UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE - PARROQUIA GUADALUPE".

Tesis previa a Optar el Grado de Ingenieras Comerciales.

AUTORAS:

Mercy Silvana Alverca Abad.
Viviana Beatriz Romero Granda.

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Mg. Sc. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz.

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Mg. Sc. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz.

Docente de Universidad Nacional de Loja y Director de Tesis.

CERTIFICA:

Que el proyecto de tesis titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE - PARROQUIA GUADALUPE" presentado por las estudiantes Srta. Mercy Silvana Alverca Abad y Srta. Viviana Beatriz Romero Granda, previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales, el cual ha sido desarrollado bajo mi dirección.

Loja, 11 de febrero del 2014

.....

Ing. Mg. Sc. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Nosotras, Mercy Silvana Alverca Abad y Viviana Beatriz Romero Granda, declaramos ser autoras del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

Autora: Mercy Silvana Alverca Abad

Firma: ----------

Cédula: 1900518463

Autora: Viviana Beatriz Romero Granda

Firma: ----------

Cédula: 0705187193

Fecha: 11 de Febrero del 2014

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

Yo, Mercy Silvana Alverca Abad y Viviana Beatriz Romero Granda. Declaro ser autoras de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE - PARROQUIA GUADALUPE"** como requisito para optar el grado de Ingenieras Comerciales. Autorizamos al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Las personas pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realicen terceros.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de febrero del dos mil catorce firman las autoras.

Firma:
Autora: Mercy Silvana Alverca Abad
Cédula: 1900518463
Dirección: Clodoveo Jaramillo.
Correo Elec: sole_chiki@hotmail.com
Celular: 0984383439

Firma:
Autora: Viviana Beatriz Romero Granda
Cédula: 0705187193
Dirección: Electricista Bajo.
Correo Elec: viviromgnd@hotmail.com
Celular: 0985651071

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Mg. Sc. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz.

Tribunal de Grado

Ing. Manfredo Jaramillo.	(Presidente)
Ing. Lucia Valverde.	(Tribunal de Grado)
Ing. Juan Pablo Sempertegui.	(Tribunal de Grado)

DEDICATORIA

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers.

MI TESIS DEDICO CON TODO MI AMOR Y CARIÑO:

Principalmente a Dios, por haberme dado la vida, que supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no decaer ante los obstáculos que se presentaban, dándome valor para encarar las adversidades sin desfallecer en el intento y de esta manera llegar hasta este momento tan importante en mi vida, que es mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante de mi vida por demostrarme su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones y compartir conmigo muchos momentos tanto alegres como tristes, por tener siempre tendida su mano amiga ya que su anhelo ha sido que llegara este momento. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física; Papi, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que desde el cielo me brindas tu apoyo para seguir adelante, estoy segura que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí y también sé que te sentirás orgulloso de ver a tu hija cumplir un sueño que no solo es mío, también fue el tuyo. Te amo infinitamente Papá.

A mis hermanos Líder, Edward, Freddy y Frank´s que a pesar de que últimamente tuvimos inconvenientes te quiero con todo mi corazón; a mis hermanas Neysder, Emma y Yuri gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, los amo mucho a todos. A ti ñaño, Holger que a pesar de que no estás aquí ahora en estos momentos conmigo, sé que tu alma si lo está y porque tuviste los mismos sueños que Yo, te dedico con todo mi corazón mi tesis. Nunca te olvidaré.

A mis sobrinos y sobrinas, quisiera nombrarlos a cada uno de ustedes pero son muchos, eh; pero, eso no quiere decir que no me acuerde de cada uno, a todos los quiero mucho.

Chicuelas, Vivi y Rashell, amigas que les puedo decir, gracias por compartir momentos agradables y momentos tristes, pero esos momentos son los que nos hacen crecer y valorar a las personas.

También dedico a una personita especial en mi vida, que un día me dijo “TUS ESTUDIOS ESTÁN POR ENCIMA DE TODO” y que no los dejara por nada, ni por nadie. Gracias por esas palabras.

Una dedicación de estima, admiración y respeto al Ing. Patricio Cuenca Ruíz, por haber compartido sus experiencias, aportes y orientaciones profesionales, como Tutor durante el lapso de la realización del Proyecto de Tesis; queda sembrado en el corazón de mi persona.

Y no me puedo ir sin antes decirles, que sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas sirvieron de algo y aquí está el fruto. Les agradezco por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Mil palabras no bastarían para agradecer su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles, a todos ustedes los llevare siempre en mi corazón y también espero no defraudarlos. Los quiero mucho y nunca los olvidaré.

AUTORA
Mercy Silvana Alverca Abad.

DEDICO ESTA TESIS:

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, porque confiaron en mí y con sus dignos ejemplos de superación y entrega, pude formarme tanto en lo académico como persona, gracias a su impulso de amor, más aun contando con su apoyo en los momentos más difíciles de mi carrera. Va dedicado a ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí, esta es una de las maneras de retribuir lo que ustedes me dieron en un principio.

A mis hermanos, sobrinos y demás familiares por ser el incentivo para seguir adelante con este objetivo, a mi director de tesis el Ingeniero Patricio Cuenca Ruiz, por entregarme sus conocimientos para realizar los propósitos que tengo en mente.

LA AUTORA

Viviana Beatriz Romero Granda.

AGRADECIMIENTO

Nuestro Proyecto de Tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte de sus autoras.

Agradecemos, como siempre primeramente a Dios, por darnos salud y vida, por estar con nosotras en cada paso que damos, el cual nos da fuerzas para seguir adelante, con el único fin de servir de la mejor manera a la sociedad.

Queremos dejar constancia de nuestro sincero agradecimiento a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas que viene promocionando por muchas décadas excelentes profesionales, a los docentes de la misma y en especial al Ing. Patricio Cuenca Ruíz, por su decidido aporte académico ya que ha sabido orientarnos profesionalmente en la elaboración y presentación del informe final de nuestro Proyecto de Tesis, sus sugerencias y criterios oportunos contribuyeron a que el trabajo cumpla los objetivos planteados.

LAS AUTORAS

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE - PARROQUIA GUADALUPE”.

b. RESUMEN

El turismo constituye una importante fuente de ingresos de la economía ecuatoriana, además de ser una fuente generadora de empleo, por lo que es un factor distribuidor de riqueza, considerado como una de las herramientas más importantes para combatir la pobreza. El Cantón Zamora y sus alrededores cuentan con una diversidad de sitios turísticos en los cuales pueden disfrutar de un agradable momento junto a su familia y amigos. El componente natural es rico debido a la abundancia de atractivos de flora y fauna existentes. A pesar de que el componente cultural tiene una valoración media, con promoción y difusión sería uno de los principales atractivos de este Cantón y Parroquia. En cuanto al componente gastronómico, el sector posee platos de la zona, elaborados con ingredientes típicos de la amazonia ecuatoriana. El propósito de este documento es presentar el diseño del proyecto de factibilidad para la implementación de un centro turístico ubicado en la Parroquia Guadalupe del Cantón Zamora Chinchipe.

Este proyecto constituye un instrumento de ayuda con fines de consulta dentro de la biblioteca de la Universidad Nacional de Loja para aquellas personas interesadas en el diseño de estudios de factibilidad.

A continuación se detallan los resultados los mismos que fueron obtenidos mediante una investigación de campo. Se realizaron encuestas a las familias del Cantón Zamora como también a las familias turísticas que visitan el mismo, además se realizó una entrevista y observación directa a los ofertantes para conocer su opinión sobre el atractivo turístico del Cantón, lo que sirvió de gran ayuda para el desarrollo del proyecto.

Los pasos o componentes que se tomaron en cuenta para la elaboración del presente proyecto propiamente dicho son: se inicia con el ESTUDIO DE MERCADO en el cual se describe las actividades turísticas que se desarrollan mayormente en el Cantón Zamora Chinchipe – Parroquia

Guadalupe y el número de turistas que lo visitan. Para lo cual se realizó el tamaño de la muestra en donde se tomó en cuenta la Población del Cantón Zamora con 27.592 habitantes y los 10.106 turistas dando un total de 37.698 personas con el fin de determinar el número de encuestas las cuales son 380. Cabe recalcar que las encuestas fueron aplicadas a 9.425 familias incluidas las familias turistas que visitan dicho Cantón.

También se detalla el análisis de las demandas requeridas del proyecto; la Demanda Potencial que representa el 100% de demandantes correspondientes al 94% personas que si visitan centros turísticos. La Demanda Real con un total del 91% de encuestados, mientras que para la Demanda Efectiva corresponde el 92% que están dispuestos a visitar nuestro centro turístico a crearse. Y en cuanto a la oferta tenemos un total de 20.735 familias que visitan a los centros turísticos, el cual fue uno de los factores determinantes para saber el número de demandantes y ofertantes que tendrá nuestro proyecto.

En el ESTUDIO TÉCNICO se identifican las características del proyecto, se plantean los objetivos, misión y visión. Se describe minuciosamente cada uno de los productos y servicios como son el de alojamiento, alimentación y recreación, además se establece la Capacidad Instalada que es de 100% con 86 usuarios semanalmente y la Capacidad utilizada con el 70% que representa a 60 personas semanales que visitan el centro turístico en el primer año (2013). Nuestro Centro Turístico estará ubicado en el Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe lugar que cuenta con vías de acceso de primer orden.

Además se presenta la organización administrativa en la cual se detalla el proceso para el registro de establecimientos turísticos de alojamiento en el Ministerio de Turismo. Se concluye con la estructura orgánica del proyecto en la que se presenta el organigrama estructural, funcional y posicional para saber que funciones se deben cumplir en los puestos de trabajo de la empresa, especificando el perfil de cada uno.

En otra etapa del proyecto tenemos al ESTUDIO FINANCIERO en el cual se describe los activos fijos, diferidos, capital de trabajo o activo circulante, donde se determinó que para la implementación del proyecto se requiere de una inversión de 152.171,03 dólares, cuyo financiamiento será interno mediante el aporte de las dos socias con 30.000,00 dólares y externo por medio de un financiamiento del Banco Nacional de Fomento con un monto de $122.171,03.

El precio de venta se ha establecido en base a costos y gastos de inversión que se han proyectado a través de un análisis presupuestario, esto se ha determinado en los siguientes productos que se va a ofrecer: en el área de restaurant con un total de $31.117,50 dólares de ingreso al año ofreciendo desayunos, almuerzos, meriendas y platos a la carta (platos turísticos) como tilapia, ancas de rana y cecina. En el área de hospedaje con un ingreso de $136.800,00 con el servicio de habitaciones (suite, simple, doble y triple) y por ultimo tenemos el servicio de piscina de niños y adultos con un total de ingresos de $675,00 dólares al año. Con esto se realizó un análisis y clasificación de los costos para los años de vida útil del proyecto, con estos datos se elaboró el punto de equilibrio dándonos para el primer año 168.592,50 con relación a las ventas y 56.18% con relación a la capacidad instalada, para el tercer año teniendo ventas de 185.823,23 con un porcentaje de capacidad instalada de 50,79% y finalmente para el quinto año de 205.662,05 en las ventas y 46,03% con relación a la capacidad instalada y el estado de pérdidas y ganancias.

Por último en la EVALUACIÓN FINANCIERA se ha determinado el flujo de caja que el primer año es de 58.857,58 proyectado a cinco años. De acuerdo con los resultados se calculan: el VAN (Valor actual neto) que es de $ 93.472,73 el cual muestra que el proyecto es rentable, la TIR (Tasa interna de retorno) es de 32,28%, RBC (Relación Beneficio Costo) es de $1,69 teniendo en cuenta si su resultado es mayor a 1 el proyecto es aceptable; en el PRC (Periodo de Recuperación de Capital) se identifica

en que tiempo se recupera dicha inversión la misma que se recupera en 2 años, 11 meses, 29 días y 4 horas; y el AS (Análisis de Sensibilidad) se evidencia que el proyecto soporta un incremento de 16,30% y una disminución en los ingresos de 9,72% lo cual quiere decir que el proyecto es factible.

Teniendo en cuenta las consideraciones necesarias y aplicando de manera correcta las estrategias, es posible alcanzar los objetivos planteados y hacer realidad no sólo el proyecto, sino también convertir al Centro Turístico en uno de los mejores de la Parroquia y por qué no decirlo del Cantón.

ABSTRACT

Tourism is an important source of income of the Ecuadorian economy, besides being a source of employment, so that is a distributor of wealth factor, considered one of the most important tools to combat poverty. Zamora Canton and the surrounding region offer a variety of tourist sites in which they can enjoy some quality time with your family and friends. The natural component is rich because of the abundance of attractive flora and fauna. Although the cultural component has an average rating, with promotion and dissemination would be one of the main attractions of this Canton and Parish. Culinary component sector has local dishes made with ingredients typical of the Ecuadorian Amazon. The purpose of this document is to present the design of the project feasibility for the implementation of a resort located in the Guadalupe Parish Canton Zamora Chinchipe.

