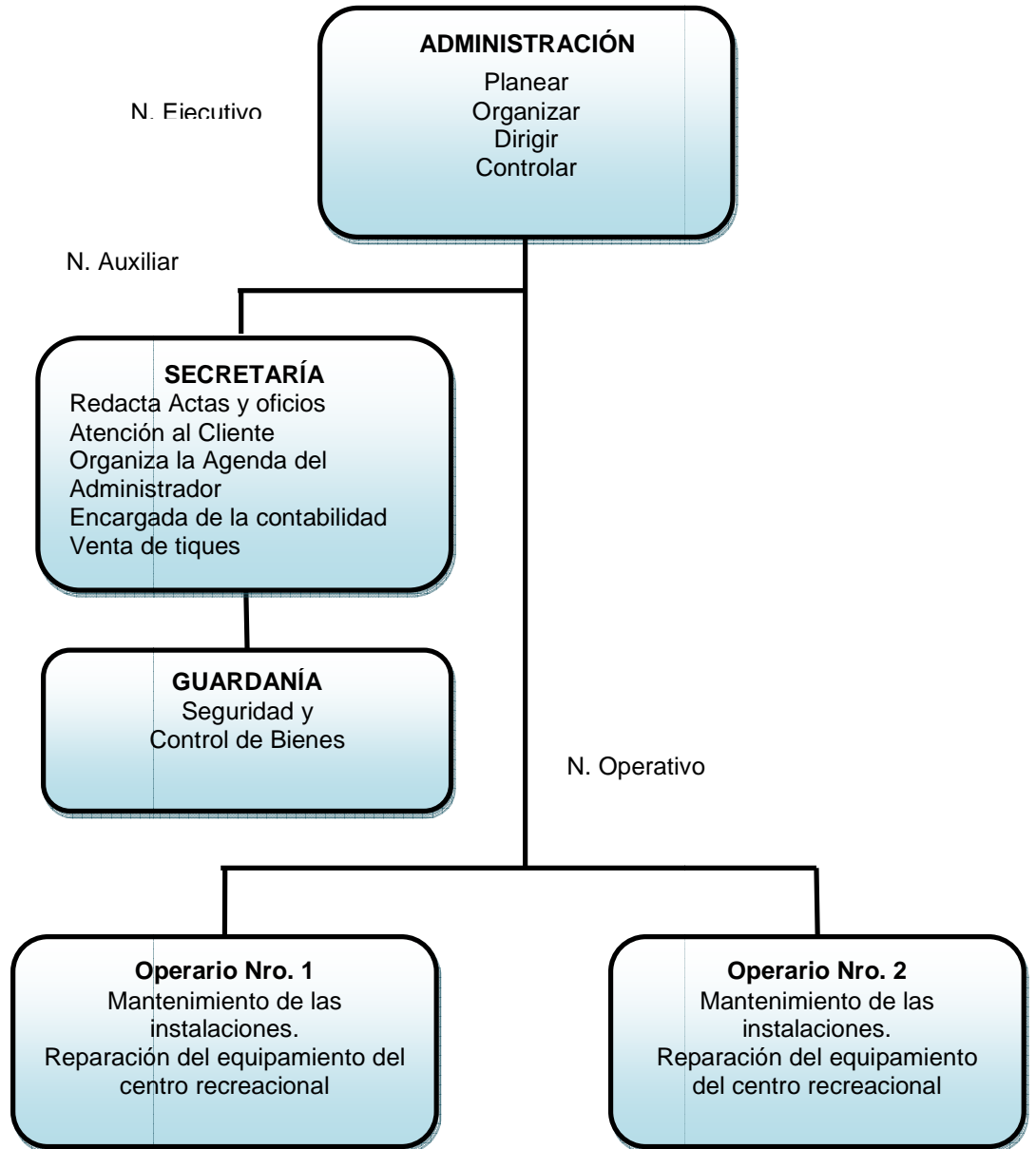


Organigrama Funcional.

Consiste en representar gráficamente todas las unidades administrativas, detallando las funciones básicas de cada una de ellas. Para describir las funciones se inicia por las más importantes y seguidamente se consideran las de menos importancia. En esta representación gráfica se da una visión general inmediata de las tareas básicas de cada unidad administrativa.



Grafico Nro. 16
Organigrama funcional

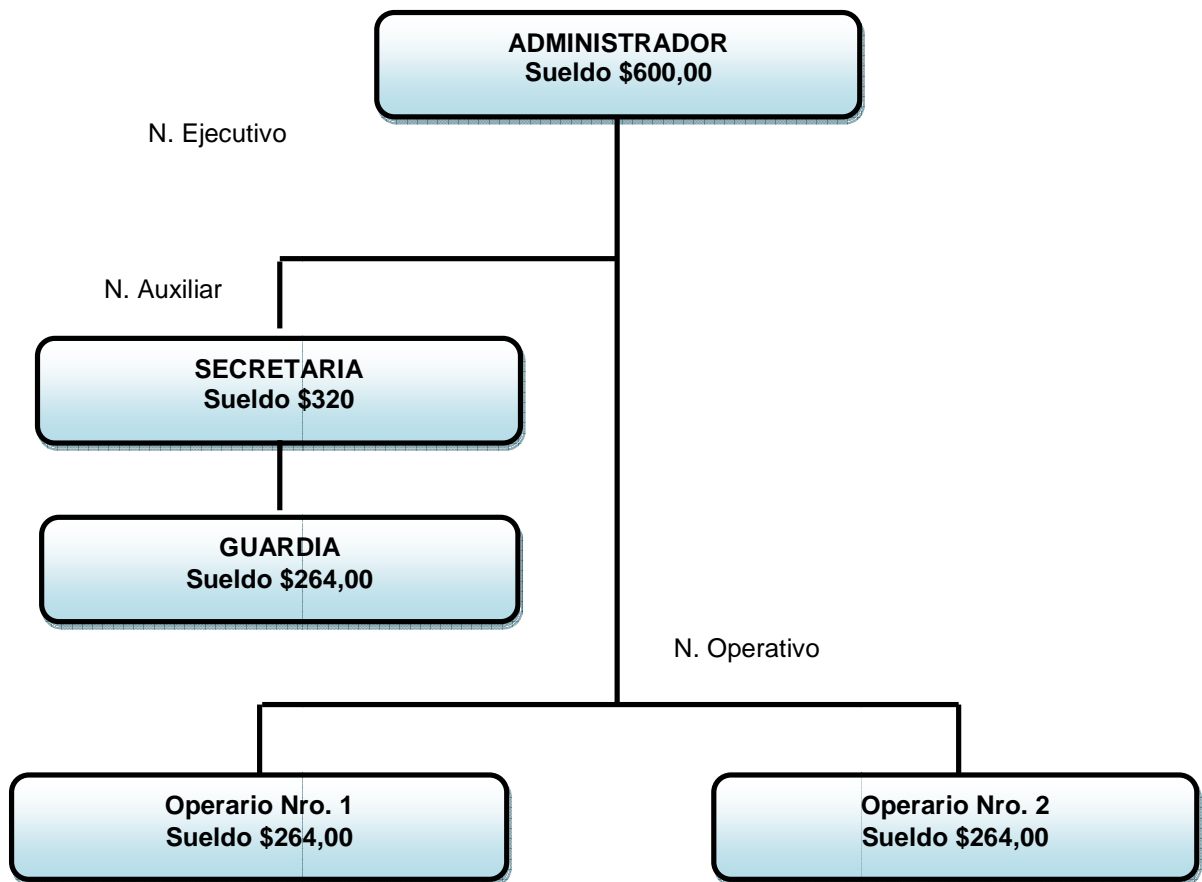




Organigrama Posicional.

Detalla el cargo y el sueldo que va a percibir cada unidad administrativa de acuerdo al nivel administrativo que se encuentre.


Grafico Nro. 17
Organigrama Posicional



g.3.2.2. Manual de Funciones.

El manual de funciones es una fuente de información, donde se describe en forma específica las tareas, deberes, y responsabilidades de cada uno de los puestos de trabajo, la naturaleza de las funciones, características de clase, y los requisitos mínimos que deben cumplir para ocupar el puesto respectivo.



	CENTRO RECREACIONAL VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI		Fecha: Octubre del 2011	
			Pág.	1
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS				
MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR				
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Administrador</p> <p>Código: CR-001</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato por tres meses (a Prueba)</p> <p>Ámbito de Operación: Centro de Recreacional.</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Coordinador de turismo del Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Catamayo</p> <p>Subordinados Directos: Los Operarios y la Secretaria</p> <p>Nivel Jerárquico: Ejecutivo</p> <p>Naturaleza del puesto:</p> <p>Responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades generales del Centro Recreacional.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mantener el correcto funcionamiento del centro recreacional.• Dirigir y controlar las funciones administrativas.• Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del desempeño del trabajo.• Brindar soporte técnico operativo en los aspectos relacionados a la gestión económica, financiera y administrativa.• Recomendar los programas de promoción y ventas, para los servicios ofrecidos por el centro.• Autorizar las compras.• Elaborar y presentar planificaciones anuales y presupuestos a consideración de la coordinación de turismo.• Presentar un informe administrativo y los balances semestrales a consideración de la Coordinación de Turismo.• Atender y promover nuevos clientes.• Realizar estrategias para el cumplimiento de las metas.• Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento del complejo recreacional.• Designar actividades diarias a los trabajadores.				



- Promover un adecuado ambiente laboral (Incentivar y Motivar a los empleados).

Responsabilidad:

- Dinero
- Personas
- Equipos y materiales
- Resultados

Comunicación:

- Ascendente con la coordinación de turismo.
- Descendente con los empleados.

ANÁLISIS DEL CARGO

Conocimientos:

- Administración de empresas o administración turística.

Título: Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración Turística

Experiencia: 3 años de haber desempeñado actividades similares

Iniciativa y Personalidad:

- Emprendedor (a)
- Colaborador (a)
- Saber llevar buenas relaciones con sus compañeros de trabajo

Riesgos:

Estrés laboral

ELABORADO:	REVISADO:	APROBADO:
-------------------	------------------	------------------




	CENTRO RECREACIONAL VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI	Fecha: Octubre del 2011		
		Pág.	1	de
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS				
MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA				
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Secretaria</p> <p>Código: Cr - 002</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato por tres meses (a Prueba)</p> <p>Ámbito de Operación : Centro Recreacional</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Administrador</p> <p>Subordinados Directos: Ninguno</p> <p>Nivel Jerárquico: Auxiliar</p> <p>Naturaleza del puesto:</p> <p>Brindar apoyo secretarial al Administrador para facilitar las labores de gestión</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Atención al público• Atender y efectuar llamadas telefónicas oficiales• Participación en reuniones de trabajo, elaborando informe acerca de lo tratado.• Llevar y mantener control estricto de la correspondencia, tanto la que ingresa como la que egresa• Elaboración de documentos oficiales, en computadora como solicitudes, memorándum, actas.• Organizar y mantener actualizado los Archivos de la oficina, documentos.• Redactar y mecanografiar correspondencia de acuerdo a instrucciones recibidas• Llevar la agenda de reuniones, citas, compromisos y otras actividades del Administrador y mantenerlo informado al respecto.• Conservar adecuadamente el archivo.• Certificar con su firma las copias de los documentos a su cargo.• Realizar las demás funciones que se le asigne <p>Responsabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Documentos				



<ul style="list-style-type: none">• Equipos y materiales <p>Comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ascendente con la Gerente <p>ANÁLISIS DEL CARGO</p> <p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Secretariado• Manejo del idioma inglés <p>Título: Secretariado Ejecutivo, Bachiller</p> <p>Experiencia: 6 meses de haber desempeñado actividades similares</p> <p>Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Responsable• Honesta• Puntual• Carismática <p>Riesgos:</p> <p>Estrés laboral</p>		
ELABORADO:	REVISADO:	APROBADO:




	CENTRO RECREACIONAL VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI		Fecha: Octubre del 2011	
	Pág.	1	de	2
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS				
MANUAL DE FUNCIONES DEL GUARDIA				
<p style="text-align: center;">C) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Guardia</p> <p>Código: CR - 003</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato por tres meses (a Prueba)</p> <p>Ámbito de Operación : Centro Recreacional</p> <p style="text-align: center;">D) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Administrador</p> <p>Subordinados Directos: Ninguno</p> <p>Nivel Jerárquico: Auxiliar</p> <p>Naturaleza del puesto:</p> <p>Brindar Seguridad y control de Bienes.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la seguridad y vigilar el ingreso de los vehículos. • Reportar la presencia de personas sospechosas, dentro y fuera del centro recreacional. Y Controlar los bienes del centro recreacional. <p>Responsabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Del orden • Seguridad del centro recreacional. <p>Comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente con el administrador <p>ANÁLISIS DEL CARGO</p> <p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Armas • Normas de seguridad • Guardianía. <p>Título: Bachiller.</p> <p>Experiencia: 6 meses de haber desempeñado actividades similares</p>				



Personalidad: <ul style="list-style-type: none">• Responsable• Honesta• Puntual• Carismática Riesgos: <ul style="list-style-type: none">➤ Asalto.➤ Daños físicos.		
ELABORADO:	REVISADO:	APROBADO:



	CENTRO RECREACIONAL VÍCTOR MANUEL PALACIO ULLAURI	Fecha: Octubre del 2011		
		Pág.	1	de
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS				
MANUAL DE FUNCIONES DE LOS TRABAJADORES				
<p>E) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Operario 1 y 2</p> <p>Código: CR - 004</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato por tres meses (a Prueba)</p> <p>Ámbito de Operación : Centro Recreacional</p> <p>F) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Administrador</p> <p>Subordinados Directos: Ninguno</p> <p>Nivel Jerárquico: Operativo</p> <p>Naturaleza del puesto:</p> <p>Mantenimiento y aseo de las instalaciones; reparación del equipamiento del centro recreacional.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Realiza instalaciones eléctricas.• Ver que el desagüe, cañerías, sistema de agua caliente, etc., se encuentren en buen estado.• Mantenimiento a la piscina, sauna, turco e hidromasaje.• Mantenimiento de las áreas verdes.• Realización de adecentamiento del centro recreacional. <p>Comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ascendente con el administrador <p>Responsabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Herramientas.• Maquinaria.• Útiles de aseo• Limpieza del centro recreacional. <p>ANÁLISIS DEL CARGO</p> <p>Conocimientos:</p>				



- Reparaciones y adecuaciones generales.
- Conocimiento en plomería.
- Mantenimiento de piscina.

Título:Bachiller.

Experiencia: 6 meses de haber desempeñado actividades similares

Personalidad:

- Responsable
- Honesta
- Puntual
- Carismática

Riesgos:

- Accidente con las maquinarias y herramientas

ELABORADO:

REVISADO:

APROBADO:



g.4.ESTUDIO FINANCIERO

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores así, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales, para la evaluación del proyecto y así poder determinar la rentabilidad de la misma.

g.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

g.4.1.1. INVERSIONES

Se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica del proyecto y que representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como: Terrenos, edificios, maquinaria, etc.

La mayor parte de las inversiones deben realizarse antes de la puesta en marcha del proyecto, pero también puede existir inversiones que sea necesario realizar durante la operación, ya sea por reemplazar activos desgastados o porque se requiere incentivar la capacidad instalada.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

➤ INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES

Se compone por los bienes de propiedad del centro recreacional, que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que les son indispensables para la



realización con su proceso productivo. Estos bienes son: Terreno, Construcción, maquinaria equipo para el servicio, herramientas, muebles y otros. Se llaman fijos porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Terreno.

Es la superficie plana en donde va estar ubicada nuestra empresa para realizar las actividades de producción.

Cuadro Nro. 62

PRESUPUESTO DE TERRENO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno Ha	3,7	\$ 1.023,99	\$ 3.788,76
TOTAL:			\$ 3.788,76

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Catamayo
Elaboración: Las Autoras

Construcción

Comprende el levantamiento de la planta, oficinas de administración, Atención al Cliente y otras construcciones destinadas para el cumplimiento del objeto social del centro recreacional.; las mismas que serán edificadas con materias de hormigón armado, estructura metálica, plástico, madera y accesorios complementarias.



Cuadro Nro. 63

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

Indicador	ESTRUCTURA	UNIDAD	AREA	V/UNITARIO	TOTAL
Piscina	Hormigón armado	M2	250,00	125,00	31250,00
Toboganes	Metal y plástico	ML	15,00	180,00	2700,00
Sauna	Hormigón armado	M2	15,00	125,00	1875,00
Turco	Hormigón armado	M2	15,00	125,00	1875,00
Hidromasaje (8 personas)	Estructura metálica	M2	15,00	125,00	1875,00
Restaurant (100 personas)	Hormigón armado	M2	200,00	90,00	18000,00
Bar de bebidas piscina	Estructura metálica	M2	20,00	65,00	1300,00
Bar comida rápida	Estructura metálica	M2	15,00	65,00	975,00
2 canchas (18 x 30) c/u	Hormigón simple	M2	1080,00	25,00	27000,00
Áreas verdes	Balnearios	M2	12000,00	5,00	60000,00
Juegos infantiles	Metal y madera	U	25,00	200,00	5000,00
Administración	Hormigón armado	M2	20,00	80,00	1600,00
Seguridad	Hormigón armado	M2	7,00	80,00	560,00
Baños en construcciones (7) (1.5x1.8)	Hormigón armado	M2	18,90	350,00	6615,00
Centro de información	Estructura metálica	M2	20,00	65,00	1300,00
Discoteca (equipada) 120 personas	Hormigón armado	M2	150,00	225,00	33750,00
Salón Social 450 personas	Hormigón armado	M2	600,00	70,00	42000,00
Baterías sanitarias (5) (3x 2.5)	Estructura metálica	M2	37,50	355,00	13312,50
Cabañas rusticas de 75 m2 (7)	Estructura madera	M2	525,00	60,00	31500,00
Parqueadero 130 vehículos	Asfalto	M2	3200,00	7,00	22400,00
Fuente: Arq. Víctor López					
Elaboración: Las Autoras					
				Total	304887,50



Maquinaria y Equipo.- Agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo.

Cuadro Nro. 64

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cortadora de Césped (STHIL)	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Motosierra (STHIL)	1	\$ 710,00	\$ 710,00
Aspiradora (ATRIX) Clin.125	1	\$ 1.262,00	\$ 1.262,00
TOTAL:			\$ 2.622,00

Fuente: Distribuidora PROALV de Wilson Alvarado
Elaboración: Las Autoras

Cuadro Nro. 65

PRESUPUESTO DE EQUIPO PARA EL SERVICIO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Amplificador (PIBEX)	2	720,00	1440,00
Data Show (PANASONIC)	1	700,00	700,00
Pantalla para Proyección	1	50,00	50,00
Micrófonos con cable	2	35,00	150,00
TOTAL:			2340,00

Fuente: Almacén Sonitec
Elaboración: Las Autoras

Herramientas

Son accesorios complementarios que se utilizara en el proceso de mantenimiento del centro recreacional.



Cuadro Nro. 66

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de llaves	1	9,90	9,90
Martillo	2	4,50	9,00
Juego de Playos	1	25,00	25,00
Juego de Destornilladores	1	12,00	12,00
Combo de 4Lbs.	1	9,80	9,80
Taladro de ½	1	53,00	53,00
Bomba de Fumigar	1	185,00	185,00
Botes de basura Metálica	10	25,00	250,00
TOTAL:			553,70

Fuente: Ferrisariato

Elaboración: Las Autoras

Muebles Para El Servicio

Incluye todos los valores que corresponde a los muebles que hacen posible dar un buen servicio a los clientes, dentro del centro recreacional.

Cuadro Nro. 67

PRESUPUESTO DE MUEBLES PARA EL SERVICIO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Hamacas	7	25,00	175,00
TOTAL:			175,00

Fuente: Hípervalle

Elaboración: Las Autoras

Equipo de Oficina

Incluye todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.



Cuadro Nro. 68

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	3	30,00	90,00
Telefax	1	120,00	120,00
Teléfono	2	22,00	44,00
TOTAL:			254,00

Fuente: Master PC

Elaboración: Las Autoras

Equipo de Computación

Comprende todos los computadores que utilizaremos para las diferentes oficinas como: Administración, Secretaria.

Cuadro Nro. 69

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	2	650,00	1300,00
TOTAL:			1300,00

Fuente: Master PC

Elaboración: Las Autoras

Muebles y Enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan para la educación de cada una de las oficinas de arriendo con la función para las que fueron diseñadas.



Cuadro Nro. 70

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	125,00	250,00
Archivador	2	50,00	100,00
Sillas Ejecutivas	2	45,00	90,00
Sillas metálicas cromadas	2	18,00	36,00
Sillas de espera unificadas	2	45,00	90,00
TOTAL:			566,00

Fuente: Mueblería San José

Elaboración: Las Autoras

➤ **INVERSIONES EN ACTIVO DIFERIDO O INTANGIBLE**

Se denomina también como activos intangibles, comprende el costo de investigaciones previas, diseños de ingeniería, y otros estudios que han sido necesarios e indispensables para la ejecución del proyecto. En vista de que el centro recreacional pertenece a un organismo del estado, no se procederá a cancelar el monto por: patente, permiso de funcionamiento y conformación del centro; es decir que todos estos rubros serán valorados en cero.

Cuadro Nro. 71

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS		
DETALLE	CANTIDAD	V/T
Patentes	-	0,00
Estudios preliminares	1	2178,45
Permisos de funcionamiento	-	0,00
Conformación del Centro	-	0,00
Línea Telefónica	-	78,00
TOTAL:		2256,45

Fuente: Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Catamayo.

Elaboración: Las Autoras



➤ INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones o de inicio de las operaciones hasta que alcancen un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, con lo que se determinara la inversión inicial, ya que después de transcurrido este periodo de tiempo, se comenzara a generar ingresos propios, producidos por ventas del servicio.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Insumos para el mantenimiento de la piscina y el hidromasaje

Dentro de este rubro se encuentra todos los componentes e insumos que nos servirá para el mantenimiento de la piscina y el hidromasaje.

Cuadro Nro. 72

PRESUPUESTO DE INSUMAS PARA EL MANTENIMIENTO DE LA PISCINA						
DETALLE	U / M	CANTIDAD REQUERIDA		COSTOS		
		MM	AA	UND.	MM	AA
Sulfato de Cobre (Cada Mes)	Kg	1,5	18	36,40	54,60	655,20
Sulfato de Aluminio(Cada Semana)	Kg	5	240	0,16	0,80	38,40
Cloro (Cada Mes)	Ltrs.	1,5	18	1,80	2,70	32,40
Cal (Cada Semana)	Kg	3	144	3,00	9,00	432,00
TOTAL:					67,10	1.158,00

Fuente:FARMALEMANA
Elaboración: Las Autoras



Cuadro Nro. 73

PRESUPUESTO DE INSUMAS PARA EL MANTENIMIENTO DEL HIDROMASAJE						
DETALLE	U /M	CANTIDAD REQUERIDA		COSTOS		
		MM	AA	UND	MM	AA
Sulfato de Cobre (Cada Mes)	Kg	0,09	1,08	36,40	3,28	39,31
Sulfato de Aluminio(Cada Semana)	Kg	0,3	14,4	0,16	0,05	2,30
Cloro (Cada Mes)	Ltrs.	0,09	1,08	1,80	0,16	1,94
Cal (Cada Semana)	Kg	0,18	8,64	3,00	0,54	25,92
TOTAL:					4,03	69,48

Fuente:FARMALEMANA
Elaboración: Las Autoras



Mano de Obra Directa

La constituyen los obreros, cuyos esfuerzos están asociados al mantenimiento y aseo del centro recreacional.