This project is an aid for consultation within the library of the National University of Loja for those interested in the design of feasibility studies.

The results thereof are described which were obtained through field research. Families of Zamora Canton as well as tourist families visiting the same surveys were conducted, as well an interview and direct observation was made to bidders for comment on the attraction of Guangzhou, which was of great help to the project development.

The steps or components that were taken into account in the preparation of this project itself are: starts with MARKET RESEARCH in which tourism activities taking place mostly in Canton Zamora Chinchipe described - Parish Guadalupe and the number of tourists who visit. For which the sample size where they took into account the population of Canton Zamora with 27.592 residents and 10,106 tourists for a total of 37.698 persons in order to determine the number of surveys which 380 are performed. It should be noted that the surveys were applied to 9.425

families including families tourist said Canton.

Potential Demand representing 100% of applicants for the 94% people that if they visit tourist areas, the analysis of the required demands of the project is detailed. The Real Demand for a total of 91% of respondents, while for Effective Demand corresponds to 92% who are willing to visit our resort to be created. And as we bid a total of 20.735 families visiting the resorts, which was one of the determining factors for the number of applicants and bidders will have our project.

TECHNICAL STUDY The project characteristics are identified, objectives, mission and vision arise. It describes in detail each of the products and services such as the accommodation, food and recreation, in addition to the installed capacity is 100% with 86 users and Capacity Utilization weekly with 70% representing 60 states that people weekly visit the resort in the first year (2013). Our Resorts is located in Canton Zamora - Guadalupe parish place that has paths first order.

Moreover, the administrative organization in which the process for registration of tourist accommodation in the Ministry of Tourism are detailed. It concludes with the organizational structure of the project in which the structural, functional and positional chart to know which functions must be met in the jobs of the company, specifying the profile of each is presented.

In another phase of the project we have the FINANCIAL REVIEW in which fixed, deferred assets, working capital or current assets, where it was determined that for the implementation of the project will require an investment of $152.171,03 is described, whose funding will internal by providing two external members with $30.000,00 and funding through the National Development Bank in the amount of $122.171,03 . The sale price is set based on costs and investment costs have been projected through a budget analysis, it was determined in the following

products will be offered: in the area of restaurant with a total of $31.117,50 dollars a year income offering breakfast, lunch , snacks and à la carte (tourism courses) as tilapia , frog legs and jerky. In the area of accommodation with an income of $136.800,00 with room service (suite , single, double and triple) and finally we have the service pool for children and adults with a total income of $675,00 U.S. dollars per year . With this analysis and classification of costs over the useful life of the project, with these data was performed breakeven giving 168.592,50 for the first year relative to sales and 56,18% in relation to the capacity is developed installed, for the third year taking 185.823,23 sales with a percentage of installed capacity of 50,79% and finally to the fifth year of 205.662,05 in sales and 46,03% in relation to the installed capacity and the state profit and loss.

Finally in the FINANCIAL ASSESSMENT is determined cash flow the first year is projected to 58.857,58 five years. According to the results calculated: the NPV (net present value) which is $ 93.472,73 which shows that the project is profitable, the IRR (internal rate of return) is 32,28%, RBC (Relationship Benefit cost) is $1,69 based on whether the result is greater than 1 the project is acceptable in the PRC (Capital Recovery Period) identified in that time the investment is recovered it is recovered in 2 years, 11 months, 29 days and 4 hours and AS (Sensitivity Analysis) is evidence that the project supports an increase of 16,30% and a decrease in revenue of 9,72% which means that the project is feasible.

Given the necessary considerations and applying the strategies correctly, you can achieve the objectives and to realize not only the project but also convert the tourist center in one of the best of the Parish and why not say the Canton.

c. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el Turismo, en sus diversas modalidades es una actividad en crecimiento constante, sin embargo, se debe tener claro que, desarrollado en forma no planificada, conlleva a un deterioro irreparable más que cualquier otra actividad turista tradicional ya que puede generar mayor impacto ya sea ecológico como social. En nuestro país poseemos maravillosos atractivos como los demuestra el cantón Zamora que induce al turismo tanto nacional como extranjero.

Nuestro trabajo es enfocado al estudio de factibilidad para la creación de un Centro Turístico en el Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe lo que favorecerá al progreso tanto del Cantón como de la Parroquia, promoviendo el turismo con la creación de más establecimientos turísticos con el desarrollo socio-económico del Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe.

Para poder definir el tema de tesis se revisó el espacio y el tiempo requerido para su realización, por tal razón el tema se denomina: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACCIÓN DE UN CENTRO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE ZAMORA – PARROQUIA GUADALUPE"**. La importancia de realizar este proyecto radica en mejorar las actividades turísticas, incentivando la construcción, las vías de comunicación, las artesanías, etc.

Con el presente proyecto se espera dar sustento técnico a dicha propuesta y para ello los estudios se enmarcaron en los siguientes aspectos: se parte de una **introducción** en donde se hace una descripción de cómo está estructurado el presente trabajo, se realizó una **revisión de literatura** que fue útil para lograr un mayor conocimiento y dominio del tema con conceptos que han permitido conocer sobre proyectos entre los que se menciona: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Evaluación Financiera. Cuenta con una **metodología** empleada para su elaboración.

A continuación se encuentra los **resultados** que fueron consecuencia de un análisis e interpretación de las encuestas aplicadas en el Cantón Zamora; en el **estudio de mercado** se pudo conocer los aspectos relacionados a la oferta y demanda del servicio, proyecciones y estimaciones, las preferencias del consumidor mediante la utilización de herramientas de cálculo y estadísticas, con la finalidad de establecer nuestro segmento y mercado meta. En el **estudio técnico**, donde se trata la temática del tamaño y localización con la finalidad de determinar la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación de esta empresa a nivel macro y micro localización considerando algunos factores que influyen en esta decisión, además se señala la ingeniería del proyecto que muestran los componentes tecnológicos y requerimientos básicos para ello, ajustándose a las necesidades y características de la empresa de acuerdo al medio en el cual opera, por otro lado se hace constar el estudio organizacional y empresarial del centro turístico. En el **estudio financiero** se determina el monto necesario para la ejecución de proyecto, el cálculo de la inversión total, costo total, costo unitario y los ingresos por ventas están respaldados en los respectivos presupuestos, elementos indispensables para realizar la **evaluación financiera** y de esta manera conocer los indicadores a fin de decidir sobre la factibilidad para la implementación del proyecto.

Una vez que se ha concluido con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se llegó a determinar las **Conclusiones y Recomendaciones**, en las que se llegara en base a los resultados obtenidos aprovechando las oportunidades que nos brinde el mercado, conjuntamente se presentará la **Bibliografía** donde se recopiló de distintas fuentes de información como libros, revistas e Internet y finalmente tenemos el **Índice** que es un respaldo del presente trabajo. Esperando que este sea un aporte sustancial y un incentivo para incrementar las nuevas inversiones en el Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

- **MARCO REFERENCIAL**

HISTORIA DEL TURISMO

El futuro de la biodiversidad está en juego, principalmente por el incremento de la población humana y la demanda de recursos. Debido a que es imposible que el crecimiento poblacional se estabilice en los próximos 50 años, es necesario buscar estrategias que permitan encontrar un balance entre la conservación y las necesidades económicas de una población creciente.

El nuevo paradigma está en asignar una valoración a la biodiversidad para asegurar su conservación pero también es necesaria información científica proveída por una rama reciente de las ciencias biológicas llamada biología de la conservación y más que nada ética a largo plazo. Una forma de valorar la biodiversidad es a través de su potencial de disfrute, que genera una actividad económica (hotelería, transporte, alojamiento y recreación) aprovechada por el Turismo.

Es sin embargo importante comprender la perspectiva histórica del turismo, la cual nos lleva a comprender que turismo no ha sido –ni es, en muchas de sus manifestaciones- una actividad sustentable y es aún vista con recelo por los conservacionistas. Para mitigar sus efectos negativos se hace necesarios esfuerzos de formación, capacitación y adecuados procesos de educación planificación para asegurar la conservación de especies y ecosistemas importantes. [1]

El rápido crecimiento de la demanda internacional por turismo experimentado en la segunda mitad del siglo veinte ha dado lugar a preocupaciones éticas sobre cómo ha sido el uso ambiental en destinos

[1] *www.turismo.gob.ec/*

usados por turismo, así como el uso de los recursos culturales. El impacto turismo sobre recursos naturales de culturales significa que su desarrollo induce cambios que pueden ser tanto positivos como negativos.

CONCEPTO – TURISMO

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc. [2]

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como algunos de los puntos de turismo más importantes o dinámicos mientras que otros no, y esto tendrá que ver con la atención que cada país puede prestarle a esta actividad, creando más posibilidades para que los visitantes disfruten.

Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural. Aquí, la importancia del turismo residirá en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de

[2] *www.todacultura.com/turismo/*

enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, de la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuanto a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen todas las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía. [3]

Generalizando el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

El elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

[3] *www.importancia.org/turismo.php*

COMPONENTES DEL TURISMO

La industria turística es la que se ocupa de transportar, cuidar, alimentar y distraer a los turistas, a los cuales, en términos generales, podemos definir como aquellos que viajan fuera de su lugar de residencia. Se trata de una industria muy amplia y compleja que comienza invirtiendo millones de dólares en publicidad y promoción para atraer una atención de los potenciales viajeros.

Una vez interesado el futuro viajero quizá se ponga en contacto con un agente de viajes para contratar los servicios necesarios, la mayoría de los turistas que viajan dentro de su propio país organizan por su cuenta su propio programa y servicios durante el viaje, mientras que los viajeros por el extranjero suelen utilizar los servicios de un agente de viajes, con todo por ciertas áreas de destino, tanto nacionales, como internacionales, más del 90% de las reservas se efectúan a través de agencias de viajes. Dichas agencias negocian casi todo el mercado de circuitos y cruceros, el agente de viajes puede concertar total o parcialmente viaje en cuanto a traslados se refiere y muy a menudo también el alojamiento, alquiler de automóviles y las visitas turísticas. Los servicios pueden estar ya incluidos en un paquete turístico, o bien el viaje puede organizarse paso a paso, individualmente. El turista puede viajar independientemente o integrarse en un circuito o grupo. [4]

IMPACTOS DEL TURISMO

IMPACTO SOCIAL: El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

[4] *www.slideshare.net/.../impactos-sociales-ambientales-y-econmicos-del-tu...*
www.paraiso-azul.com/viajes-turismo-Amazonia-Ecuador.html

IMPACTOS ECONÓMICOS: Generalmente, el gasto turístico (consumo realizado por el visitante durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino), supone un aumento en los ingresos de la economía de la zona receptora, con efectos diferentes:

Efectos primarios: Son los efectos directos, fáciles de medir. Son gastos hechos directamente por el visitante a empresas turísticas.

Efectos secundarios: Dinero recibido por los establecimientos turísticos, que es un filtro en la economía local.

Efectos terciarios: Gastos que no están directamente asociadas al turismo, pero sí que pueden estar relacionados.

IMPACTOS SOCIOCULTURALES: Son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y visitantes, durante su estancia en un destino turístico.[5]

POLITICAS DEL TURISMO

Los gobiernos hoy en día establecen al turismo como una oportunidad de crecimiento económico. Tal es así que, para muchos países este se convierte en una fuente principal de divisas, por eso que los gobernantes han regulado las actividades turísticas con la finalidad de hacer de esta actividad un sector atractivo.

- **MARCO CONCEPTUAL**

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD O INVERSIÓN

Es una propuesta de acción técnico económico para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

ASPECTOS GENERALES

El ciclo de vida del proyecto comprende tres etapas**:**

[5] http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm.

PRE-INVERSIÓN: Comprende la formulación y la evaluación exacta de un proyecto. Abarca el tiempo comprendido entre el momento en que se tiene la idea del proyecto y el que corresponde a la toma de decisión de iniciar la inversión.

INVERSIÓN: Está compuesta por tres fases, a saber: diseños definitivos, construcción y montaje, puesta en marcha.

Diseños Definidos: Una vez aprobada la realización del proyecto, se procede a contratar los diseños definitivos o ingeniería de detalle. Dado que su elaboración suele generar una serie de pequeños cambios en el diseño del proyecto, puede ser necesario actualizar los presupuestos.

Construcción y Montaje: En esta etapa se administra todas las actividades relacionadas con la implementación física del proyecto, tales como: adquisiciones, realización de obras civiles, recepción y montaje de maquinarias y equipos, instalaciones, contratación y organización de los recursos humanos y formalización de los préstamos. [6]

Puesta en Marcha: Esta etapa comprende la producción de prueba, cuyo objetivo es obtener el producto con las especificaciones técnicas propuestas para salir al mercado.

OPERACIÓN: La fase de operación se somete a un proceso de supervisión o monitoreo (evaluación durante), que busca identificar las diferencias entre lo planeado y lo realizado, como también, explicarlas y corregirlas para que no afecten el normal desarrollo del proyecto.

ELEMENTOS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

✓ ESTUDIO DE MERCADO

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las

[6] http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html.

acciones de marketing en una situación de mercado específica. El Estudio de Mercado consta de los siguientes elementos:

Producto Principal: Es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales.

Producto Secundario: Aquí se describe los productos que se obtiene con los residuos de materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita.

Productos Sustitutos: En esta parte debe de hacerse una descripción clara de los productos que pueden remplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

Demandantes: Se indica quienes serán los consumidores del producto principal. [7]

Mercado: Consiste en la segmentación geográfica a fin de determinar la posibilidades de expansión o reducción de mercado.

Estudio de la Oferta: Constituye el punto crítico de la investigación e mercado toda vez que las fuentes por lo general se niegan a proporcionar información o carecen de ella en una serie de tiempo de al menos de 3 a 5 años.

Estudio de la Demanda: Consiste en medir la cantidad de producto principal que requiere el mercado para satisfacer una necesidad. Se la clasifica en tres demandas:

Demanda Potencial: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.

Demanda Real: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de producto en el mercado.

Demanda Efectiva: La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisiera hacerlo.

[7] Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

Balance de Oferta y Demanda: Una vez que se dispone de información de oferta y demanda se procede a comparar las cantidades; cuando la demanda supera a la oferta se dice que hay demanda insatisfecha porque existe oferta deficitaria, cuando la oferta supera la demanda se dice que hay superávit en la oferta.

Plan Comercial: Establecida las condiciones del mercado y que son favorables a la nueva unidad productiva se diseñan las estrategias con las cuales se ingresara con el producto al mercado. [8]

✓ ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto. Este estudio se enfoca básicamente en los siguientes elementos:

TAMAÑO DEL PROYECTO

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento, considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

- **Capacidad Instalada:** Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.
- **Capacidad Utilizada:** Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

[8] Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

LOCALIZACIÓN

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la empresa, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación.

- **Macrolocalización:** Representará gráficamente la ubicación de la empresa, se ubica claramente desde los ámbitos nacional, regional, provincial y cantonal; para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.
- **Microlocalización:** Representa gráficamente a través de planos urbanísticos el lugar exacto en donde se ubicará la empresa dentro de un mercado local.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipos necesarios. [9]

- **Componente tecnológico:** Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.
- **Infraestructura física:** Se relaciona con la parte física de la empresa en donde se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.
- **Distribución de la planta:** La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

[9] Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
CÓRDOBA PADILLA, MARCIAL. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. Editorial ECOE Ediciones. p.p. 241).

- **Diagrama de Proceso:** Describe el proceso mediante el cual se obtendrá un producto o servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle.
- **Diagrama de Flujo**: Es un diagrama que utiliza símbolos gráficos para representar el flujo y las fases de un proceso. Está especialmente indicado al inicio de un plan de mejora de procesos, al ayudar a comprender cómo éstos se desenvuelven. [10]

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La Organización, consiste en efectuar una serie de actividades humanas y después de coordinarlas en tal forma que el conjunto de las mismas actué como una sola, para lograr un propósito común.

Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

- **Acta Constitutiva:** Es el documento certificatorio de la conformación Legal de la empresa, en el cual se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La Razón Social:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conforme lo establece la ley.
- **Domicilio:** Deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otras personas naturales o jurídicas.
- **Capital Social:** Debe indicarse cuál es el monto de capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cuál se evalúa

[10] http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/
CÓRDOBA PADILLA, MARCIAL. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. Editorial ECOE Ediciones. p.p. 241).

posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operará.

- **Administradores**

  Se delegará a un determinado número de personas la responsabilidad del funcionamiento y operatividad de la Hostería. [11]

Empresarial

Esta se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles jerárquicos

- **Nivel Legislativo**: Es el máximo nivel de la dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los propietarios de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido.
- **Nivel Ejecutivo**: Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa.
- **Nivel Asesor**: Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen el tratamiento especial.
- **Nivel de Apoyo**: Este nivel lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Organigramas: Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

[11] http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/

Dentro de los organigramas encontramos:

- **Organigrama estructural:** Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.
- **Organigrama funcional:** Este tipo de organigrama representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas.
- **Organigrama posicional:** En este organigrama se detallan aspectos tales: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben.

Base Filosófica de la Empresa

Principios y Valores: Son características fundamentales para la elaboración de una cultura organizacional, con la que la empresa deberá realizar sus actividades diarias. Los siguientes valores y principios son un marco de referencia para promover buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares dentro y fuera de la institución, por lo tanto serán orientadores de la conducta y de todas las acciones y decisiones de la Empresa. [12]

Misión: Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa.
Lo que pretende hacer.
El para quién lo va a hacer.

[12] http://www.gestiopolis.com/manualdefunciones-htm.
http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento.

Visión: Es una imagen a futuro sobre como deseamos que sea la empresa o como queremos ser el futuro como individuos, para alcanzar el estado deseable la visión de la empresa es la respuesta a las preguntas:

Qué queremos que sea la organización.
Quienes queremos ser en los próximos años.

Manual de Funciones: Es un instrumento de apoyo para organizar, distribuir actividades y definir claramente las funciones de cada puesto, asimismo, la forma en que las mismas deberán ser ejecutadas para lograr los objetivos y metas propuestas de la institución, en un período determinado.

- ✓ **ESTUDIO FINANCIERO**

Determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros, considerando las cotizaciones más convenientes; así como las mejores alternativas de financiamiento. [13]

INVERSIONES

- Esta parte del estudio se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto. Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos y capital de operación, capital de trabajo, activo circulante o fondo de maniobra.

[13] http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento.

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la misma.

Maquinaria: Constituyen los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propios de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación.

Herramientas: Constituye el elemento complementario a la acción de la máquina para obtener un proyecto debidamente terminado.

Materiales Indirectos: Conjunto de materiales que se utilizan o consumen regularmente en los procesos de producción o ventas pero que no se emplean en el propio producto.

Utensilios de Cocina: Es un instrumento o herramienta que se utiliza para realizar una actividad.

Muebles y Enseres: Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas.

Equipo de Oficina: Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente. [14]

Equipo de Computo: Es una herramienta esencial en la oficina, hogar e Industria. Como todo equipo, requiere de mantenimiento preventivo para prolongar su vida útil y evitar problemas que no hubieran presentado si le hubiéramos dado el servicio adecuado.

[14] http://registrocontable.wikispaces.com/Activos+diferidos.

DEPRECIACIONES

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que les somete y su función productora de renta.

ACTIVOS DIFERIDOS

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos; aplicando el principio contable de la asociación de ingresos y gastos.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Materia Prima Directa: Constituye el elemento básico para elaborar el producto.

Mano de Obra Directa: Para la transformación de materia prima en producto elaborado se necesita el trabajo del ser humano al cual la empresa debe pagar una remuneración.

Consumo de Gas: Es el estado de agregación de una materia que carece de volumen y de forma propios, algo que le permite diferenciarse de un líquido de un sólido.

Suministros de Producción: Un área de suministro es un intermedio en la fabricación que se utiliza para facilitar el material directamente a la línea de producción o el puesto de trabajo. [15]

Energía Eléctrica De Producción: La capacidad para iniciar un movimiento o hacer que algo se transforme se conoce como energía**.**

[15] http://www.gerencie.com/depreciacion.html

Agua Potable de Producción: Llamamos agua potable al que podemos consumir o beber sin que exista peligro para nuestra salud.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades distintas de la venta de mercancías.

Es una subdivisión de los gastos de operación tales como:

Remuneración al Personal Administrativo
Agua Potable:
Energía Eléctrica:
Servicio Telefónico:
Materiales o Útiles de Oficina:

GASTOS DE VENTAS

Son erogaciones en que se incurren en el área de mercadeo que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

Material de Empaque: El empaque es cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor.

Publicidad: Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. [16]

PRESUPUESTOS PROFORMADOS

En cualquier proyecto es fundamental el elaborar los presupuestos de costos e ingresos para la vida útil del proyecto ya que constituye la

[16] http://www.definicion.org/gastos-generales-y-administrativos

información básica para elaborar las herramientas o estados financieros que permiten realizar la evaluación financiera que es el punto en donde se determina la factibilidad o no de un proyecto.

PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conoce las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

DETERMINACIÓN DEL 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, este análisis sirve básicamente 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. [17]

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

En Función de las Ventas: Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

[17] Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$ **En Donde:**

PE= Punto de equilibrio

CFT: Costo fijo total

1= Constante matemática

CVT= Costo variable total

VT= Ventas totales

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 maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{(VT - CVT)} * 100$$

En Función de la Producción: Se basa en la producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos. [18]

$$PE = \frac{CFT}{(PVu - CVu)}$$

En Donde:

PVu= Precio de venta unitario

CVu= Costo variable unitario

$$PE = \frac{CVT}{N^{o}\, deUnid.\,\mathrm{Pr}\, oducidas}$$

Representación Gráfica: Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

[18] Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/definicion-del-flujo-de-caja-o-flujo-de.html

✓ EVALUACIÓN FINANCIERA

Los métodos de evaluación de proyectos, corresponde a toda etapa final de todo proyecto de inversión, ya sea que se trate de una ampliación de la empresa en plena actividad o para la realización de una nueva.

Flujo de Caja: Puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución.

Valor Actual Neto (VAN): Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Si el VAN es positivo (+), se acepta la inversión.
Si el VAN es negativo (-), la inversión se rechaza.
Si el VAN es igual a cero (0), queda a criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto. [19]

Para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum VA_1^n - Inversion$$

En Donde:

VAN: Valor Actual Neto
$\sum$ **:** Sumatoria
VA : Valores Actuales
n : Años

Tasa Interna de Retorno (TIR): Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Si la TIR es superior al costo de oportunidad o costo de capital se inserta la inversión.

[19] http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/

Si la TIR es inferior al costo de oportunidad o de capital la inversión se rechaza.
Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital es criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

En Donde:

TIR : Tasa Interna de Retorno.
Tm : Tasa Menor.
VAN Tm: VAN de la Tasa Menor.
Dt: Diferencia de Tasas.
VAN TM: VAN de la Tasa Mayor.

Relación Beneficio Costo: Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. [20]

Si la relación beneficio costo es mayor que 1 el proyecto se acepta.
Si la relación es igual a 1 es criterio del inversionista.
Si la relación es menor que 1 el proyecto se rechaza.

Para calcular relación beneficio costo se aplica la siguiente formula:

$$RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

a. **Periodo Recuperación de Capital:** es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y

[20] http://todosobreproyectos.blogspot.com/2008/06/analisis-de-sensibilidad.htm.

magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Para calcular periodo recuperación de capital se aplica la siguiente formula:

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \text{Pr}ime.Flujos}{FASI} \right)$$

En Donde:

RBC: Periodo Recuperación de Capital
ASI: Año que supera Inversión.
∑ **:** Sumatoria de Primeros Flujos
FASI: Flujo año que supera Inversión.

Análisis de Sensibilidad: Se denomina porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

El análisis de sensibilidad se calcula bajos dos escenarios:

1. Incrementos de costos e Ingresos constantes.
2. Disminución de ingresos y costos constantes. [21]

PROCEDIMIENTO:

- Se calcula la nueva tasa interna de retorno aplicando la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

- Para calcular la tasa interna resultante para ello se aplica la siguiente formula:

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

En Donde:

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

[21] http://todosobreproyectos.blogspot.com/2008/06/analisis-de-sensibilidad.htm.

N. TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

- Se calcula el porcentaje de variación para ello se aplica la siguiente fórmul

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right) X 100$$

En Donde:

% V: Variación

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

100 : Constante de corrección. [22]

- Se calcula el valor de sensibilidad para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR}\right)$$

En Donde:

S: Valor de Sensibilidad

% V: Porcentaje de Variación.

N.TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

[22] http://todosobreproyectos.blogspot.com/2008/06/analisis-de-sensibilidad.htm.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

- **MATERIALES**

Para la realización del proyecto se utilizó los siguientes materiales:

RECURSOS INFORMATICOS	MATERIALES DE OFICINA	RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS
✓ Computador. ✓ Flash Memory. ✓ Impresora	✓ Hojas de papel boom. ✓ Esferográficos. ✓ Carpetas de Perfil.	✓ Enciclopedias. ✓ Libros. ✓ Internet.

- **MÉTODOS**

Los métodos utilizados para el desarrollo del presente proyecto son los siguientes:

Científico: Permite descubrir, demostrar y verificar los conocimientos que la ciencia formula de manera sistemática, mediante un conjunto ordenado de procedimientos. Este método sirvió para recolectar toda la información necesaria para la elaboración del marco teórico, el mismo que permitió sustentar de mejor manera el presente proyecto.