Cuadro Nro. 74

ROL DE PAGOS PROVISIONES MANO DE OBRA DIRECTA									
CARGO	SUELDOS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS / RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
							PROVICION	MENSUAL	ANUAL
OP 1	264,00	22,00	22,00	22,00	11	32,08	109,08	373,08	4476,91
OP 2	264,00	22,00	22,00	22,00	11	32,08	109,08	373,08	4476,91
TOTALES								746,15	8953,82

Fuente: Inspectoría de Trabajo
Elaboración: Las Autoras

Cuadro Nro. 75

LÍQUIDO A RECIBIR POR LOS OBREROS					
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					
Nº OBREROS	CARGO	SUELDO BASICO	APORT. IND. 9,35%	TOTAL DE EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR
1	OBRERO	264	24,68	24,68	239,32
2	OBRERO	264	24,68	24,68	239,32
TOTAL					478,63

Fuente: Inspectoría de Trabajo
Elaboración: Las Autoras



Agua para la piscina y el hidromasaje

Dentro de este rubro se encuentra el consumo de agua únicamente para el mantenimiento de la piscina e hidromasaje. Cabe recalcar que la cantidad a consumir no tendrá un valor monetario alguno, ya que el agua se obtiene de la rivera del río, para luego ser tratado, antes del uso.

Cuadro Nro. 76

PRESUPUESTO DE AGUA PARA LA PISCINA E HIDROMASAJE						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua (m3)	530	1590	0	0	0,00	0,00
TOTAL					0,00	0,00

Fuente: Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Catamayo.

Elaboración: Las Autoras

Agua potable

Dentro de este rubro se encuentra el consumo de agua potable para el resto de las instalaciones. Este rubro no tendrá valor alguno, ya que este centro recreacional, pertenece al municipio y son exentos de pago.

Cuadro Nro. 77

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua (m3)	18	216	0	0	0,00	0,00
TOTAL					0,00	0,00

Fuente: Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Catamayo.

Elaboración: Las Autoras

Energía eléctrica



La energía eléctrica se utilizara para el movimiento de las maquinarias y equipos en el transcurso de las operaciones.

Cuadro Nro. 78

PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo E. Eléctrica (Kw)	1100	13200	0,08	6,2	94,20	1130,40
TOTAL					94,20	1130,40

Fuente: EERSSA

Elaboración: Las Autoras

Presupuesto del gas industrial

Este insumo se utilizara para el funcionamiento del sauna y el turco.

Cuadro Nro. 79

PRESUPUESTO DE GAS INDUSTRIAL					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Gas Industrial	2	24	62,00	124,00	1.488,00
				124,00	1.488,00

Fuente: LOJAGAS

Elaboración: Las Autoras

Indumentaria del personal

Dentro de este rubro se encuentra todos los accesorios de protección y seguridad para el personal



Cuadro Nro. 80

PRESUPUESTO DE IDUMENTARIA DE PERSONAL					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Hoverol	4	8	25,00	100,00	200,00
Cofias (Gorras)	4	8	12,00	48,00	96,00
Guantes de Caucho	2	24	1,20	2,40	28,80
Guantes de Cuero	2	8	2,30	4,60	18,40
Mascarillas	2	4	6,90	13,80	27,60
Gafas de Protección	2	8	1,35	2,70	10,80
Botas de Caucho	2	4	7,90	15,80	31,60
TOTAL:				187,3	413,20

Fuente: Ferrisariato.

Elaboración: Las Autoras

Útiles De Aseo Y Limpieza

Son aquellos productos que nos sirven para dar una limpieza del área del centro recreacional

Cuadro Nro. 81

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Detergente 2Kg.	2	24	4,50	9,00	108,00
Jabón de tocador (Para Trabajadores)	2	12	0,45	0,90	5,40
Desinfectante 4lts.	1	12	8,00	8,00	96,00
Ajax 4lt.	1	6	5,00	5,00	30,00
Ambientadores (TIPS)	2	12	1,75	3,50	21,00
Cestas de Basura	2	12	2,00	4,00	24,00
Recogedores	2	4	8,00	16,00	32,00
Franclas	4	24	1,00	4,00	24,00
Escobas	2	8	1,50	3,00	12,00
Trapeadores	2	8	2,50	5,00	20,00
TOTAL:				58,40	372,40

Fuente: ROMAR

Elaboración: Las Autoras



GASTOS ADMINISTRATIVOS

Consumo de agua potable

El centro recreacional consumirá un promedio de 50 m³ de agua mensuales y anualmente tendrá un consumo de 600 m³. Este rubro no tendrá ningún costo ya que el centro recreacional le pertenece al municipio y está exento de pagos.

Cuadro Nro. 82

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua (m3)	50	600	0	0	0,00	0,00
TOTAL:					0,00	0,00

Fuente: Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Catamayo.

Elaboración: Las Autoras

Consumo de energía eléctrica

Se calcula sobre la base imponible más los gastos de iluminación requerida para las oficinas y sus equipos instalados.

Cuadro Nro. 83

PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
E. Eléctrica (Kw)	50	600	0,08	6,2	10,20	122,40

Fuente: EERSSA

Elaboración: Las Autoras



Servicio telefónico

Se la calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales del centro recreacional.

Cuadro Nro. 84

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE LINEA TELEFONICA						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo Regional	738	8856	0,01	6,2	13,58	162,96
Consumo Local	450	5400	0,01		4,50	54,00
					18,08	216,96

Fuente: CNT

Elaboración: Las Autoras

Útiles de oficina

Son aquellos implementos que ayudan al correcto funcionamiento de una empresa. Se estima que para materiales de oficina correspondan los siguientes elementos que se detallan a continuación.



Cuadro Nro. 85

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MM	AA	UND	MM	AA
Tintas de Impresora	2	4	16,50	33,00	66,00
Sellos	1	1	10,00	10,00	10,00
Carpetas (Unidad)	4	48	0,25	1,00	12,00
Hojas de papel A4 (Resma x500)	1	3	5,00	5,00	15,00
Lapiceros (Caja x 20)	1	1	3,50	3,50	3,50
Lápices (Caja x12)	1	1	2,00	2,00	2,00
Borrador (Caja x 12)	1	1	2,40	2,40	2,40
Grapadoras (Unidad)	3	3	5,00	15,00	15,00
Perforadoras	3	3	4,00	12,00	12,00
Grapas (Caja x100)	1	2	1,50	1,50	3,00
Clip (Caja x100)	1	2	1,50	1,50	3,00
Correctores (Unidad)	3	9	0,60	1,80	5,40
Cuadernos Académicos (Unidad)	3	9	1,25	3,75	11,25
Sacapuntas (Unidad)	1	1	3,50	3,50	3,50
Tableros (Unidad)	1	1	3,00	3,00	3,00
Marcadores (Unidad)	3	6	0,75	2,25	4,50
Talonarios de Tickets (x100 Unidad)	1	8	9,00	9,00	72,00
Archivadores (Unidades)	20	80	2,50	50,00	200,00
TOTAL:				117,20	367,55

Fuente: La Reforma

Elaboración: Las Autoras

Útiles de aseo y limpieza

Son aquellos que nos sirven para dar una limpieza a la empresa y como implementos de aseo personal de quienes lo integran la misma; y de esta manera dar una buena imagen tanto interna como externa de la misma.



Cuadro Nro. 86

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Jabón de tocador	2	24	0,45	0,90	10,80
Papel Hig. Scott 12u.	1	6	5,00	5,00	30,00
Ambiental Glade	1	12	2,50	2,50	30,00
Toallas de Mano	2	4	1,00	2,00	4,00
Desinfectante 4lts.	1	3	8,00	8,00	24,00
Ajax 4lt.	1	6	5,00	5,00	30,00
Cestas de Basura	4	4	2,00	8,00	8,00
Recogedores	1	1	3,00	3,00	3,00
Franelas	3	6	0,75	2,25	4,50
Escobas	1	2	1,50	1,50	3,00
Trapeadores	2	4	2,50	5,00	10,00
TOTAL:				43,15	157,30

Fuente:ROMAR

Elaboración: Las Autoras

Equipos De Primeros Auxilios

Se contara con un Botiquín, con todos los insumos necesarios para auxiliar en caso de una emergencia.

Cuadro Nro. 87

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE PRIMEROS AUXILIOS					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Botiquín Equipado	1	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL:				200	200

Fuente:Farmacia SANA SANA

Elaboración: Las Autoras



Sueldos y salarios

Es el pago que los empleados reciben por su trabajo, antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos

Cuadro Nro. 88

ROL DE PAGOS PROVISIONES									
CARGO	SUELDOS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS / RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
							PROV.	MM	AA
ADMINISTRADOR	600,00	50,00	50,00	50,00	25,00	72,90	247,90	847,90	10174,80
SECRETARIA	320,00	26,67	26,67	26,67	13,33	38,88	132,21	452,21	5426,56
GUARDIA	264,00	22,00	22,00	22,00	11,00	32,08	109,08	373,08	4476,91
TOTALES								1673,19	20078,27

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: Las Autoras

Cuadro Nro. 89

LÍQUIDO A RECIBIR POR LOS OBREROS					
GASTO ADMINISTRATIVO					
Nº OBREROS	CARGO	SUELDO BASICO	APORT. IND. 9,35%	TOTAL DE EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR
1	ADMINISTRADOR	600,00	56,10	56,10	543,90
1	SECRETARIA	320,00	29,92	29,92	290,08
1	GUARDIA	264,00	24,68	24,68	239,32
TOTAL					1.073,30

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: Las Autoras



GASTO DE VENTA

Publicidad

Se utilizara la prensa radial (Radio WG Milenio), TV (Multicanal Catamayo) y servicio de internet, para persuadir a los potenciales clientes a visitar el Centro Recreacional Turístico mostrándoles los atractivos turísticos del Cantón Catamayo y los servicios Del Centro Recreacional.

Cuadro Nro. 90

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Spots Radial GW Milenio (4/d. - Lun a Vie)	88 pautajes	1056	0,8	70,4	844,8
Spots TV Multicanal Catamayo (pasando un día)	11	132	6	66	792
Pagina Web	1	12	20	20	240
TOTAL:				156,4	1876,8

Fuente:Radio WG Milenio, Multicanal Catamayo

Elaboración: Las Autoras

MATERIAL DE APOYO

Para reforzar la publicidad se elaborara volantes, trípticos y rotulo, donde se expondrá los servicios del Centro Recreacional y los atractivos naturales y culturales del cantón Catamayo.



Cuadro Nro. 91

PRESUPUESTO MATERIAL DE APOYO					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Volantes	1000	12000	0,02	20	240
Trípticos	100	1200	0,5	50	600
Rótulos	3	3	100	300	300
TOTAL:				370	1140

Fuente: Imprenta Santiago

Elaboración: Las Autoras

➤ **DEPRECIACIONES:**

Constituye la pérdida de valor de los activos por efectos de utilización, esto hace que deba preverse el reemplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses del centro recreacional. Al hablar de las depreciaciones se procede a realizar de acuerdo al valor residual y a los años de vida útil de cada activo lo que permitirá conocer la cantidad anual que se debe retener.