Deductivo: Se sustenta en el análisis teórico científico utilizando la normativa vigente permitiendo pasar del conocimiento general a lo particular en el cual se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de nuestra perspectiva turística, este método permitió extraer conclusiones sobre la base de afirmaciones generales analizando y sintetizando la información recolectada del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

Inductivo:- Se basa en la acumulación de datos cuya tendencia nos permite extrapolar o generalizar el comportamiento de los sistemas en estudio. Mediante este método se analizó ciertas particularidades y por ende explicar el porqué del problema, para luego establecer un criterio general sobre la factibilidad del proyecto.

Analítico: Consiste en la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes, razón por la cual este método se lo utilizó al momento de estudiar cada uno de los componentes que constituyen el proyecto.

Estadístico: El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este método permitió presentar la información por medio de cuadros y gráficos estadísticos para realizar el respectivo análisis e interpretación de resultados.

Histórico: Es el que trata de investigar los acontecimientos, ideas, personas, movimientos e instituciones en relación con un determinado tiempo y lugar, debe lograr que hechos del pasado sean representados fielmente. Este método permitió contar con los datos de la evolución de la población del mercado, datos de la oferta ya establecida, etc., mediante los cuales se proyectó el escenario en el que se desarrollara nuestra idea de negocio.

- **TECNICAS**

Observación Directa: Se la utilizó para observar diferentes lugares del Cantón de Zamora Chinchipe, Parroquia Guadalupe, con la finalidad de conocer cuáles son sus bondades y potencialidades que servirán para dar vida a nuestro proyecto. Esta técnica permitió visualizar las condiciones en las que se encuentra el sector a investigar logrando determinar los inconvenientes que se puedan presentar al momento de crear el centro turístico u otros factores que puedan influir en el proyecto a investigar.

La Encuesta.- La técnica de la encuesta se basa en recopilar información en forma indirecta, la cual puede ser aplicada de forma escrita. La aplicación de esta técnica permitió obtener datos cuantitativos y cualitativos a través de preguntas estructuradas y aplicadas a las familias del Cantón Zamora Chinchipe y en especial a los habitantes de la

parroquia Guadalupe, como a sus visitantes, para conocer los gustos, preferencias y necesidades del futuro cliente.

Entrevista: Es una técnica que se caracteriza por el procedimiento a través del cual el investigador busca llegar a la obtención de la información de un grupo de individuos en base a un conjunto de preguntas, mediante las cuales se busca llegar a la indagación que se desea obtener a través de una comunicación directa entre el entrevistado y el entrevistador. Esta técnica se aplicó a los ofertantes con el fin de recopilar información acerca de sus servicios, precios, etc., para de esta manera mejorar la idea de negocio en estudio.

Revisión Bibliográfica: La cual permitió organizar capítulos, temas, subtemas y anotaciones de la bibliografía empleada en la tesis para elaborar la fundamentación teórica.

- **TAMAÑO DE LA MUESTRA:**

Como la población objeto de estudio tiene un total de 27.592 habitantes que sumando los 10.106 turistas que se estima que ingresan al Cantón durante el año 2013, da un total de 37.698 personas. Para lo cual se tomó en cuenta los 4 integrantes por familia dando un total de 9.425 familias proyectadas incluidas las familias turistas; con ese propósito se utilizó la fórmula del tamaño de la muestra que admite un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 95% que incide sobre el total de población. Para lo cual se aplicara la siguiente formula:

FÓRMULA:

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

En donde:

n = Tamaño de Muestra.

N = Población de Estudio.

Z = Nivel de confianza.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

e = Error experimental.

(N-1)=Factor de corrección.

$$n = \frac{37.698x1{,}96^2\,x0{,}5x0{,}5}{0{,}05^2\,x(37.698-1)+1{,}96^2\,x0{,}5x0{,}5}$$

$$n = \frac{37.698\text{x}3.8416\text{x}0{,}25}{0{,}0025\text{x}37.697 + 3.8416\text{x}0{,}25}$$

$$n = \frac{36.205{,}159}{95{,}2029} = \mathbf{380}///$$

De las 9.425 familias a ser encuestadas, se distribuye por las 7 parroquias del Cantón Zamora como son: Zamora - El Limón, Cumbaratza, Guadalupe, Imbana, San Carlos de las Minas, Sabanilla y Timbara; incluyendo a los turistas que ingresan al Cantón.

CUADRO Nº 3
POBLACION DE LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN ZAMORA CHINCHIPE

PARROQUIAS DEL CANTÓN ZAMORA		
PARROQUIAS	**POBLACIÓN 2010**	**POBLACION PROYECTADA 2013**
Zamora-El Limón	13.387	14.480
Cumbaratza	4.416	4.776
Guadalupe	2.857	3.090
Imbana	1.126	1.218
San Carlos de las Minas	2.180	2.358
Sabanilla	584	632
Timbara	960	1.038
Turistas		10.106
TOTAL	**25.510**	**37.698**

FUENTE: Cantón de Zamora.
ELABORACIÓN: Grupo de Investigación

Proyección de Parroquias

Zamora – El Limón

$$\boldsymbol{Px = P1(1+i)^n}$$
$$Px = 13.387(1 + 2{,}65)$$
$$Px = 13.387(1 + 0{,}0265)^3$$
$$Px = 13.387(1.081625)$$
$$Px = 14.480/4$$

$$\boldsymbol{Px = 3.620}///$$

Cumbaratza:

$$\boldsymbol{Px = P1(1+i)^n}$$
$$Px = 4.416(1 + 2{,}65)$$
$$Px = 4.416(1 + 0{,}0265)^3$$
$$Px = 4.416(1.081625)$$
$$Px = 4.776/4$$

$$\boldsymbol{Px = 1.194}///$$

CUADRO Nº 4
DISTRIBUCIÓN ENCUESTAS

PARROQUIAS	POBLACION 2013	FAMILIA	%	# DE ENCUESTAS
Zamora-Limón	14.480	3620	38,41%	146
Cumbaratza	4.776	1.194	12,67%	48
Guadalupe	3.090	773	8,20%	31
Imbana	1.218	305	3,24%	12
San Carlos de las Minas	2.358	589	6,25%	24
Sabanilla	632	158	1,68%	7
Timbara	1.038	259	2,75%	10
Turistas	10.106	2.527	26,81	102
TOTAL	**37.698**	**9.425**	**100**	**380**

ENCUESTAS APLICADAS A CADA PARROQUIA

Zamora – El Limón

9.425 – 100%
3.620 - x

$$\frac{3.620x100}{9.425} = \frac{362.000}{9.425} = \frac{380x38,41\%}{100} = \mathbf{146//}$$

f. RESULTADOS

Luego de aplicar las encuestas a los demandantes del Cantón Zamora Chinchipe, se procede a realizar la respectiva tabulación de la información recopilada.

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN DE ZAMORA CHINCHIPE

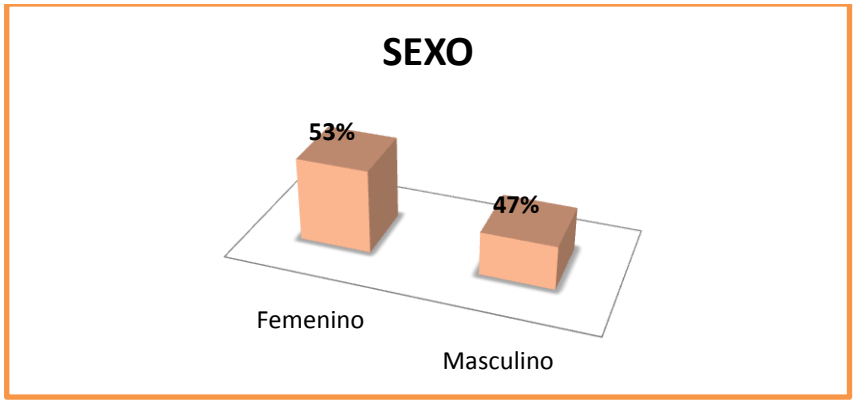
¿DATOS INFORMATIVOS?

CUADRO N° 5

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	202	53%
Masculino	178	47%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 1



FUENTE: Cuadro N° 1
ELABORACIÓN: Las Autoras.

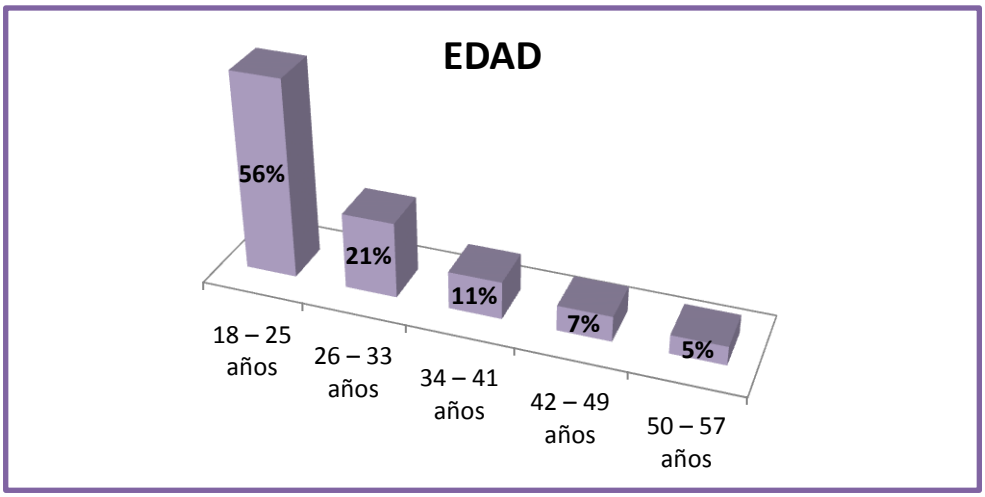
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de las encuestas realizadas del Cantón Zamora Chinchipe tenemos un 53% de sexo femenino y un 47% de sexo masculino el cual nos indica que la mayoría de las personas encuestadas son mujeres las mismas que visitan las diferentes hosterías en Zamora.

CUADRO N° 5.1

EDAD		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
18 – 25 años	212	56%
26 – 33 años	81	21%
34 – 41 años	40	11%
42 – 49 años	27	75%
50 – 57 años	20	55%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 1.1



FUENTE: Cuadro N° 1.1
ELABORACIÓN: Las Autoras.

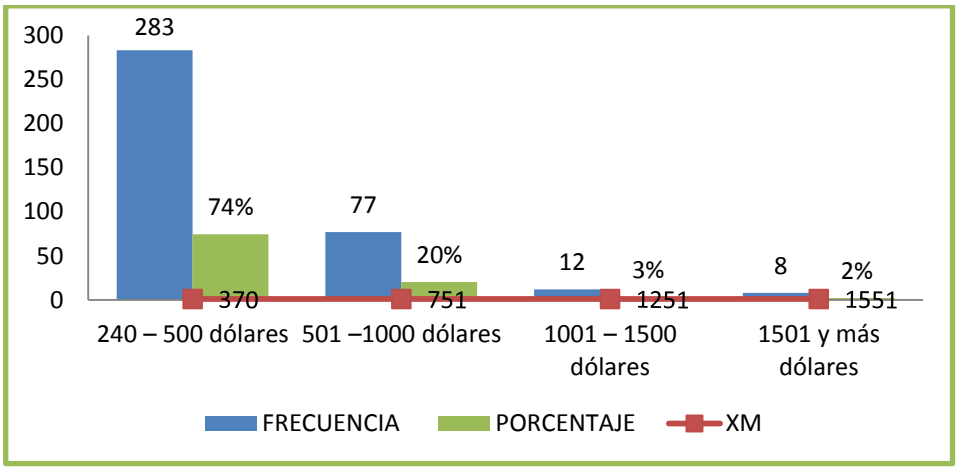
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada a las personas que visitan hosterías en Zamora Chinchipe obtuvimos con un mayor porcentaje de 56% en una edad de 18 a 25 años, de 26 a 33 con un porcentaje de 21%, de 34 a 41 que representa un 11%, con un porcentaje de 75% en una edad de 42 a 49 años y por ultimo tenemos con un 55%, de 50 a 57 años, lo que indica que la mayoría de las personas que acuden a los centros turísticos son personas mayores de 18 años ya sea con su pareja, amigos y familia.

CUADRO N° 5.2

INGRESO FAMILIAR				
INDICADOR	**XM**	**FRECUENCIA**	**Xm*F**	**PORCENTAJE**
240 – 500 dólares	370	283	104.710	74%
501 –1000 dólares	751	77	57.789	20%
1001 – 1500 dólares	1251	12	15.006	3%
1501 y más dólares	1551	8	12.404	2%
TOTAL	**3922**	**380**	**189.908**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 1.2



FUENTE: Cuadro N° 1.2
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las encuestas realizadas a las personas que visitan hosterías en la ciudad de Zamora, se constató que un 74% que corresponde a 283 personas encuestadas tienen un ingreso mensual de 240 a 500 dólares, el 20% con un ingreso de 501 a 1.000 dólares siendo un total de 77 encuestas, 12 personas encuestadas que equivalen al 3% manifestaron que tienen un ingreso de 1.001 a 1.500 dólares y por último con un 2% manifestaron 8 personas encuestadas que tienen un ingreso de 1.501 a más dólares. Analizando los resultados la mayoría de la población encuestada tiene un ingreso superior al salario básico.

MEDIA ARITMETICA

FORMULA:

$$\overline{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

$$X = \frac{189908}{380} = \mathbf{499,75///}$$

El promedio del ingreso familiar es de 500 dólares mensuales.

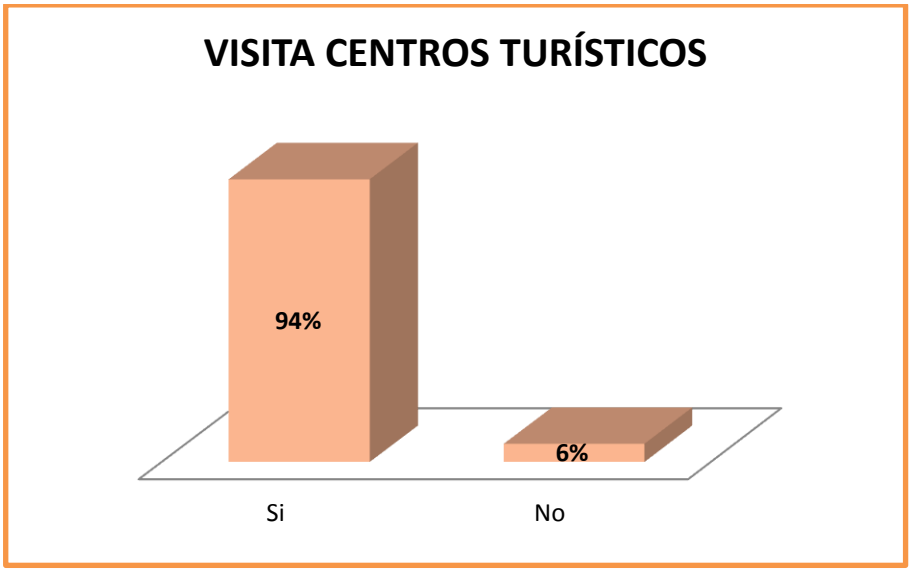
PREGUNTA 1: ¿VISITA USTED CENTROS TURISTICOS?

CUADRO N° 6

VISITA/CENTROS TURÍSTICOS		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Si	357	94%
No	23	6%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 2



FUENTE: Cuadro N° 2
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las personas encuestadas en el Cantón Zamora con un porcentaje de 94% que equivale a 357 encuestas, mientras que 23 personas contestaron que no visitan centros turísticos el cual equivale a un porcentaje de 6%. Lo que indica que la mayoría de las personas les gusta visitar los centros turísticos existentes en el cantón Zamora.

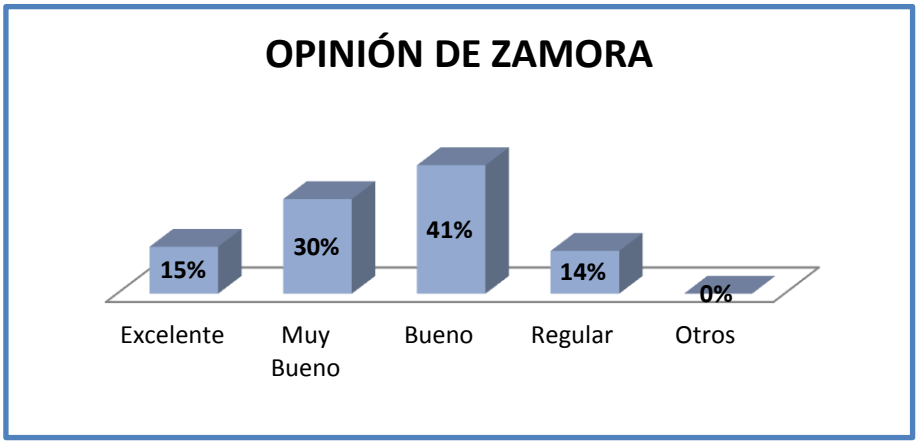
PREGUNTA 2: ¿DESDE EL PUNTO DE VISTA TURISTICO. CUAL ES SU OPINION DE ZAMORA CHINCHIPE?

CUADRO N° 7

OPINIÓN DE ZAMORA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Excelente	57	15%
Muy Bueno	114	30%
Bueno	157	41%
Regular	52	14%
Otros	0	0%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 3



FUENTE: Cuadro N° 3
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según las encuestas realizadas con respecto al punto de vista turístico del Cantón, 157 encuestados que equivalen al 41% menciono que el turismo en Zamora es bueno, mientras que 114 encuestados correspondientes al 30% manifestaron que es muy bueno, con un porcentaje de 15% que equivale a 57 personas encuestas dijeron que es excelente y finalmente con un 14% que corresponde a 52 personas indicaron que el turismo en Zamora es regular. Dando como resultado que la mayoría de las personas encuestadas tienen una opinión buena sobre el turismo en Zamora Chinchipe.

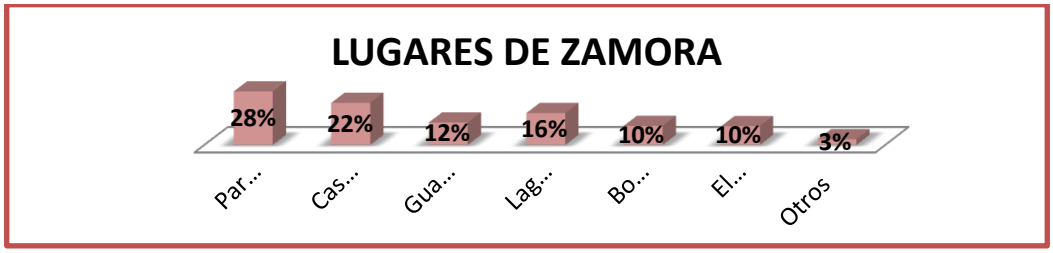
PREGUNTA 3: ¿QUE LUGARES LE GUSTARIA VISITAR EN EL CANTÓN DE ZAMORA CHINCHIPE?

CUADRO N° 8

LUGARES DE ZAMORA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Parque Nacional Poducarpus	177	28%
Cascadas	139	22%
Guadalupe	74	12%
Lagunas	105	16%
Bombuscaro	63	10%
El Arenal	62	10%
Otros	18	3%
TOTAL	**638**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 4



FUENTE: Cuadro N° 4
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las encuestas realizadas sobre los lugares turísticos en Zamora a las personas les gusta visitar, se obtuvo los siguientes resultados: con mayor porcentaje tenemos al Parque Nacional Poducarpus que representa el 28% siendo el lugar que más visitarían, con un porcentaje de 16% respondieron que visitarían las Lagunas, otro de los lugares que los turistas prefieren visitar son las Cascadas con un porcentaje del 22% y Guadalupe representando el 12%; seguido del Centro Turístico Bombuscaro y El Arenal con un porcentaje del 10% y finalmente otros mencionaron que visitarían El Alto Nangaritza y El Paraíso situado en el Pangui que equivale al 3%; lo que evidencia que el lugar que más visitan los turistas es el Parque Nacional Poducarpus.

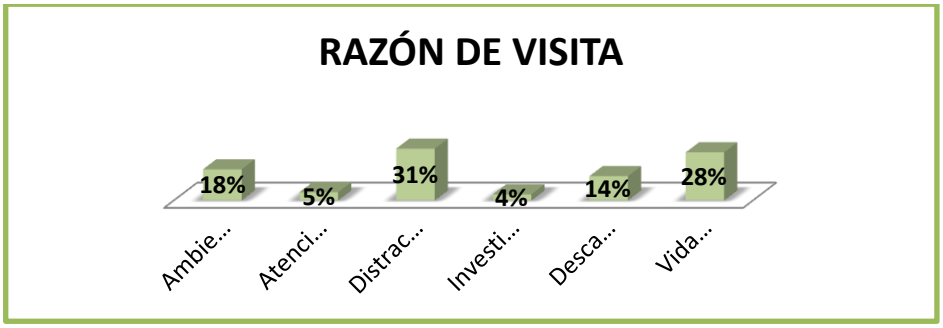
PREGUNTA 4: ¿CUÁL ES LA RAZÓN POR LA QUE VISITA ESTOS LUGARES?

CUADRO N° 9

RAZÓN DE VISITA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Ambiente Acogedor	99	18%
Atención al Cliente	26	5%
Distracción	165	31%
Investigación	19	4%
Descanso	77	14%
Vida en Familia	153	28%
TOTAL	**539**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 5



FUENTE: Cuadro N° 5
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se evidencia que la razón por la que visitan los lugares antes mencionados es por Distracción el cual equivale al 31%, con un porcentaje de 28% tenemos que visitan por pasar momentos en Familia, otra razón es por su Ambiente Acogedor que representa un total de 18%, el 14% de las personas encuestadas manifestaron que es por descanso, con un 5% dijeron que es por la atención al cliente que les brindan al momento de visitar dichos lugares y finalmente con un 4% manifestaron que es por Investigación; concluyendo que la razón por la que visitan la mayoría de las personas a los centros turísticos es por distracción.

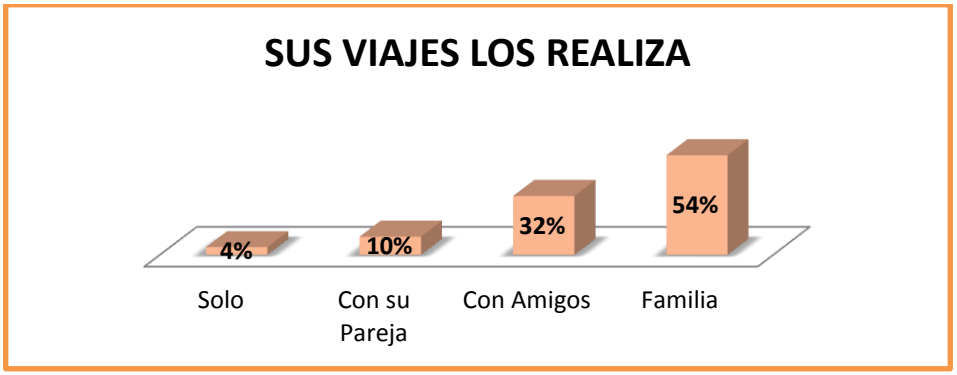
PREGUNTA 5: ¿SUS VIAJES A LOS LUGARES TURISTICOS LOS REALIZA?

CUADRO N° 10

SUS VIAJES LOS REALIZA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Solo	22	4%
Con su Pareja	52	10%
Con Amigos	169	32%
Familia	286	54%
TOTAL	**529**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 6



FUENTE: Cuadro N° 6
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Mediante las encuestas realizadas a los turistas que visitan los diferentes lugares turísticos en Zamora se constató que los viajes a los realizan en familia el cual representa un porcentaje de 54%, el 32% de los encuestados indicaron que visitan los lugares turísticos con amigos, otros manifestaron que frecuentan con su pareja el cual equivale al 10% y por último con un total de 4% restante de las personas encuestadas manifestaron que sus viajes los realizan solos. En lo que se puede interpretar que la mayoría de las personas que visitan los diferentes lugares turísticos los realizan con su familia.

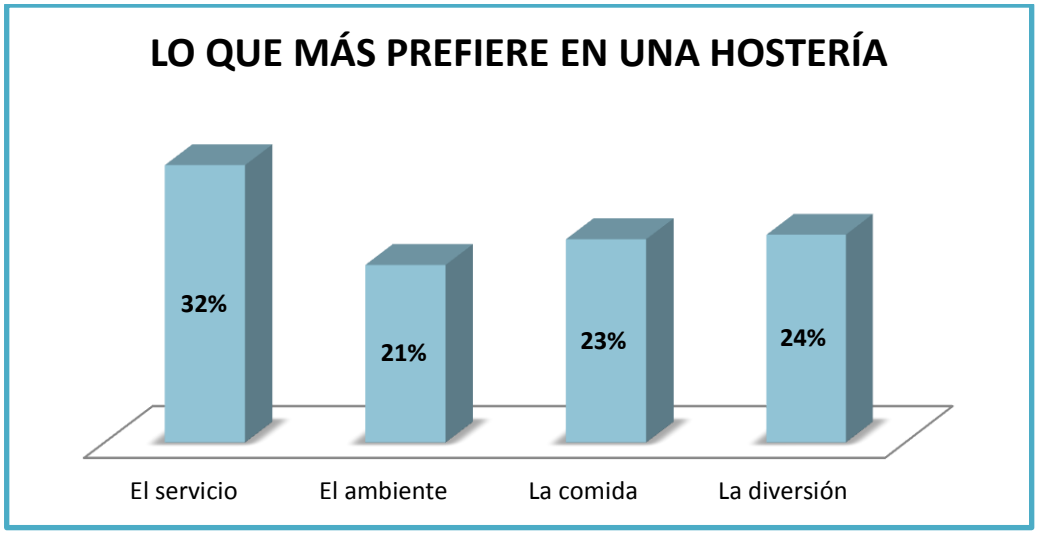
PREGUNTA 6: ¿QUE ES LO QUE MÁS PREFIERE EN UNA HOSTERIA?