FORMULA DE CÁLCULO:

En donde:

- VA = Valor Actual
- VR = Valor Residual
- VU = Vida Útil
- %DEP = Porcentaje de Depreciación
- DEP = Depreciación



Cuadro Nro. 92

BIENES A DEPRECIARCE	VIDA UTIL	%	CANATIDAD
Construcción	20 años	5%	\$ 304.887,50
Maquinaria	10 años	10%	\$ 2.622,00
Equipos	10 años	10%	\$ 2.340,00
Herramientas	5 años	20%	\$ 553,70
Bien Mueble	10 años	10%	\$ 175,00
Equipo de Oficina	10 años	10%	\$ 254,00
Equipo de Computo	3 años	33%	\$ 1.300,00
Muebles y Enseres	10 años	10%	\$ 566,00

Fuente: Cuadro Nro. 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Elaboración: Las Autoras



Depreciación de construcción

Cuadro Nro. 93

TABLA DE DEPRECIACION DE CONSTRUCCION			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LITROS
0			304887,50
1	14482,16	14482,16	290405,34
2	14482,16	28964,31	275923,19
3	14482,16	43446,47	261441,03
4	14482,16	57928,63	246958,88
5	14482,16	72410,78	232476,72
6	14482,16	86892,94	217994,56
7	14482,16	101375,09	203512,41
8	14482,16	115857,25	189030,25
9	14482,16	130339,41	174548,09
10	14482,16	144821,56	160065,94
11	14482,16	159303,72	145583,78
12	14482,16	173785,88	131101,63
13	14482,16	188268,03	116619,47
14	14482,16	202750,19	102137,31
15	14482,16	217232,34	87655,16
16	14482,16	231714,50	73173,00
17	14482,16	246196,66	58690,84
18	14482,16	260678,81	44208,69
19	14482,16	275160,97	29726,53
20	14482,16	289643,13	15244,38

Fuente: Cuadro Nro. 63, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (304887,50 * 5) / 100$$

$$VR = 15244,38$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 20 \text{ años}$$

$$Dp = (304887,50 - 15244,38) / 20$$

$$Dp = 14482,16$$



Depreciación de maquinaria

Cuadro Nro. 94

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	V. EN LIBROS
0			2622,00
1	235,98	235,98	2386,02
2	235,98	471,96	2150,04
3	235,98	707,94	1914,06
4	235,98	943,92	1678,08
5	235,98	1179,90	1442,10
6	235,98	1415,88	1206,12
7	235,98	1651,86	970,14
8	235,98	1887,84	734,16
9	235,98	2123,82	498,18
10	235,98	2359,80	262,20

Fuente: Cuadro Nro. 64, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (2622,00 * 10) / 100$$

$$VR = 262,20$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 10 \text{ años}$$

$$Dp = (2622,00 - 262,20) / 10$$

$$Dp = 235,98$$



Depreciación de equipo para el servicio

Cuadro Nro. 95

Tabla de depreciación de Equipo			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	V. EN LIBROS
0			2340,00
1	210,60	210,60	2129,40
2	210,60	421,20	1918,80
3	210,60	631,80	1708,20
4	210,60	842,40	1497,60
5	210,60	1053,00	1287,00
6	210,60	1263,60	1076,40
7	210,60	1474,20	865,80
8	210,60	1684,80	655,20
9	210,60	1895,40	444,60
10	210,60	2106,00	234,00

Fuente: Cuadro Nro. 65, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (2340,00 * 10) / 100$$

$$VR = 234,00$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 10 \text{ años}$$

$$Dp = (2340,00 - 234,00) / 10$$

$$Dp = 210,60$$



Depreciación de herramienta

Cuadro Nro. 96

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LITROS
0			553,70
1	88,59	88,59	465,11
2	88,59	177,18	376,52
3	88,59	265,78	287,92
4	88,59	354,37	199,33
5	88,59	442,96	110,74

Fuente: Cuadro Nro. 66, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (553,70 * 20) / 100$$

$$VR = 110,74$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 5 \text{ años}$$

$$Dp = (553,70 - 110,74) / 5$$

$$Dp = 88,59$$

Reposición de Herramienta

Es reponer el bien cuando este haya terminado su vida útil. En este caso la reposición de las herramientas y se realizara en la culminación del quinto año de implantación del proyecto.

La reposición se la realizo debido a que la vida útil de la herramienta es de 5 años y la duración de nuestro proyecto es de 10; por lo cual se procedió a la adquisición de otro equipo teniendo como tasa de inflación de 4,23%.



$$\text{REP} = \text{VA} + (\text{VA} * i)$$

$$\text{REP} = 553,70 + (553,70 * 4,23\%)$$

$$\text{REP} = 553,70 + 23,42$$

$$\text{REP} = 577,12$$

Cuadro Nro.97

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LITROS
0			577,12
6	92,34	92,34	484,78
7	92,34	184,68	392,44
8	92,34	277,02	300,10
9	92,34	369,36	207,76
10	92,34	461,70	115,42

Fuente: Cuadro Nro. 96, 92

Elaboración: Las Autoras

$$\text{VR} = (\text{VA} * \% \text{Depre}) / 100$$

$$\text{VR} = (577,12 * 20) / 100$$

$$\text{VR} = 115,42$$

$$\text{Dp} = (\text{VA} - \text{VR}) / \# \text{años} = 5 \text{ años}$$

$$\text{Dp} = (577,12 - 115,42) / 5$$

$$\text{Dp} = 92,34$$



Depreciación De Muebles De Producción

Cuadro Nro. 98

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE MUEBLES PARA LA PRODUCCIÓN			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			175,00
1	15,75	15,75	159,25
2	15,75	31,50	143,50
3	15,75	47,25	127,75
4	15,75	63,00	112,00
5	15,75	78,75	96,25
6	15,75	94,50	80,50
7	15,75	110,25	64,75
8	15,75	126,00	49,00
9	15,75	141,75	33,25
10	15,75	157,50	17,50

Fuente: Cuadro Nro. 67, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (175,00 * 10) / 100$$

$$VR = 17,50$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 10 \text{ años}$$

$$Dp = (175,00 - 17,50) / 10$$

$$Dp = 15,75$$



Depreciación de equipo de oficina

Cuadro Nro. 99

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			254,00
1	22,86	22,86	231,14
2	22,86	45,72	208,28
3	22,86	68,58	185,42
4	22,86	91,44	162,56
5	22,86	114,30	139,70
6	22,86	137,16	116,84
7	22,86	160,02	93,98
8	22,86	182,88	71,12
9	22,86	205,74	48,26
10	22,86	228,60	25,40

Fuente: Cuadro Nro. 68, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (254,00 * 10) / 100$$

$$VR = 25,40$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 10 \text{ años}$$

$$Dp = (254,00 - 25,40) / 10$$

$$Dp = 22,86$$



Depreciación De Equipo De Cómputo

Cuadro Nro. 100

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			1300,00
1	290,33	290,33	1009,67
2	290,33	580,67	719,33
3	290,33	871,00	429,00

Fuente: Cuadro Nro. 69, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (1300,00 * 33) / 100$$

$$VR = 429,00$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 3 \text{ años}$$

$$Dp = (1300,00 - 429,00) / 3$$

$$Dp = 290,33$$

Reposición de equipo de computación

Es reponer el bien cuando este haya terminado su vida útil. En este caso la reposición de las computadoras se realizara al culminar el tercer, sexto y noveno año de implantación del proyecto.

La reposición se la realizo debido a que la vida útil del equipo de computación es de 3 años y la duración de nuestro proyecto es de 10 por lo



cual se procedió a la adquisición de otro equipo teniendo como tasa de inflación de 4,23%.

Reposición de computo cuarto año

$$REP = VA + (VA*i)$$

$$REP = 1300 + (1300*4.23\%)$$

$$REP = 1300 + 54.99$$

$$REP = 1354.99$$

CuadroNro. 101

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			1354,99
4	302,61	302,61	1052,38
5	302,61	605,23	749,76
6	302,61	907,84	447,15

Fuente: Cuadro Nro. 100, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (1354,99 * 33) / 100$$

$$VR = 447,15$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 3 \text{ años}$$

$$Dp = (1354,99 - 447,15) / 3$$

$$Dp = 302,61$$

Reposición de computo séptimo año

$$REP = VA + (VA*i)$$

$$REP = 1354.99 + (1354.99 * 4.23\%)$$



$$\text{REP} = 1354.99 + 57.32$$

$$\text{REP} = 1412.31$$

Cuadro Nro. 102

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			1412,31
7	315,42	315,42	1096,89
8	315,42	630,83	781,48
9	315,42	946,25	466,06

Fuente: Cuadro Nro.101, 92

Elaboración: Las Autoras

$$\text{VR} = (\text{VA} * \% \text{Depre}) / 100$$

$$\text{VR} = (1412.31 * 33) / 100$$

$$\text{VR} = 466.06$$

$$\text{Dp} = (\text{VA} - \text{VR}) / \# \text{años} = 3 \text{ años}$$

$$\text{Dp} = (1412.31 - 466.06) / 3$$

$$\text{Dp} = 315.42$$

Reposición de cómputo décimo año

$$\text{REP} = \text{VA} + (\text{VA} * i)$$

$$\text{REP} = 1412.31 + (1412.31 * 4.23\%)$$

$$\text{REP} = 1412.31 + 59.74$$

$$\text{REP} = 1472.05$$



Cuadro Nro. 103

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			1472,05
10	328,76	328,76	1143,29
11	328,76	657,51	814,53
12	328,76	986,27	485,78

Fuente: Cuadro Nro. 102, 92

Elaboración: Las Autoras

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (1472.05 * 33) / 100$$

$$VR = 485.78$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 3 \text{ años}$$

$$Dp = (1472.05 - 485.78) / 3$$

$$Dp = 328.76$$

Depreciación de muebles y enseres

Cuadro Nro. 104

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VAL LIBROS
0			566,00
1	50,94	50,94	515,06
2	50,94	101,88	464,12
3	50,94	152,82	413,18
4	50,94	203,76	362,24
5	50,94	254,70	311,30
6	50,94	305,64	260,36
7	50,94	356,58	209,42
8	50,94	407,52	158,48
9	50,94	458,46	107,54
10	50,94	509,40	56,60

Fuente: Cuadro Nro. 100, 92

Elaboración: Las Autoras



$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (566,00 * 10) / 100$$

$$VR = 56,60$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 10 \text{ años}$$

$$Dp = (566,00 - 56,60) / 10$$

$$Dp = 50,94$$

Amortización de activos diferidos

Cuadro Nro. 105

DETALLE	AÑOS	VALOR TOTAL	AMORTIZACIÓN
Patentes	10	0,00	0,00
Estudios preliminares	10	2178,45	217,85
Permisos de funcionamiento	10	0,00	0,00
Conformación del Complejo	10	0,00	0,00
Línea Telefónica	10	78,00	7,80
TOTAL:		2256,45	225,65

Fuente: Cuadro Nro. 71, 92

Elaboración: Las Autoras

$$X = AD / U$$

$$X = 2256,45 / 10$$

$$X = 225,65$$



RESUMEN DE COSTOS

Resumen De Activos Fijos

Cuadro Nro. 106

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terreno	\$ 3.788,76
Construcción	\$ 304.887,50
Maquinaria	\$ 2.622,00
Equipos	\$ 2.340,00
Herramientas	\$ 553,70
Bien Muebles	\$ 175,00
Equipo de Oficina	\$ 254,00
Equipo de Computo	\$ 1.300,00
Muebles y Enseres	\$ 566,00
TOTAL	\$ 316.486,96

Fuente: Cuadro Nro. 63, 64, 65, 66, 68, 66, 67, 68 ,70

Elaboración: Las Autoras

Resumen de costos para la prestación de servicio

Cuadro Nro. 107

RESUMEN DE COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO		
DESCRIPCION	V. MENSUAL	V. ANUAL
Insumos / mantenimiento piscina e hidro.	71,13	1227,48
Mano de Obra Directa	746,15	8953,82
Agua / Piscina e Hidromasaje	0,00	0,00
Agua / Para los demás servicios	0,00	0,00
Energía Eléctrica	94,20	1130,40
Gas Industrial	124,00	1488,00
Presupuesto de Indumentaria del Personal	187,30	413,20
Útiles de Aseo y Limpieza	58,40	372,40
Depreciación de Maquinaria		235,98
Depreciación de Equipo		210,60
Depreciación de Muebles para la producción		15,75
Depreciación de Herramientas		88,59
TOTAL	1281,18	14136,23

Fuente: Cuadro Nro. 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81 94, 95, 97,98

Elaboración: Las Autoras



Resumen de gastos administrativos

Cuadro Nro. 108

RESUMEN DE GASTO ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCION	V.MENSUAL	V.ANUAL
Sueldos y Salarios	1673,19	20078,27
Energía Eléctrica	10,20	122,40
Servicio Telefónico	18,08	216,96
Agua Potable	0,00	0,00
Útiles de Oficina	117,20	367,55
Útiles de Aseo	43,15	157,30
Equipo de Seguridad	200,00	200,00
Amortización de Act. Diferidos		225,65
Depreciación de Muebles y Enseres		50,94
Depreciación de Equipo de Oficina		22,86
Depreciación de Equipo de Computación		290,33
Depreciación de la Construcción		14482,16
TOTAL	2061,82	36214,42

Fuente: Cuadro Nro. 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 104, 105, 99, 100, 103

Elaboración: Las Autoras

Resumen de gastos en venta

Cuadro Nro. 109

RESUMEN DE GASTO DE VENTA		
DESCRIPCION	V.MENSUAL	V.ANUAL
Publicidad	156,40	1876,80
Material de Apoyo	370,00	1140,00
TOTAL	526,40	3016,80

Fuente: Cuadro Nro. 88, 89

Elaboración: Las Autoras



RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Aquí intervienen los resúmenes de costo de producción gastos administrativos y gastos de ventas, dándonos a conocer el total de lo que se invierta en el proyecto.