CUADRO N° 11

LO QUE MÁS PREFIERE EN UNA HOSTERÍA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
El servicio	184	32%
El ambiente	118	21%
La comida	135	23%
La diversión	138	24%
TOTAL	**575**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 7



FUENTE: Cuadro N° 7
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Realizando la respectiva interpretación de las encuestas realizadas se obtuvo como resultado que un 32% de las personas encuestadas manifestaron que lo que más prefieren en una hostería es el servicio, con un porcentaje del 24% dijeron que por diversión, un 23% de las encuestas realizadas prefieren el centro turístico por su comida y por último tenemos el 21% que prefieren el ambiente de dicho lugar; dando como resultado que la mayoría de las personas lo que más prefieren en una hostería es el servicio brindado en el mismo.

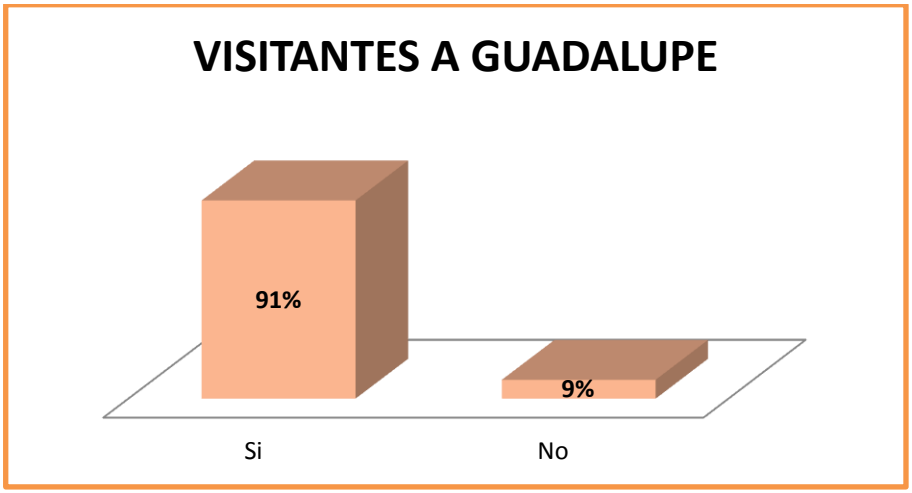
PREGUNTA 7: ¿HA VISITADO USTED LA PARROQUIA GUADALUPE?

CUADRO N° 12

VISITANTES A GUADALUPE		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Si	347	91%
No	33	9%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 8



FUENTE: Cuadro N° 8
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con los resultantes obtenidos de las encuestas aplicadas en el Cantón Zamora el 91% que equivale a 347 personas las cuales contestaron que si visitan la Parroquia de Guadalupe y 33 personas equivalente al 9% manifestaron que no visitan dicha parroquia. Lo que indica que la mayoría de los encuestados visitan la parroquia de Guadalupe porque es un lugar con un ambiente muy acogedor mientras que las personas restantes dijeron que no visitan porque se encuentra un poco distanciada de la Ciudad de Zamora.

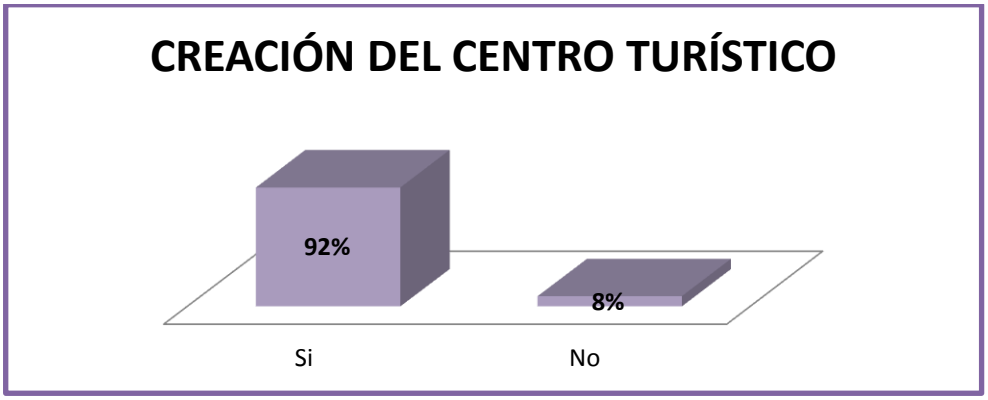
PREGUNTA 8: ¿LE GUSTARÍA A USTED QUE SE CONSTRUYA UN CENTRO TURISTICO EN ESTA PARROQUIA?

CUADRO N° 13

CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Si	350	92%
No	30	8%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 9



FUENTE: Cuadro N° 8
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las encuestas realizadas a las personas que visitan los diferentes centros turísticos en Zamora el 92% equivalente a 350 personas contestaron que les gustaría que se construya el centro turístico en Guadalupe, mientras que 30 personas que equivale al 8% manifestaron que no les gustaría. Por lo que se deduce que la mayoría de las personas encuestadas le gusta la idea de la creación del centro turístico en Guadalupe porque tiene un ambiente acogedor destacando que las 30 personas que contestaron que no les gustaría es debido a que los centros turísticos existentes no tienen la infraestructura adecuada para un buen servicio.

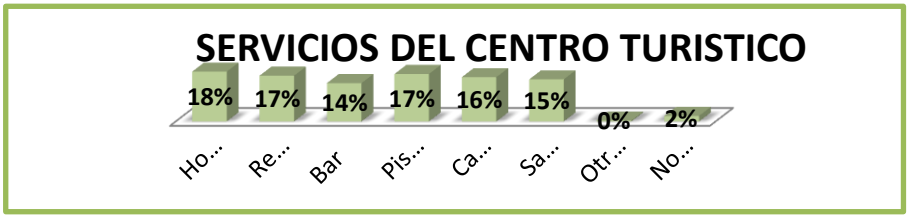
PREGUNTA 9: ¿QUE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE EL CENTRO TURISTICO TENGA?

CUADRO N° 14

SERVICIOS DEL CENTRO TURÍSTICO		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Hospedaje	297	18%
Restaurant	273	17%
Bar	229	14%
Piscina	283	17%
Canchas Dep.	264	16%
Sauna y Turco	251	15%
Otros	5	0%
No Contestan	33	2%
TOTAL	**1635**	**100**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO N° 10



FUENTE: Cuadro N° 8
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las 380 encuestas realizadas el 18% el cual corresponde a 297 personas manifestaron que les gustaría que el centro turístico tenga hospedaje, el 17% equivalente a 273 personas contestaron que les gustaría que posea un restaurante, mientras que 283 personas manifestaron que el centro turístico tenga piscina equivalente al 17%; así mismo 264 personas optaron que el centro cuente con canchas deportivas que corresponde al 16%, de las 251 personas quieren que en las instalaciones tenga sauna y turco lo que representa el 15%; 229 personas prefieren que se encuentre dentro de la hostería un Bar que simboliza el 14%, con el 2% tenemos que 33 personas no optaron por ninguna de las opciones planteadas, y por ultimo 5 personas piensan que en el centro turístico deben implementarse otras opciones como Discoteca que ayuden a la distracción de los visitantes. Dando como resultado que la mayoría de las personas que les guste la idea de crear el centro turístico prefieren que el centro turístico tenga el servicio de hospedaje, restaurant y piscina.

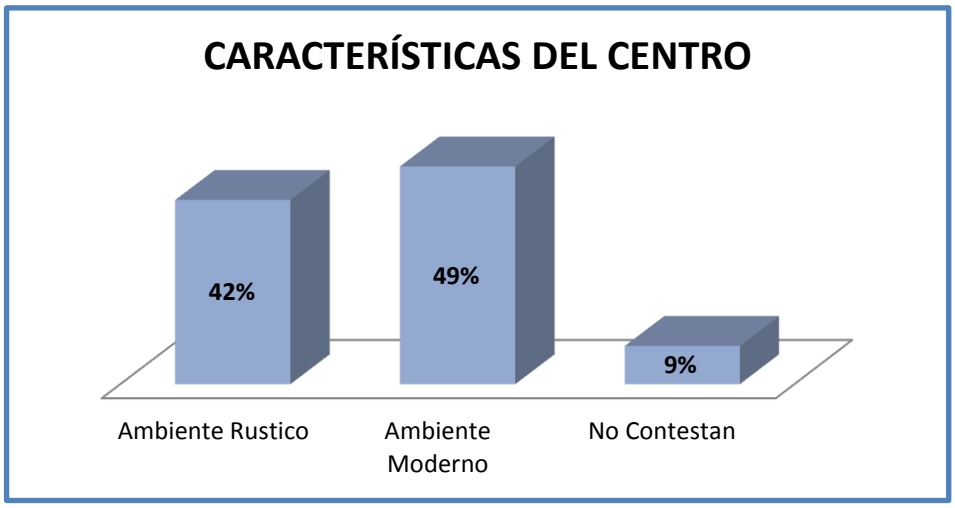
PREGUNTA 10: ¿QUE CARACTERISTICAS FISICAS CONSIDERA UD QUE DEBE TENER EL CENTRO TURISTICO?

CUADRO N° 15

CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Ambiente Rustico	159	42%
Ambiente Moderno	188	49%
No Contestan	33	9%
TOTAL	**380**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 11



FUENTE: Cuadro N° 9
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las 380 encuestas, 188 personas consideran como una buena opción el ambiente moderno que equivale al 49%, de las 159 personas les gustaría que el centro turístico se construya de forma rústica obteniendo el 42% y 33 personas no responden por ninguna de las dos opciones planteadas en la encuesta que representa al 9%. Lo que indica que la mayoría de las personas encuestadas prefieren el ambiente moderno ya que el centro turístico estaría ubicado en una zona rural.

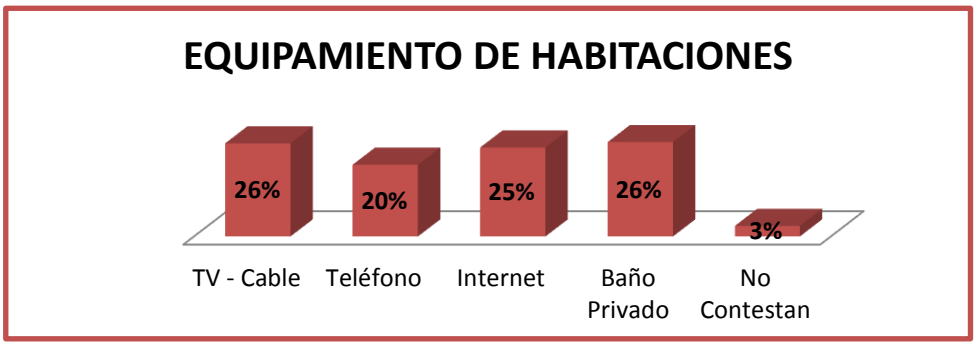
PREGUNTA 11: CONSIDERA QUE LAS HABITACIONES CUENTEN CON EL EQUIPAMIENTO DE:

CUADRO N° 16

EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
TV – Cable	292	26%
Teléfono	225	20%
Internet	279	25%
Baño Privado	296	26%
No Contestan	33	3%
TOTAL	**1125**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 12



FUENTE: Cuadro N° 10
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según la información obtenida 296 personas prefiere que en la hostería contenga un equipamiento adecuado con los servicios de baño privado que pertenece al 26%, mientras que 292 personas opinan que debe tener servicio de TV – Cable que representa al 26%, las 279 personas les gustarían que cuente con internet que significa el 25%; así mismo 225 personas pertenecientes al 20% ven como una necesidad que se tenga el servicio telefónico y 33 personas con el resultado del 3% no contestan ninguna de las opciones planteadas en la encuesta. De acuerda a la información recopilada de los encuestados se constató que en su mayoría les gustaría que en las habitaciones del centro turístico cuente con el equipamiento de TV - cable y Baño privado.

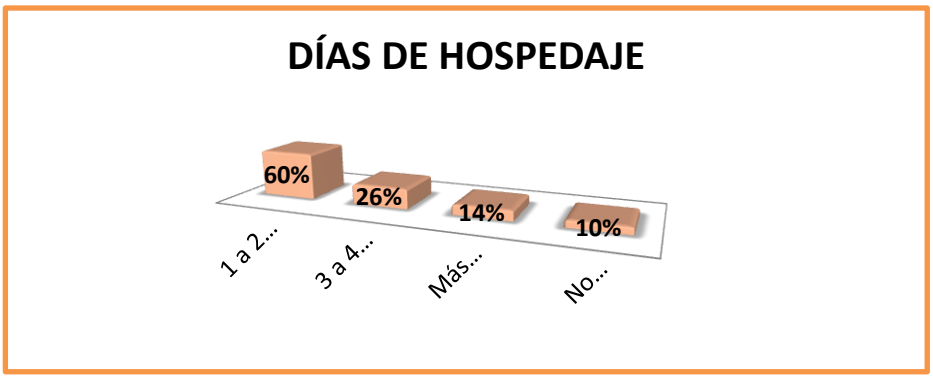
PREGUNTA 12: ¿CUANTOS DÍAS LE GUSTARÁ HOSPEDARSE EN EL CENTRO TURISTICO DE GUADALUPE?

CUADRO N° 17

DÍAS DE HOSPEDAJE		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
1 a 2 días	209	60%
3 a 4 días	91	26%
Más de 4 días	47	14%
No Contestan	33	10%
TOTAL	**347**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 13



FUENTE: Cuadro N° 11
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Las 209 personas opinan que el tiempo de hospedaje en la hostería sería de 1 a 2 días que equivale al 60%, mientras que 91 personas prefieren que el tiempo de permanencia de hospedaje sea d 3 a 4 días representando al 26%, 47 personas contestan que el tiempo de duración en un centro es de más de 4 días simbolizando el 14% y por ultimo 33 personas que significa el 10%, no contestan ninguna de las opciones planteadas en la encuesta. Por lo que se puede decir que la mayoría de las personas manifestaron les gustaría hospedarse en el centro turístico de 1 a 2 días.

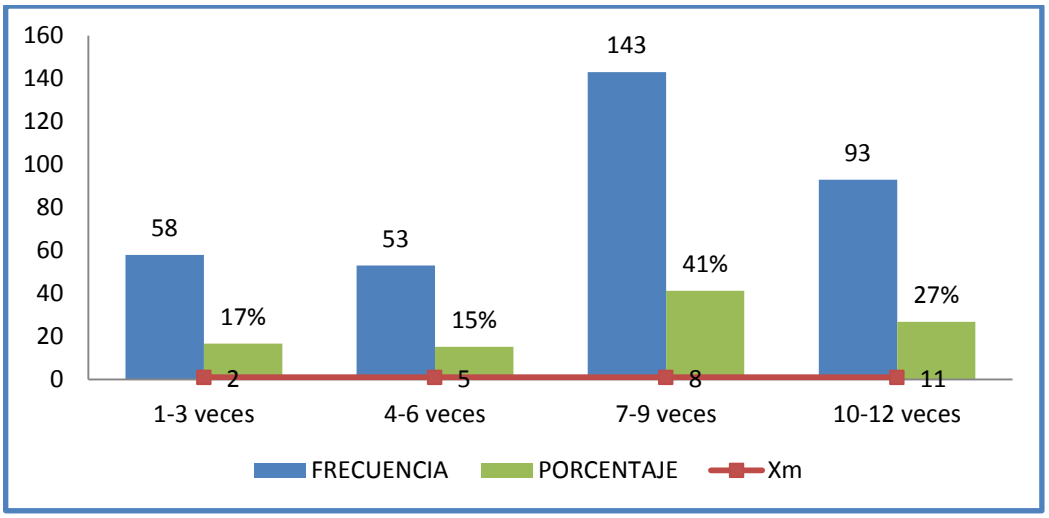
PREGUNTA 13: ¿CON QUE FRECUENCIA VISITARÍA EL CENTRO TURISTICO?

CUADRO N° 18

FRECUENCIA DE VISITARÍA AL CENTRO TURÍSTICO				
INDICADOR	**Xm**	**FRECUENCIA**	**Xm * F**	**PORCENTAJE**
1-3 veces	2	58	116	17%
4-6 veces	5	53	265	15%
7-9 veces	8	143	1144	41%
10-12 veces	11	93	1023	27%
TOTAL	**26**	**347**	**2548**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 14



FUENTE: Cuadro N° 12
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las 380 encuestas realizadas, 143 personas visitarían el centro turístico de 7 a 9 veces representando el 41%, mientras que 93 personas toman como mejor opción ir de 10 a 12 veces que pertenece al 27%; 58 personas opinan que a la hostería irán de paseo de 1 a 3 veces correspondiendo al 17%, 53 personas al centro turístico lo visitaran de 4 a 6 veces significando el 15%; es decir que la mayoría de las personas realizarían sus visitas al centro turístico a construirse de 7 a 9 veces.

MEDIA ARITMETICA

FORMULA:

$$\overline{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

$X = \frac{2548}{347} = \mathbf{7{,}34} = \mathbf{7}$ Habitantes

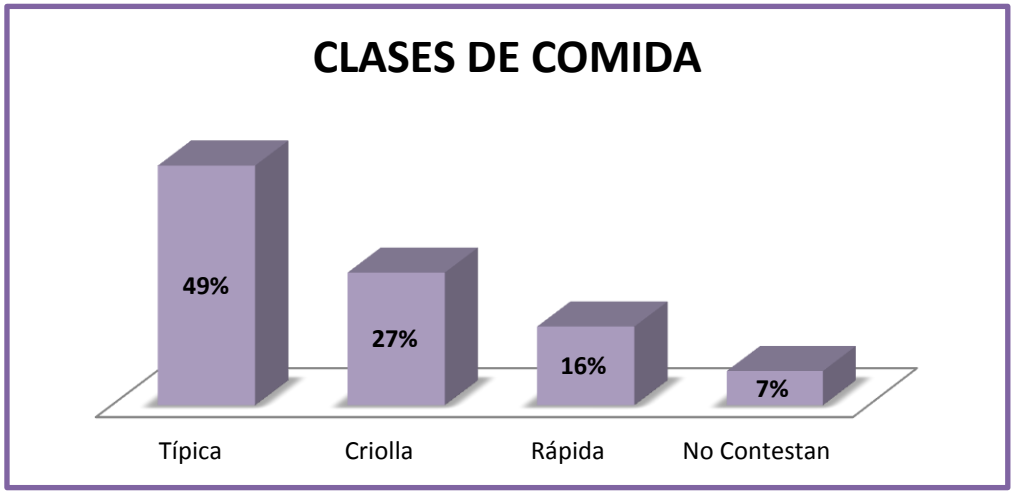
PREGUNTA 14: ¿QUE CLASE DE COMIDA LE GUSTARÍA QUE TENGA EL CENTRO TURISTICO?

CUADRO N° 19

CLASES DE COMIDA		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Típica	231	49%
Criolla	128	27%
Rápida	76	16%
No Contestan	33	7%
TOTAL	**468**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 15



FUENTE: FUENTE: Cuadro N° 13
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las encuestas 231 personas prefieren la comida típica con un porcentaje del 49%, 128 personas les gustaría que en el centro turístico se prepare comida criolla lo que representa el 27% 76 personas optan por comida rápida perteneciente al 16% y finalmente 33 personas no responden a la opciones planteadas que representa el 7%; siendo de mayor elección por los clientes la comida que les gustaría que tenga el centro turístico es la típica.

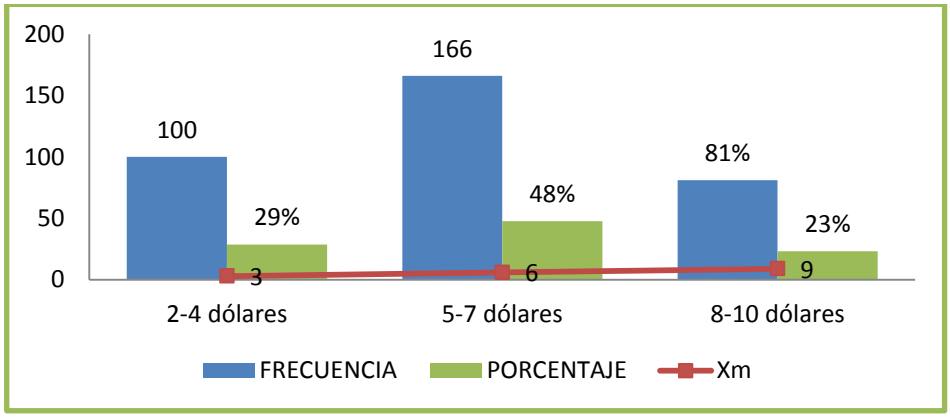
PREGUNTA 15: ¿CUANTO DE DINERO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN LUGAR CON ESTAS CARACTERÍSTICAS?

CUADRO N° 20

CANTIDAD A PAGAR				
INDICADOR	**Xm**	**FRECUENCIA**	**Xm * F**	**PORCENTAJE**
2-4 dólares	3	100	300	29%
5-7 dólares	6	166	996	48%
8-10 dólares	9	81	729	23%
TOTAL		**347**	**2025**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 16



FUENTE: Cuadro N° 14
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Aunque la economía de cada hogar no se encuentra estable los consumidores siempre preferimos lo mejor, por esta razón al realizar la tabulación de las encuestas, 166 personas deciden pagar el ingreso a la hostería de 5 a 7 dólares que representa el 48%, 100 personas que equivale al 29% están de acuerdo en que pueden pagar de 2 a 4 dólares, mientras que 81 personas con el 23% están en la posibilidad de pagar de 8 a 10 dólares; Lo que indica que las personas encuestadas contestaron que estarían dispuestos a pagar de 5 a 7 dólares por un lugar con dichas características siempre y cuando las instalaciones antes mencionadas estén en correcta perfección.

A continuación se detalla el cálculo promedio de precio.

MEDIA ARITMETICA

FORMULA:

$$\overline{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

$$X = \frac{2025}{347} = \mathbf{5,83///}$$

El precio promedio por el pago de entrada al Centro Turístico es de $6,00 dólares.

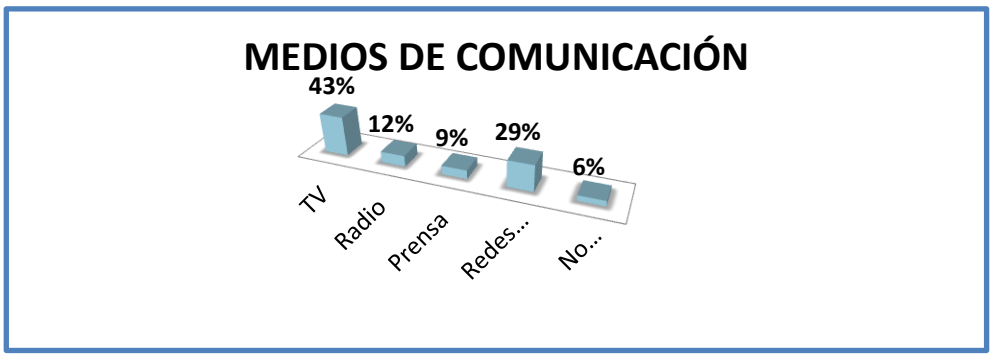
PREGUNTA 16: ¿QUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFIERE?

CUADRO N° 21

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
TV	239	43%
Radio	67	12%
Prensa	52	9%
Redes Sociales	161	29%
No Contestan	33	6%
TOTAL	**552**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

GRAFICO N° 17



FUENTE: Cuadro N° 15
ELABORACIÓN: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de las encuestas realizadas, 239 personas quisieran que cuente la hostería en sus instalaciones con TV con un resultado del 43%, 161 individuos prefieren el servicio de redes sociales que significa el 29%, mientras que 67 personas representan el 12% les gusta el servicio de radio; 52 personas se manifestaron que desean el servicio de prensa la cual se expresa el porcentaje del 9% y finalmente 33 personas no contestan a las opciones proyectadas en las encuestas con un resultado del 6%. Indicando que en su mayoría las personas prefieren como medio de comunicación instalación de TV y Redes Sociales ya que consideran estos servicios de mayor importancia de distracción en las habitaciones del centro turístico.

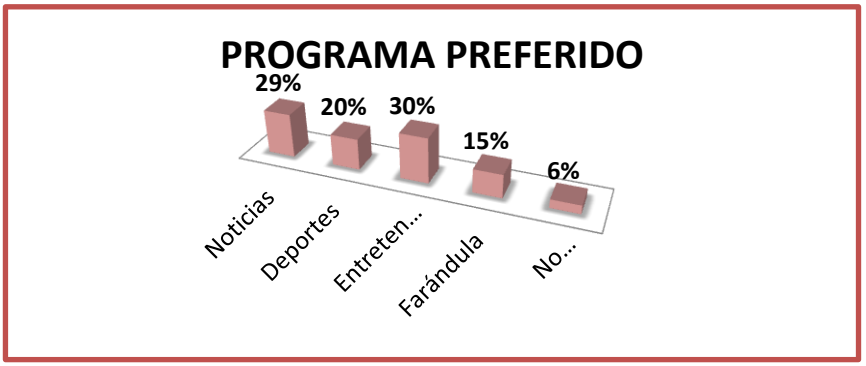
PREGUNTA 17: ¿QUE PROGRAMA ES SU PREFERIDO?