Cuadro Nro. 110

RESUMEN DE LA INVERSION	
DESCRIPCION	VALOR PARCIAL
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	3788,76
Construcción	304887,50
Maquinaria	2622,00
Equipos	2340,00
Herramientas	553,70
Bien Muebles para el Servicio	175,00
Equipo de Oficina	254,00
Equipo de Computo	1300,00
Muebles y Enseres	566,00
TOTAL	316486,96
ACTIVOS DIFERIDOS	
Patentes	0,00
Estudios preliminares	2178,45
Permisos de funcionamiento	0,00
Conformación de la Compañía	0,00
Línea Telefónica	78,00
TOTAL	2256,45
CAPITAL DE TRABAJO (mes)	
Insumos / mantenimiento piscina e hidro.	71,13
Mano de Obra Directa	746,15
Agua / Piscina e Hidromasaje	0,00
Agua / Para los demás servicios	0,00
EnergíaEléctrica	94,20
Gas Industrial	124,00
Presupuesto de Indumentaria del Personal	187,30
Útiles de Aseo y Limpieza	58,40
Gastos Administrativos	2061,82
Gastos de Ventas	526,40
TOTAL	3869,40
TOTAL DE LA INVERSION	322612,81

Fuente: Cuadro Nro. 71, 106, 107, 108, 109
Elaboración: Las Autoras



g.4.2. FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar los fuentes de financiamiento, para ello se toma dos fuentes.

1ª Fuente Interna.- Constituida por el aporte del gobierno autónomo descentralizado del cantón Catamayo.

2ª Fuente Externa.- Constituida el aporte que se adquiere del Banco del Estado

Cuadro Nro. 111

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	\$ 64.522,56	20,00%
Capital Externo	\$ 258.090,25	80,00%
TOTAL:	\$ 322.612,81	100%

Fuente: Cuadro Nro. 110
Elaboración: Las Autoras

El proyecto será implementado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; el mismo quien financie este proyecto conjuntamente con el Banco del estado. Vale recalcar que la entidad interventora deberá aportar con el 20% del monto total del proyecto, es por ello que el Banco del Estado Aporta hasta el 80% de la misma; considerando que el monto aportado por dicha institución financiera, no será reembolsable; es por ello no será necesario realizar la tabla de amortización.



g.4.3. PRESUPUESTO PROYECTADO.

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estiman los costos en que se incurran en un periodo de tiempo determinado, es un instrumento clave para planear y controlar.

FUNCIONES DE LOS PRESUPUESTOS

1. La principal función de los presupuestos se relaciona con el control financiero de la organización.
2. El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS

Análisis de Costos.- Para este análisis nos valemos de la contabilidad de la contabilidad de costo la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción, a efectos de determinar el costo real de producir o general un bien o servicio.

Costo Total de Producción.-

La determinación del costo constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se



consideran ciertos elementos entre los que tenemos el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gasto financiero, gasto de ventas y otros gastos.

La tasa de inflación es del 4,23% del mes de mayo del 2011, según el Banco Nacional de Fomento; y es la tasa de crecimiento que se utilizara en las compras en forma permanente.

Para determinar la tasa de crecimiento de los sueldos y salarios procedemos a calcular de la siguiente manera:

—
— .
——
——
——

Esto nos quiere decir que la tasa de crecimiento de los sueldos será el 10%



Cuadro Nro. 112

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo Primo										
Materia Prima Directa	1227,48	1279,40	1333,52	1389,93	1448,72	1510,00	1573,88	1640,45	1709,84	1782,17
Mano de Obra Directa	8953,82	9849,21	10834,13	11917,54	13109,29	14420,22	15862,25	17448,47	19193,32	21112,65
Total Costo Primos	10181,30	11128,61	12167,65	13307,47	14558,02	15930,23	17436,12	19088,92	20903,16	22894,82
Costos generales de Fabricación										
Agua / Piscina e Hidromasaje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Agua / Para los demás servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energía Eléctrica	1130,40	1178,22	1228,05	1280,00	1334,15	1390,58	1449,40	1510,71	1574,61	1641,22
Gas Industrial	1488,00	1550,94	1616,55	1684,93	1756,20	1830,49	1907,92	1988,62	2072,74	2160,42
Presupuesto de Indumentaria del Personal	413,20	430,68	448,90	467,88	487,68	508,30	529,81	552,22	575,58	599,92
Útiles de Aseo y Limpieza	372,40	388,15	404,57	421,68	439,52	458,11	477,49	497,69	518,74	540,68
Depreciación de Maquinaria	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98	235,98
Depreciación de Equipo	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60	210,60
Depreciación de Muebles para la producción	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75
Depreciación de Herramientas	88,59	88,59	88,59	88,59	88,59	92,34	92,34	92,34	92,34	92,34
Total de costo de Fabricación	14136,23	15227,52	16416,64	17712,89	19126,48	20672,38	22355,41	24192,83	26199,50	28391,73
Gastos de operación										
Gastos de Administración										
Sueldos y Salarios	20078,27	22086,10	24294,71	26724,18	29396,60	32336,26	35569,88	39126,87	43039,56	47343,52
Energía Eléctrica	122,40	127,58	132,97	138,60	144,46	150,57	156,94	163,58	170,50	177,71
Servicio Te fónico	216,96	226,14	235,70	245,67	256,07	266,90	278,19	289,95	302,22	315,00
Agua Potable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Útiles de Oficina	367,55	383,10	399,30	416,19	433,80	452,15	471,27	491,21	511,99	533,64
Útiles de Aseo	157,30	163,95	170,89	178,12	185,65	193,51	201,69	210,22	219,11	228,38
Equipo de Seguridad	200,00	208,46	217,28	226,47	236,05	246,03	256,44	267,29	278,59	290,38



Amortización de Act. Diferidos	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65
Depreciación de Muebles y Enseres	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94	50,94
Depreciación de Equipo de Oficina	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86	22,86
Depreciación de Equipo de Comp.	290,33	290,33	290,33	302,61	302,61	302,61	315,42	315,42	315,42	328,76
Depreciación de la Construcción	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16	14482,16
Total de Gastos de Administración	36214,42	38267,26	40522,79	43013,45	45736,84	48729,63	52031,43	55646,14	59618,99	63998,99
Gastos de Venta										
Publicidad	1876,80	1956,19	2038,94	2125,18	2215,08	2308,78	2406,44	2508,23	2614,33	2724,91
Material de Apoyo	1140,00	1188,22	1238,48	1290,87	1345,48	1402,39	1461,71	1523,54	1587,99	1655,16
Total de Gasto de Venta	3016,80	3144,41	3277,42	3416,05	3560,55	3711,16	3868,15	4031,77	4202,31	4380,07
Gastos financieros										
Interés por Préstamo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de gastos Financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costos de operación	39231,22	41411,67	43800,21	46429,50	49297,39	52440,79	55899,58	59677,91	63821,30	68379,06
Costo total de producción	53367,44	56639,19	60216,85	64142,39	68423,87	73113,17	78254,99	83870,74	90020,80	96770,79

Fuente: Cuadro Nro. 107, 108, 109

Elaboración: Las Autoras



g.4.4. COSTO UNITARIO DEL SERVICIO

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario servicio, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{CTP}{\# \text{ unidades}}$$

Cuadro Nro. 113

COSTO UNITARIO DE SERVICIO			
Años	COT	# UP	CUP
1	53367,44	48000	1,11
2	56639,19	48816	1,16
3	60216,85	49646	1,21
4	64142,39	50490	1,27
5	68423,87	51348	1,33
6	73113,17	52221	1,40
7	78254,99	53109	1,47
8	83870,74	54012	1,55
9	90020,80	54930	1,64
10	96770,79	55864	1,73

Fuente: Cuadro Nro. 112, 60

Elaboración: Las Autoras

g.4.5. PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el precio de Venta del servicio se debe considerar como base el costo unitario, sobre el cual le agregamos un margen de utilidad.



Cuadro Nro. 114

DETERMINACION DE PRECIO DE VENTA AL PUBLICO			
AÑOS	COS UNI SERVICIO	MARGEN UTILIDAD	P VENTA PUBLICO
1	1,11	125,00%	2,50
2	1,16	125,00%	2,61
3	1,21	125,00%	2,72
4	1,27	125,00%	2,86
5	1,33	125,00%	2,99
6	1,40	125,00%	3,15
7	1,47	125,00%	3,31
8	1,55	125,00%	3,49
9	1,64	125,00%	3,69
10	1,73	125,00%	3,89

Fuente: Cuadro Nro. 113

Elaboración: Las Autoras

g.4.6. INGRESO POR VENTAS Y SERVICIOS DE ALQUILER

Es el valor obtenido por las unidades vendidas durante cada periodo.

Dentro de este parámetro tendremos, dos tipos de ingreso, tales como:

Ingreso por venta de los tiques



Cuadro Nro. 115

INGRESO POR VENTAS			
AÑOS	# U P	PVP	INGRESO POR VENTAS
1	48000,00	2,50	120000,00
2	48816,00	2,61	127409,76
3	49646,00	2,72	135037,12
4	50490,00	2,86	144401,40
5	51348,00	2,99	153530,52
6	52221,00	3,15	164496,15
7	53109,00	3,31	175790,79
8	54012,00	3,49	188501,88
9	54930,00	3,69	202691,70
10	55864,00	3,89	217310,96

Fuente: Cuadro Nro. 114, 60

Elaboración: Las Autoras

Ingreso por los servicios de alquiler

Dentro de este rubro se describen los ingresos por servicio de alquiler del restaurante, bares, discoteca y salón social, tales como detallamos a continuación.

Cuadro Nro. 116

INGRESO POR ALQUILER				
DETALLE	CANTIDAD	COSTOS		
		UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
RESTAURANTE	1	330,00	330,00	3960,00
BARES	2	200,00	400,00	4800,00
DISCOTECA	1	800,00	800,00	9600,00
SALON SOCIAL	1	150,00	300,00	3600,00
TOTAL:			1530,00	18360,00

Fuente: Cuadro Nro. 63

Elaboración: Las Autoras



g.4.7. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en:

Costos Fijos

Se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

Costos Variables

Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.



Cuadro Nro. 117

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	1227,48		1227,48
Mano de Obra Directa	8953,82		8953,82
Total Costo Primos	10181,30		
Costos generales de Fabricación			
Agua / Piscina e Hidromasaje	0,00		0,00
Agua / Para los demás servicios	0,00		0,00
Energía Eléctrica	1130,40		1130,40
Gas Industrial	1488,00		1488,00
Presupuesto de Indumentaria del Personal	413,20		413,20
Útiles de Aseo y Limpieza	372,40		372,40
Depreciación de Maquinaria	235,98	235,98	
Depreciación de Equipo	210,60	210,60	
Depreciación de Muebles para la producción	15,75	15,75	
Depreciación de Herramientas	88,59	88,59	
Total de costo de Fabricación	14136,23		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	20078,27	20078,27	
Energía Eléctrica	122,40	122,40	
Servicio Telefónico	216,96	216,96	
Agua Potable	0,00	0,00	
Útiles de Oficina	367,55	367,55	
Útiles de Aseo	157,30	157,30	
Equipo de Seguridad	200,00	200,00	
Amortización de Act. Diferidos	225,65	225,65	
Depreciación de Muebles y Enseres	50,94	50,94	
Depreciación de Equipo de Oficina	22,86	22,86	
Depreciación de Equipo de Computación	290,33	290,33	
Depreciación de la Construcción	14482,16	14482,16	
Total de Gastos de Administración	36214,42		
Gastos de Venta			
Publicidad	1876,80	1876,80	
Material de Apoyo	1140,00	1140,00	
Total de Gasto de Venta	3016,80		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	0,00		
Total de gastos Financieros	0,00		
Total Costos de operación	39231,22		
Costo total de producción	53367,44		

Fuente: Cuadro Nro. 112
Elaboración: Las Autoras



Cuadro Nro. 118

EGRESOS TOTALES AÑO 1		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	550,92	13585,30
Gastos Administrativos	36214,42	0
Gastos de Venta	3016,80	0,00
Gastos Financieros	0,00	0
TOTAL:	39782,14	13585,30

Fuente: Cuadro Nro. 117

Elaboración: Las Autoras



Cuadro Nro. 119

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 10			
DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	1782,17		1782,17
Mano de Obra Directa	21112,65		21112,65
Total Costo Primos	22894,82		
Costos generales de Fabricación			
Agua / Piscina e Hidromasaje	0,00		0,00
Agua / Para los demás servicios	0,00		0,00
Energía Eléctrica	1641,22		1641,22
Gas Industrial	2160,42		2160,42
Presupuesto de Indumentaria del Personal	599,92		599,92
Útiles de Aseo y Limpieza	540,68		540,68
Depreciación de Maquinaria	235,98	235,98	
Depreciación de Equipo	210,60	210,60	
Depreciación de Muebles para la producción	15,75	15,75	
Depreciación de Herramientas	92,34	92,34	
Total de costo de Fabricación	28391,73		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	47343,52	47343,52	
Energía Eléctrica	177,71	177,71	
Servicio Telefónico	315,00	315,00	
Agua Potable	0,00	0,00	
Útiles de Oficina	533,64	533,64	
Útiles de Aseo	228,38	228,38	
Equipo de Seguridad	290,38	290,38	
Amortización de Act. Diferidos	225,65	225,65	
Depreciación de Muebles y Enseres	50,94	50,94	
Depreciación de Equipo de Oficina	22,86	22,86	
Depreciación de Equipo de Computación	328,76	328,76	
Depreciación de la Construcción	14482,16	14482,16	
Total de Gastos de Administración	63998,99		
Gastos de Venta			
Publicidad	2724,91	2724,91	
Material de Apoyo	1655,16	1655,16	
Total de Gasto de Venta	4380,07		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	0,00		
Total de gastos Financieros	0,00		
Total Costos de operación	68379,06		
Costo total de producción	96770,79		

Fuente: Cuadro Nro. 63

Elaboración: Las Autoras



Cuadro Nro. 120

EGRESOS TOTALES AÑO 10		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	554,67	27837,06
Gastos Administrativos	63998,99	0
Gastos de Venta	4380,07	0,00
Gastos Financieros	0,00	0
TOTAL:	68933,73	27837,06

Fuente: Cuadro Nro. 119

Elaboración: Las Autoras

g.4.8. Estado de pérdidas y ganancias.- Representa los resultados financieros de la actividad en un periodo determinado; con la finalidad de determinar si al final de cada periodo, se obtendrá una utilidad o pérdida neta.



Cuadro Nro. 121

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos										
Ventas	120000,00	127409,76	135037,12	144401,40	153530,52	164496,15	175790,79	188501,88	202691,70	217310,96
(+) Otros Ingresos (Alquiler)	18360,00	19136,63	19946,11	20789,83	21669,24	22585,85	23541,23	24537,02	25574,94	26656,76
(+) Valor residual			429,00		110,74	447,15			466,06	161920,35
Total Ingresos	138360,00	146546,39	155412,23	165191,23	175310,50	187529,14	199332,02	213038,90	228732,70	405888,07
2. Egresos										
Costos de Producción	14136,23	15227,52	16416,64	17712,89	19126,48	20672,38	22355,41	24192,83	26199,50	28391,73
(+) Costo de operación	39231,22	41411,67	43800,21	46429,50	49297,39	52440,79	55899,58	59677,91	63821,30	68379,06
Total de Egreso	53367,44	56639,19	60216,85	64142,39	68423,87	73113,17	78254,99	83870,74	90020,80	96770,79
(1-2) Impuestos Grabables	84992,56	89907,20	95195,38	101048,84	106886,62	114415,97	121077,03	129168,16	138711,90	309117,28
(-) 15% Para Trabajadores	12748,88	13486,08	14279,31	15157,33	16032,99	17162,40	18161,55	19375,22	20806,78	46367,59
(=) Utilidad Antes de impuestos	72243,67	76421,12	80916,07	85891,51	90853,63	97253,57	102915,48	109792,94	117905,11	262749,69
(-)25% Impuesto a la Renta	18060,92	19105,28	20229,02	21472,88	22713,41	24313,39	25728,87	27448,23	29476,28	65687,42
(=) Utilidad antes de reserva legal	54182,76	57315,84	60687,05	64418,63	68140,22	72940,18	77186,61	82344,70	88428,83	197062,27
(-) 10% de Utilidad para Reserva	5418,28	5731,58	6068,71	6441,86	6814,02	7294,02	7718,66	8234,47	8842,88	19706,23
(=) Utilidad Liquida	48764,48	51584,25	54618,35	57976,77	61326,20	65646,16	69467,95	74110,23	79585,95	177356,04

Fuente: Cuadro Nro. 115, 116, 100, 101, 102, 103, 96, 92, 93, 94, 96, 97, 98, 99, 104, 112

Elaboración: Las Autoras



g.4.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de Equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos y sirve para:

- * Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- * Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- * Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables

En función de Ventas.- Se basa en volumen de ventas y los ingresos monetarios que la microempresa genera.

En función de la capacidad Instalada.- Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la máquina para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los gastos.



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

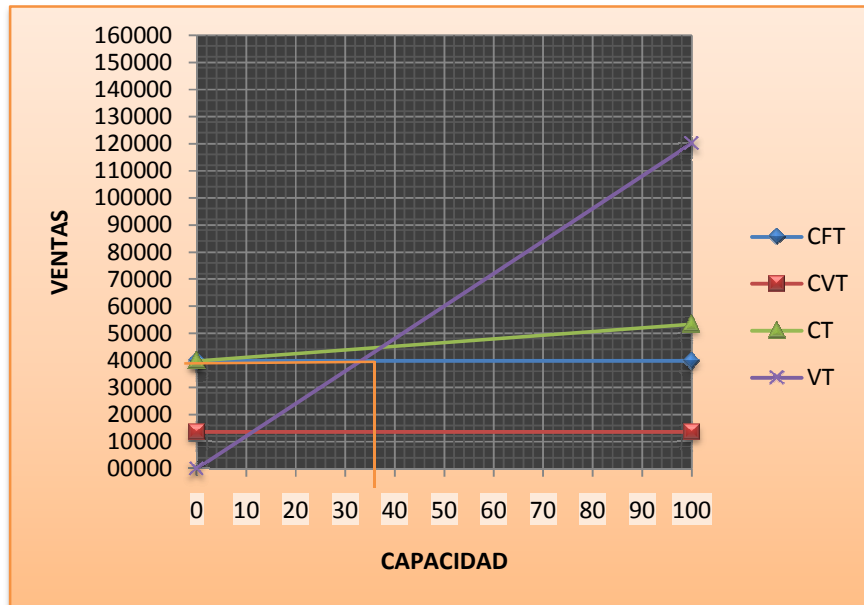
CFT	=	39782,14
CVT	=	13585,30
CT	=	53367,44
VT	=	120000,00

- En función de las ventas

- En función de la capacidad instalada.

Representación gráfica.

Grafico Nro. 18





Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la entidad trabaja a una capacidad del _____ ; y tiene ventas de _____ dólares. En este punto la el centro recreacional ni gana ni pierde.

Cuando la centro recreacional trabaja menos de 37,38% de su capacidad instalada y cuando sus ventas son menos de 48.860,88 dólares la entidad pierde.

Cuando la empresa trabaja más de 37,38% de su capacidad instalada y cuando sus ventas son mayores 48.860,88 dólares la entidad comenzará a ganar.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

CFT	=	68933,73
CVT	=	27837,06
CT	=	96770,79
VT	=	217310,96

- En función de las ventas

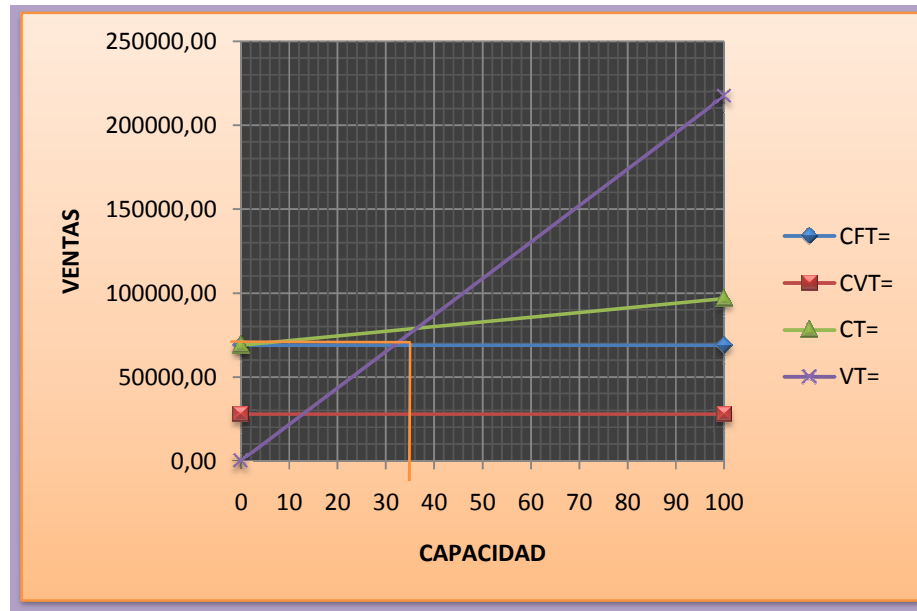
79.061,31

- En función de la capacidad instalada.



Representación gráfica.

Grafico Nro. 19



Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 36,38%; tiene ventas de dólares. En este punto el centro recreacional ni gana ni pierde.

Cuando la centro recreacional trabaja menos de 36,38%; de su capacidad instalada y cuando sus ventas son menos de 79.061,31 dólares la entidad pierde.

Cuando la empresa trabaja más de 36,38%; de su capacidad instalada y cuando sus ventas son mayores 79.061,31 dólares la entidad comenzará a ganar.



g.4.10 FLUJO DE CAJA

Nos permite presentar la diferencia entre los ingresos efectivamente recibidos y los egresos realmente pagados.

Cuadro Nro. 122

FLUJO DE CAJA										
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos										
Ventas	120000,00	127409,76	135037,12	144401,40	153530,52	164496,15	175790,79	188501,88	202691,70	217310,96
Otros Ingresos (Alquiler)	18360,00	19136,63	19946,11	20789,83	21669,24	22585,85	23541,23	24537,02	25574,94	26656,76
Saldo Anterior	0	64387,34	67207,12	70241,20	73611,91	76961,34	81281,30	85103,09	89745,37	95221,09
Valor residual	0,00	0,00	429,00	0,00	110,74	447,15	0,00	0,00	466,06	161920,35
Total Ingresos	138360,00	210933,73	222619,35	235432,43	248922,41	264490,49	280613,32	298141,99	318478,07	501109,16
2. Egresos										
Costos de Producción	14136,23	15227,52	16416,64	17712,89	19126,48	20672,38	22355,41	24192,83	26199,50	28391,73
(+) Costo de operación	39231,22	41411,67	43800,21	46429,50	49297,39	52440,79	55899,58	59677,91	63821,30	68379,06
Reparto de utilidades	0	64387,34	67207,12	70241,20	73611,91	76961,34	81281,30	85103,09	89745,37	95221,09
Total de Egreso	53367,44	121026,53	127423,97	134383,59	142035,79	150074,52	159536,29	168973,83	179766,18	191991,88
(1-2) Valor Grabables	84992,56	89907,20	95195,38	101048,84	106886,62	114415,97	121077,03	129168,16	138711,89	309117,28
(-) 15% Para Trabajadores	12748,88	13486,08	14279,31	15157,33	16032,99	17162,40	18161,55	19375,22	20806,78	46367,59
(=) Utilidad Antes de impuestos	72243,68	76421,12	80916,07	85891,51	90853,63	97253,57	102915,48	109792,94	117905,11	262749,69
(-)25% Impuesto a la Renta	18060,92	19105,28	20229,02	21472,88	22713,41	24313,39	25728,87	27448,24	29476,28	65687,42
(=) Utilidad antes de reserva legal	54182,76	57315,84	60687,05	64418,63	68140,22	72940,18	77186,61	82344,70	88428,83	197062,27
(-) 10% De la reserva legal	5418,28	5731,58	6068,71	6441,86	6814,02	7294,02	7718,66	8234,47	8842,88	19706,23
(=) Utilidad	48764,48	51584,26	54618,34	57976,77	61326,20	65646,16	69467,95	74110,23	79585,95	177356,04
(+) Amort. de activos diferidos	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65	225,65
(+) Depreciaciones	15397,21	15397,21	15397,21	15409,49	15409,49	15409,49	15409,49	15409,49	15409,49	15409,49
Utilidad Liquida	64387,34	67207,12	70241,20	73611,91	76961,34	81281,30	85103,09	89745,37	95221,09	192991,18

Fuente: Cuadro Nro. 119

Elaboración: Las Autoras



g.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación consiste en una serie de cálculos para medir la eficiencia, eficacia, economía, objetividad, impacto del proyecto, sobre la base del planteamiento de objetivos claros y definidos.

La Evaluación Financiera busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que pueda generar para cada uno de los inversionistas del proyecto; tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto.

Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando con operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de los ingresos y egresos formulados con precio de mercado sobre las que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados que son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de Sensibilidad, se determina además el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y la Relación Beneficio Costo (RBC).



g.5.1. VALOR ACTUAL NETO

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más corto de oportunidad.

Cuadro Nro. 123

VAN			
AÑO	Flujos netos	factor de Actualización	flujos netos Actualizados
0	322612,81		
1	64387,34	0,914779172	58900,20
2	67207,12	0,836820934	56240,32
3	70241,20	0,765506361	53770,09
4	73611,91	0,700269276	51548,16
5	76961,34	0,640591748	49300,80
6	81281,30	0,585999989	47630,84
7	85103,09	0,536060585	45620,41
8	89745,37	0,490377059	44009,07
9	95221,09	0,448586720	42714,92
10	192991,18	0,410357788	79195,43
		∑Flujos N.	528930,25
		Inversión	322612,81
		VAN	206317,44

Fuente: Cuadro Nro.122
Elaboración: Las Autoras

$i = \% \text{Capital Propio (Costo de Oportunidad)} + \% \text{Capital Externo (Tasa Interés Anual)}$
 $i = (20\% * 0,0458) + (80\% * 0.105)$
 $i = 0,09316$

$FA = 1/(1+i)^n$
 $FA = 1/(1+0,09316)^1$
 $FA = 0,914779172$

$FNA = FN * FA$
 $FNA = 64387,34 * 0,914779172$
 $FNA = 58900,20$

$VAN = \sum \text{Flujo Netos Actualizados} - \text{Inversión}$
 $VAN = 528930,25 - 322612,81$
 $VAN = \mathbf{206317,44}$



Nota: El valor actual del proyecto será de **206317,44**; valor positivo por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que se tendrá beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.

g.5.2. PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

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

Cuadro Nro. 124

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL				
Año	Flujo neto	Factor de Actualización	flujo actualizado	Flujos actuali. acumulado
	322612,81			
1	64387,34	0,914779172	58900,20	58900,20
2	67207,12	0,836820934	56240,32	115140,52
3	70241,20	0,765506361	53770,09	168910,61
4	73611,91	0,700269276	51548,16	220458,77
5	76961,34	0,640591748	49300,80	269759,57
6	81281,30	0,585999989	47630,84	317390,41
7	85103,09	0,536060585	45620,41	363010,83
8	89745,37	0,490377059	44009,07	407019,90
9	95221,09	0,448586720	42714,92	449734,82
10	192991,18	0,410357788	79195,43	528930,25

Fuente: Cuadro Nro. 122
Elaboración: Las Autoras

7,11448

Significa que vamos a recuperar la inversión del proyecto en 7 años, 1 mes y 11 días.



g.5.3. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtienen por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

Si la relación Ingreso/ Egreso es = 1 el proyecto es indiferente.

Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable.

Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable.

Cuadro Nro. 125

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE	INGRESOS	EGRESOS
	ORIGINALES	ORIGINALES	ACTUALIZA	ACTUALIZA	ACTUALIZA
1	138360,00	53367,44	0,914779172	126568,85	48819,42
2	210933,73	121026,53	0,836820934	176513,76	101277,53
3	222619,35	127423,97	0,765506361	170416,53	97543,86
4	235432,43	134383,59	0,700269276	164866,10	94104,70
5	248922,41	142035,79	0,640591748	159457,64	90986,95
6	264490,49	150074,52	0,585999989	154991,42	87943,67
7	280613,32	159536,29	0,536060585	150425,74	85521,12
8	298141,99	168973,83	0,490377059	146201,99	82860,89
9	318478,07	179766,18	0,448586720	142865,03	80640,72
10	501109,16	191991,88	0,410357788	205634,05	78785,36
				1597941,11	848484,23

Fuente: Cuadro Nro. 123
Elaboración: Las Autoras

Nota:El presente proyecto a implementar es factible porque el resultado es mayor que uno, o sea por cada dólar invertido se gana \$ 0,88 dólares.



g.5.4. TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión. Utilizando la tasa interna de retorno (TIR), como criterio para tomar las decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente.

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad la inversión queda a criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad de capital, se rechaza el proyecto.



Cuadro Nro. 126

TIR					
AÑO	FLUJO NETO	Actualización			
		Factor de	VAN Menor	Factor de	VAN Mayor
		Actualización		Actualización	
		20,49%		20,50%	
20,49	20,5				
0	322612,81				
1	64387,34	0,82994439372562	53437,91	0,82987551867220	53433,48
2	67207,12	0,68880769667659	46292,78	0,68869337649145	46285,1
3	70241,20	0,57167208621179	40154,93	0,57152977302195	40144,94
4	73611,91	0,47445604300091	34925,62	0,47429856682320	34914,02
5	76961,34	0,39377213295784	30305,23	0,39360876914788	30292,66
6	81281,30	0,32680897415374	26563,46	0,32664628145052	26550,24
7	85103,09	0,27123327591812	23082,79	0,27107575224110	23069,38
8	89745,37	0,22510853674008	20202,45	0,22495913049054	20189,04
9	95221,09	0,18682756804721	17789,93	0,18668807509588	17776,64
10	192991,18	0,15505649269417	29924,54	0,15492786315011	29899,71
Fuente: Cuadro Nro. 122			322679,64		322555,21
Elaboración: Las Autoras			322612,81		322612,81
			66,83		-57,60

Nota: La TIR del presente proyecto es de 20,50% valor mayor al resto de oportunidad del capital; esto significa que la inversión del presente proyecto ofrece un considerable rendimiento y por cuanto se puede ejecutar.



g.5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad, no es sino el grado de elasticidad de la rentabilidad de un proyecto ante determinadas variaciones de los parámetros críticos del mismo.

El análisis de sensibilidad busca medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable (ingresos, costos), asumiendo que el resto de variables permanecen constantes.

Si el criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es $>$ que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

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

Si el coeficiente es $=$ que 1 no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a los cambios.



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN LOS COSTOS
Cuadro Nro. 127

A S								
AÑOS	COSTOS ORIG.			FLUJO NETO	Actualización			
		COSTOS TOT.	INGRESOS		Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		ORIGINALES	TOTALES					
					17	18		
0	322612,81							
1	53367,44	71117,45	138360,00	67242,55	0,85470085470086	57472,26	0,84745762711864	56985,21
2	121026,53	161279,95	210933,73	49653,78	0,73051355102637	36272,76	0,71818442976156	35660,57
3	127423,97	169805,18	222619,35	52814,17	0,62437055643280	32975,61	0,60863087267929	32144,33
4	134383,59	179079,57	235432,43	56352,86	0,53365004823316	30072,71	0,51578887515194	29066,18
5	142035,79	189276,89	248922,41	59645,52	0,45611115233603	27204,99	0,43710921623046	26071,61
6	150074,52	199989,31	264490,49	64501,18	0,38983859174020	25145,05	0,37043153917836	23893,27
7	159536,29	212598,06	280613,32	68015,26	0,33319537755573	22662,37	0,31392503320200	21351,69
8	168973,83	225174,53	298141,99	72967,46	0,28478237397925	20779,85	0,26603816373051	19412,13
9	179766,18	239556,41	318478,07	78921,66	0,24340373844381	19209,83	0,22545607095806	17793,37
10	191991,88	255848,38	501109,16	245260,78	0,20803738328530	51023,41	0,19106446691361	46860,62
						322818,84		309238,98
						322612,81		322612,81
						206,03		-13373,83

Fuente: Cuadro Nro. 122, 126

Elaboración: Las Autoras



- a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

- b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

- c. Se calcula el porcentaje de variación.

- d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

NOTA: El Análisis de Sensibilidad con el incremento del 33,26% en los costos, nos dio como resultado _____ que es menor a 1, lo que significa que el proyecto no es sensible ya que los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto.



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS
Cuadro Nro. 128

A S								
AÑOS	COSTOS ORIG.	INGRESOS		FLUJO NETO	Actualización			
		ORIGINALES	ORIGINALES		Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
					17,00%		18,00%	
			17,72%		17,00		18,00	
0	322612,81							
1	53367,44	138360,00	113842,61	60475,17	0,85470085470086	51688,18	0,84745762711864	51250,14
2	121026,53	210933,73	173556,27	52529,74	0,73051355102637	38373,69	0,71818442976156	37726,04
3	127423,97	222619,35	183171,20	55747,23	0,62437055643280	34806,93	0,60863087267929	33929,49
4	134383,59	235432,43	193713,80	59330,21	0,53365004823316	31661,57	0,51578887515194	30601,86
5	142035,79	248922,41	204813,36	62777,57	0,45611115233603	28633,55	0,43710921623046	27440,65
6	150074,52	264490,49	217622,78	67548,26	0,38983859174020	26332,92	0,37043153917836	25022,01
7	159536,29	280613,32	230888,64	71352,35	0,33319537755573	23774,27	0,31392503320200	22399,29
8	168973,83	298141,99	245311,23	76337,40	0,28478237397925	21739,55	0,26603816373051	20308,66
9	179766,18	318478,07	262043,76	82277,58	0,24340373844381	20026,67	0,22545607095806	18549,98
10	191991,88	501109,16	412312,62	220320,74	0,20803738328530	45834,95	0,19106446691361	42095,46
						322872,28		309323,58
						322612,81		322612,81
						259,47		-13289,23

Fuente: Cuadro Nro. 122, 126

Elaboración: Las Autoras



- a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

2

- b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

- c. Se calcula el porcentaje de variación.

- d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

NOTA: El Análisis de Sensibilidad con disminución de 17,72% en los ingresos, nos dio como resultado 0.97391878% que es menor a 1, lo que significa que el proyecto no es sensible ya que los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto.

h. CONCLUSIONES



a. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios para el presente proyecto se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- * El Gobierno Autónomo Descentralizado ha creído conveniente, desarrollar el presente proyecto a fin de fomentar el turismo cantonal y provincial; y aportar así con una alternativa al desarrollo socioeconómico de la población. Estando seguros de que este proyecto logre inevitablemente el éxito que esperamos.
- * El estudio de mercado realizado en el cantón Catamayo y a los turistas nacionales y extranjeros, ayudado a determinar, que el proyecto puede ser ejecutado, por la gran demanda que existe para este servicio.
- * El centro recreacional beneficiara con 5 puestos de trabajo, de manera directa; y a través del alquiler de los locales (Restaurante, Bares y Discoteca) generara más fuentes de empleo al momento de brindar este servicio.
- * El Centro Recreacional estará ubicación en el cantón Catamayo en una reserva ecológica junto a la rivera del rio Boquerón, que consta de 3.70 hectáreas
- * En el estudio técnico se estableció la capacidad instalada de 141.453 visitas al año. Y una capacidad utilizada de 113.162 visitas para el primer año, que equivale al 80% de la capacidad instalada



- * Para la implementación del presente proyecto se requiere un capital de \$322.612,81. El proyecto será implementado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; el mismo quien financiara este proyecto conjuntamente con el Banco del estado. Vale recalcar que la entidad interventora aportara con el 20% del monto total del proyecto, es por ello que el Banco del Estado Aporta con el 80% de la misma; considerando que el monto aportado por dicha institución financiera, no será reembolsable.
- * El costo unitario de producción es de \$1,11 dólares; el margen de utilidad será de 125%; siendo su precio de venta al público \$2,50 dólares, dicho precio competitivo en el mercado.
- * El centro recreacional al utilizar el 37,38% de su capacidad instalada y generar 44860,88 dólares, durante el primer año; se cubrirán los costos y no tendrá perdida.
- * La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN el presente proyecto nos da un valor positivo de \$ 206.317,44 Dólares; por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.
- * Para el presente proyecto la TIR es de 20,50%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto



- * El tiempo que se requiere para recuperar la inversión original sería de 7 años, 1 mes y 11 días.
- * Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto: el incremento del 33,26% en los costos, no afectan la rentabilidad del proyecto; como también la disminución del 17,72% en los ingresos, no afecta su rentabilidad.

i. RECOMENDACIONES



b. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de tesis es importante realizar las siguientes recomendaciones:

- * Al momento de difundir la existencia del centro recreacional, se recomienda utilizar los medios de comunicación que tengan convenio con el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo; mismos que se encuentran suscritos en el plan de comercialización; ya que de esta manera se disminuirá los costos y por ende el precio de venta del servicio.
- * La implementación de este proyecto es recomendable, ya que las condiciones de mercado y localización son los adecuados; puesto que los estudios realizados así lo han demostrado.
- * Se recomienda que al momento de adquirir los insumos, se realice en los proveedores más adecuados, para de esta manera poder mantener los costos en una cantidad mínima.
- * Para el lanzamiento del producto se tiene que dar a conocer con anterioridad, utilizando los materiales de apoyo de publicidad que se encuentran en el estudio; y al iniciar la introducción del servicio en el mercado se debe tener un precio de penetración flexible para ajustarse con la competencia, y de esta manera ganar el mercado.

j. BIBLIOGRAFÍA



c. BIBLIOGRAFÍA

- j.1. ADMINISTRACIÓN;** Editorial Mc Graw Hill, México 1985.
- j.2. CORDOBA, Marcial:** Evaluación del Proyecto.
- j.3. Enciclopedia** de consulta Encarta 2007
- j.4. MC – GRAW – HILL** Administración Financiera, Biblioteca práctica de Negocios. Tomo IV México. 1986.
- j.5. GUÍA DEL MÓDULO 4:** Mercadotecnia
- j.6. GUÍA DEL MÓDULO 7:** Administración de la Producción; 2008
- j.7. JONSON W. Robert.** Administración Financiera. Editorial, Continental.
- j.8. ELISEO, José:** Costo y Evaluación de proyectos.
- j.9. MANADADA, Juan:** Gestión de Proyectos
- j.10. PASACA, Manuel:** Formulación y Evaluación de Proyectos
- j.11. SÁNCHEZ GUZMÁN:** Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales, Editorial McGraw-Hill, 1995 Madrid.
- j.12.** www.google.com. Elaboración y Evaluación de Proyectos.
Monografias.com
- j.13. WWW. Gestión administrativa. Com.**

k. ANEXOS



K. ANEXOS

k.1. FORMATO DE ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN CATAMAYO

1. ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero ()
- Casado ()
- Divorciado/a ()
- Unión libre ()

3. ¿Trabajan en su hogar?

- Si ()
- No ()

1. ¿Cuántas personas lo hacen?

- 1 ()
- 2 ()
- 3 ()
- Más de 4 ()

2. Ud. ha visitado los lugares y centros turísticos con su familia?

- 3. Si ()
- 4. No ()
- 5. Porque.....

5. ¿Ha visitado lo lugares recreacionales de su cantón?

- Si ()
- No ()

5. Qué centro turístico de la localidad ha visitado Ud. con mayor frecuencia



.....
.....
.....

6. ¿Con que frecuencia aproximadamente visita al año a estos lugares turísticos?

- Cada Semana
- Cada dos Semanas
- Cada Mes
- Cada Año

7. ¿Podría indicarnos la calidad de los centros recreacionales turísticos que ha visitado Ud.?

- Muy Bueno ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

8. Usted qué cantidad de dinero ha invertido al hacer uso de los centros recreacionales y turísticos?

- \$ De 1 a 10 ()
- \$ De 11 a 20 ()
- \$ De 21 a 40 ()
- \$ De 41 a 60 ()
- \$ De 61 en adelante ()

9. El precio que usted pagó por el servicio de Entrada al local, Hospedaje,

Alimentación y Recreación en los lugares turísticos es:

- Entrada al local.....
- Hospedaje.....
- Alimentación.....
- Recreación

10. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de estos lugares de recreación y centro turísticos?



- Periódicos ()
- Revistas ()
- Internet ()
- Amigos ()
- Hojas volantes ()
- Afiches ()
- Tarjetas de presentación ()
- Vecinos ()
- Otros ()

11. ¿El municipio de Catamayo está empeñado en crear un centro turístico y recreacional estaría usted y su familia dispuesto a utilizar sus servicios?

- Si ()
- No ()

Porque?.....

12. ¿Qué servicios le gustaría que tenga el centro recreacional turístico?

.....
.....
.....

13. ¿Para su conocimiento el centro recreacional turístico estaría ubicado en la rivera del rio boquerón junto al puente; en el lugar denominado Víctor Manuel palacios Ullauri estaría de acuerdo?

- Si ()
- No ()

Porque?.....

14. ¿Debería este Centro Recreacional Turístico; construirse bajo las normas de seguridad y protegiendo el medio ambiente?

- Si ()
- No ()



K.2. FORMATO DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS

1. Podría indicarnos de que parte viene?

País ()
Provincia ()
Cantón ()

2. Usted vino?

Solo () N° Personas ()

Con su familia () N° Personas ()
Con amigos () N° Personas ()

Otros.....

3. ¿Su presencia o visita en el cantón Catamayo (La Toma) es por?

Turismo ()
Trabajo ()
Visitar a familiares ()
Negocios ()
De paso ()
Lugar.....

4. ¿Piensa alojarse en la ciudad de Catamayo?:

Si ()
No ()

5. ¿cuántas veces ha visitado los centros turísticos del cantón?:

1 ()
2 ()
3 ()
Más de 4 ()



6. ¿Ha visitado los sectores turísticos y de descanso o recreación del cantón?

Si ()

No ()

7. ¿Qué centro turístico de la localidad ha visitado Ud. Con mayor frecuencia?

.....

8. ¿cuáles son los servicios que usted utiliza con mayor frecuencia en un centro turístico o recreacional enumere?

.....
.....
.....
.....
.....

9. Por qué medio de comunicación se enteró de estos lugares de recreación y centro turísticos

Periódicos ()

Revistas ()

Internet ()

Amigos ()

Hojas volantes ()

Afiches ()

Tarjetas de presentación ()

Vecinos ()



10. Si usted visito esta ciudad e hizo uso de los servicios que prestan los centros turísticos o recreacionales; indique si su servicio fue?

- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

11. ¿Los servicios que prestan los centros turísticos o recreacionales deben estar protegidos con guardias y otros?

- Si ()
- No ()

Porque.....

12. ¿Enumere que clase de seguridad usted sugiere?

.....
.....
.....

13. ¿De existir la posibilidad de diseñar y construir un nuevo centro turístico de recreación en este cantón estaría usted de acuerdo?

- Si ()
- No ()

Porque.....

14. ¿Los precios que deben cobrar estos centros turísticos de recreación deben ser de acuerdo a los servicios que presta?

- Si ()
- No ()

Porque.....



15. ¿Qué servicios cree que deberían existir en este nuevo centro turístico?

.....
.....
.....
.....
.....

16. ¿Por qué medios de comunicación cree que deberían utilizar este centro turístico recreacional para su promoción?

.....
.....
.....

17. ¿el servicio a prestar por el centro recreacional y turístico de debe ser :?

- Personal ()
- Auto servicio ()
- A la carta ()

18. ¿estaría de acuerdo que el centro recreacional y turístico este ubicado fuera de la zona urbana?

- Si ()
- No ()
- Porque.....

19. ¿Si el centro turístico recreacional estuviera ubicado a la rivera del rio Catamayo (Boquerón) aceptaría usted?

- Si ()
- No ()



**k.3. FORMATO DE ENTREVISTA APLICADA A LOS GERENTES
PROPIETARIOS DE LOS CENTROS CREACIONALES DEL CANTÓN
CATAMAYO**

1. **¿Cuál es el nombre del Centro Turístico que Ud.
Administra?**

2. **¿Qué días a la semana presta sus servicios este Centro
Turístico?**

3. **¿Cuál es su horario de atención?**

4. **¿Cuál es el número de turistas que visitan el lugar?**

5. **¿En qué temporadas tiene más visitantes este Centro
Turístico?**

6. **¿Su Centro Turístico cuenta con los servicios de :**

Balnearios Naturales ()
Canchas Deportivas ()
Piscinas ()
Toboganes ()



Parcelas Frutales	()
Hidromasajes, Turco	()
Áreas Verdes	()
Platos Típicos de la Zona	()
Hospedaje	()
Parqueadero Privado	()
Guardianía Privada	()

7. ¿Cuál es el precio que el cliente paga por estos servicios?

8. ¿En base a que variables realizó Ud. El cálculo del precio que debe pagar el cliente por los servicios que se brinda en su empresa?

9. ¿Cuáles son sus principales competidores?

10. ¿Su empresa cuenta con todas las normas que ayuden a la conservación del medio ambiente como por ejemplo la norma ISO 14001?

1. ÍNDICE



I. ÍNDICE

a.	TITULO.....	1
b.	RESUMEN EJECUTIVO.....	2
c.	INTRODUCCIÓN.....	9
d.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	13
e.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	27
e.1.	METODOLOGÍA.....	27
f.	RESULTADOS.....	36
g.	DISCUSIÓN.....	88
g.1.	ESTUDIO DE MERCADO.....	88
g.1.1.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	89
	DEMANDA POTENCIAL.....	89
	DEMANDA REAL.....	91
	DEMANDA EFECTIVA.....	93
	VISITA PROMEDIO PER CAPITA.....	98
g.1.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	98
g.1.3.	DEMANDA INSATISFECHA.....	102
g.1.4.	ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN.....	104
	SERVICIO PRINCIPAL.....	104
	PRECIO.....	108
	PLAZA.....	109
	PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	111
g.2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	116
g.2.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	116
g.2.1.1.	CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO.....	117
g.2.1.2.	CAPACIDAD UTILIZADA.....	118
g.2.1.4.	CAPACIDAD FINANCIERA.....	119
g.2.1.5.	CAPACIDAD ADMINISTRATIVA.....	119



g.2.2. LOCALIZACION DEL PROYECTO.....	119
g.2.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	119
g.2.2.2.MICRO LOCALIZACIÓN.....	123
g.2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	124
g.2.3.1. INGENIERIA DEL PROCESO.....	125
g.2.4. DISTRIBUCION DE LA PLANTA.....	133
g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	141
g.3.1. BASE LEGAL.....	141
g.3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	141
g.3.2.1. NIVELES ADMINISTRATIVOS.....	146
g.3.2.2. MANUAL DE FUNCIONES.....	155
g.4. ESTUDIO FINANCIERO.....	155
g.4.1. INVERSIONES Y FINACIAMIENTO.....	155
g.4.1.1. INVERSIONES.....	155
ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.....	155
ACTIVO DIFERIDO O INTANGIBLE.....	161
ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.....	162
Presupuesto de producción.....	162
Gastos administrativos.....	167
Gasto de venta.....	173
DEPRECIACIONES:.....	174
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.....	187
RESUMEN DE COSTOS.....	188
RESUMEN DE LA INVERSIÓN.....	190
g.4.2.FINANCIAMIENTO.....	191
g.4.3.PRESUPUESTO PROYECTADO.....	192
g.4.4.COSTO UNITARIO DEL SERVICIO.....	196
g.4.5.PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.....	196
g.4.6.INGRESO POR VENTAS.....	197
g.4.7.CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.....	199
g.4.8. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	204
g.4.9.PUNTO DE EQUILIBRIO.....	206



g.4.10 FLUJO DE CAJA.....	209
g.5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	210
g.5.1. VALOR ACTUAL NETO.....	211
g.5.2. PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL.....	212
g.5.3.RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	213
g.5.4.TASA INTERNA DE RETORNO.....	214
g.5.5. ANALISIS DE SENSIBILIDA	216
h. CONCLUSIONES.....	222
i. RECOMENDACIONES.....	226
j. BIBLIOGRAFÍA.....	228
k. ANEXOS.....	230
l. ÍNDICE.....	239