CUADRO N° 22

PROGRAMA PREFERIDO		
INDICADOR	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Noticias	167	29%
Deportes	119	20%
Entretenimiento	174	30%
Farándula	90	15%
No Contestan	33	6%
TOTAL	**583**	**100%**

FUENTE: Encuesta a los Habitantes del Cantón Zamora.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO N° 18



FUENTE: Cuadro N° 16
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de las encuestas 174 personas responden que dentro de los programas preferidos son los de entretenimiento que representa el 30%, 167 personas optaron que les gusta las noticias que simboliza el 29%, 119 individuos elijen los deportes como su programa favorito significando el 20%, mientras que 90 personas que significa el 15% prefieren los programas de farándula y finalmente 33 individuos no responden a ninguna de las opciones planteadas en esta encuesta que pertenecen el 6%. Con estos datos obtenidos llegamos a la conclusión que en nuestro centro turístico sea primordial contar con TV en todas las instalaciones para de esta manera poder satisfacer las preferencias de los clientes.

ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE PROPIETARIO DEL CENTRO TURISTICO "LA PLAYITA ESCONDIDA".

PREGUNTA 1: QUE TIEMPO VIENE LABORANDO SU CENTRO TURISTICO?

Cabe recalcar que antes este local solo contaba con una cancha y la piscina, pero con el transcurso del tiempo y por la acogida que las personas dieron a nuestro centro se implementó un poco más de servicios. Y desde hace 5 años este local funciona como un centro turístico, gracias a los turistas tanto locales como provinciales.

PREGUNTA 2: QUE SERVICIOS OFRECE EN SU CENTRO TURISTICO?

Lo que ofrece mi Hostería es muy poco debido a la falta de espacio, como también la poca infraestructura y esto hace que los servicios sean mínimos, entre lo que puedo mencionar los servicios a ofrecer son: piscinas, restaurante, como también algunas veces el local es alquilado para actos sociales.

PREGUNTA 3: CUANTAS PERSONAS VISITAN SU CENTRO TURISTICO?

En mi hostería por lo que cuenta con un espacio pequeño cuenta con la visita de 180 personas semanales, ya no tiene la infraestructura adecuada y completa como cualquier otra hostería en Zamora, como por ejemplo el Arenal que es un atractivo muy amplio para diversión de sus visitantes.

PREGUNTA 4: CUAL ES EL PRECIO DE ENTRADA QUE TIENE SU CENTRO TURISTICO?

Por lo general se cobra para niños el valor de $1,00 con derecho a piscina y adultos al igual que los niños con derecho a piscina $2,00.

g. DISCUSIÓN

- **ESTUDIO DE MERCADO**

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontramos siempre existen una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre. Todos y cada uno de estos bienes y servicios antes de poner a disposición del usuario hay que evaluarlos desde varios puntos de vista siempre con la finalidad de satisfacer una necesidad.

El objetivo de estudio de mercado, es probar si existe un número suficiente de personas, familias, empresas u otros agentes económicos que dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de bienes y servicios en cierto periodo de tiempo.

Las diferentes variables (oferta - demanda) dependerá de la calidad, precios, servicios, entre otros, que brinde el Centro Turístico “PARAISO” ya que el mercado se torna amplio para el presente estudio. El presente estudio de mercado se lo realizará en el Cantón Zamora Chinchipe – Parroquia Guadalupe donde se ejecutará el centro turístico, con el fin de incentivar el turismo y el desarrollo socioeconómico a dar producción a la demanda existente en cuanto a la calidad de servicios (hospedaje, recreación, áreas verdes y otros) que al momento la Parroquia de Guadalupe no cuenta con lo antes mencionado para satisfacer plenamente a los turistas que nos visitan.

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del proyecto de inversión, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

PRODUCTO/SERVICIO PRINCIPAL: Es la descripción pormenorizada del servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del usuario, destacando sus características principales, nuestro servicio llevara el nombre de **CENTRO TURISTICO "PARAISO".**

DESCRIPCIÓN DELSERVICIO

Con el fin de ofrecer a los turistas una mayor comodidad y satisfacción durante su estadía en el Centro Turístico "PARAISO" a crearse en el Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe el mismo que contara con los siguientes servicios:

Dentro de la hostería se presta el servicio de Bar - Restaurant, Hospedaje, Piscinas, Sauna y turco y Canchas Deportivas siendo este el objeto de nuestro proyecto.

Restaurante: El Centro Turístico contara con la instalación de un bar – restaurante con todo su equipamiento adecuando la cual ofrecerá diferentes tipos de comida y bebidas presentadas en forma higiénica y de esta manera las personas puedan ser partícipes de un ambiente agradable.

Brindaremos una variedad de comida de primera en un restaurante, donde los visitantes puedan deleitar su paladar con la mejor preparación ecuatoriana. Entre los cuales tenemos:

- Refrigerios.
- Sopas.
- Platos fuertes.
- Bebidas.

Hospedaje: Las habitaciones que tendrá el Centro Turístico “PARAISO”, cuentan con zonas adecuadas para el descanso del turista. El centro turístico ofrecerá distintos tipos de habitaciones:

- ✓ **Individual:** Ideal para quienes viajan solos. No tienes más espacio del que necesitas, y además el precio se adecúa a las necesidades de todos aquellos huéspedes que buscan tener un lugar tranquilo para descansar en sus viajes de placer o negocios.

- ✓ **Habitación doble:** Como su nombre lo indica, esta clase de habitaciones son para dos personas. Las camas varían, pueden ser matrimoniales o dos camas individuales independientes.
- ✓ **Habitación triple:** estas habitaciones cuentan con 3 camas, o 2 más una supletoria. Es perfecta para los viajes con tus amigos.
- ✓ **Suites:** Conocidas por ser las mejores y más lujosas habitaciones, cuentan con una mini sala y un baño.

Piscina y Duchas: Se contara con un estanque donde existirá una piscina para adultos y otra para niños. Además este servicio será complementado con un conjunto de duchas para limpieza o refrescar a los visitantes.

Sauna y Turco: Dentro del Centro Turístico también poseerá de la instalación de un sauna y turco donde las personas disfrutaran de un baño térmico, percibiendo el ambiente sano donde éste estimula la circulación, alivia la tensión muscular y mejora el aspecto de la piel.

Canchas Deportivas: Es el sitio destinado a la distracción de los diferentes deportes tanto para niños, jóvenes y adultos, este tipo de canchas serian de uso múltiple o poli funciónales, es decir mismas serian habilitadas para la práctica cuatro destrezas como: futbol, básquet y volyball.

Ubicación: El Centro Turístico “PARAISO” se encuentra ubicado en el límite del cantón Zamora con el cantón Yacuambi, a 10 km del barrio la Saquea, noroeste de la ciudad de Zamora. Se puede decir que el acceso que conduce hacia este lugar, lo convierte en un sector importante para el desarrollo del turismo comunitario, que dicho sea de paso ya es muy visitado sobre todos los extranjeros que llegan hasta la Clínica Misional de Guadalupe.

ATRACTIVOS TURISTICOS COMPLEMENTARIOS

Constituyen motivo de interés adicional y valor agregado para el turista, contribuyendo a una experiencia turística de mayor riqueza y diversidad, al inducir al visitante a que permanezca mayor tiempo en el área.

- Servicios de transportes
- Cabinas de Internet
- Guardianía
- Salón de Juegos

PRODUCTO/SERVICIOSUSTITUTOS: En este punto se realiza una descripción clara de los servicios que pueden reemplazar al centro turístico. Dentro de los servicios sustitutos del centro turístico encontramos:

- Hotel “Guadalupe” Ubicado en Guadalupe.
- Restaurante “Carrión”

PRODUCTO/SERVICIO SECUNDARIO: No existe producto secundario.

DEMANDANTES: Los demandantes del servicio serán las familias del Cantón Zamora Chinchipe según el último censo realizado por el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC) en el año 2010 los habitantes del Cantón Zamora corresponden a 25.510 habitantes, en la zona urbana con un total de 13.387 habitantes y en la zona rural 12.123 habitantes, con una tasa de crecimiento anual de 2,65%. Para determinar el número de habitantes del Cantón Zamora para el año 2013 se aplicó la siguiente fórmula para proyectar el número de habitantes.

FORMULA:

$$PX = Pb(1+i)^n$$

$$\text{Px} = 25.510\left(1+\frac{2,65}{100}\right)^3$$

$$\text{Px} = 25.510\,(1+0,0265)^3$$

$$\text{Px} = 25.510\ (1,081625)^3$$

$$\text{Px} = \mathbf{27.592}$$

SIMBOLOGIA:

Px= Población Proyectada.

Pb= Población Actual.

i= T/100 Tasa de Crecimiento.

n= Número de Años.

Aplicando la fórmula para proyectar la población tenemos para el año 2013 una población de 27.592 habitantes y un total de 10.106 turistas del mismo año, como la base de estudio son las familias del Cantón Zamora Chinchipe y sus visitantes, se ha calculado el número de las mismas

considerando que cada familia según el INEC está compuesta por 4 miembros.

CUADRO Nº 23

HABITANTES DEL CANTÓN DE ZAMORA

PROVINCIA	POBLACIÓN	MIEMBROS POR FAMILIA	NUMERO DE FAMILIAS
Zamora	27.592	4	6.898
Turistas	10.106	4	2.527
TOTAL			9.425

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC)
ELABORACIÓN: Los autores.

El proyecto tendrá una duración de cinco años proyectando la población con la formula anterior tenemos:

Primer Año

$$\boldsymbol{Px = P1(1 + i)^n}$$

$$Px = 9.425(1 + 2{,}65)4$$

$$Px = 9.425(1 + 0{,}0265)^4$$

$$Px = 9.425(1.110288)$$

$$Px = 10.464\ \textit{II}$$

CUADRO Nº 24

PROYECCIÓN

AÑOS	PROYECCIÓN	MIEMBROS POR FAMILIA	FAMILIAS
2014	9.425	4	10.464
2015	9.425	4	10.742
2016	9.425	4	11.026
2017	9.425	4	11.319
2018	9.425	4	11.619

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC)
ELABORACIÓN: Los autores.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda que va a tener el servicio se realizó el análisis de las 380 encuestas aplicadas a la Población del Cantón Zamora y Turistas donde se obtuvo los siguientes resultados.

CUADRO Nº 25
DETERMINAR EL PROMEDIO DE VISITAS

INDICADOR	Xm	FRECUENCIA	Xm * F	PORCENTAJE
1-3 veces	2	58	116	17
4-6 veces	5	53	265	15
7-9 veces	8	143	1144	41
10-12 veces	11	93	1023	27
TOTAL	**26**	**347**	**2548**	**100**

FUENTE: Encuestas en el Cantón de Zamora y cuadro Nº18 frecuencia de visita al centro turístico.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

$$\frac{2.548}{347} = 7{,}34\% = 7\ Visitas\ /Consumo\ Per\ capita$$

DEMANDA POTENCIAL: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado. Es toda la Población del Cantón Zamora y sus turistas que se proyectara para cinco años, para el efecto tenemos los **9.425** familias para el año base (2013); proyectada hasta el 2018 con una tasa de crecimiento de **2.65%.**

CUADRO Nº 26
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL (2,65%)	DEMANDAS POTENCIALES	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA POTENCIAL
2013	9.425	9.425	7	65.975
2014	10.464	10.464	7	73.248
2015	10.742	10.742	7	75.194
2016	11.026	11.026	7	77.182
2017	11.319	11.319	7	79.233
2018	11.619	11.619	7	81.333

FUENTE: Cuadro Nº2 proyección para 5 años y cuadro Nº23 frecuencia de visita al centro turístico.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los datos proporcionados por el INEC para el Cantón Zamora, se tomó el 100% de la población como demandantes potenciales; que para determinar el consumo per cápita

tomamos en cuenta la cantidad de visitas a los centros turísticos semanales basándonos en la pregunta N°13 ¿Con que frecuencia visitaría el centro turístico?. Sacando el promedio de visita anual de los diferentes turistas nos da un total 7 visitantes que multiplicados por el número de habitantes proyectados para el año 2013 dan un valor de 65.975 usuarios anuales. Y así sucesivamente con los años de vida que va a tener el proyecto que es de 5 años, culminando en el año 2018 con 81.333 personas que visitaran el centro turístico Paraíso.

DEMANDA REAL: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de producto en el mercado. La demanda real son las familias del Cantón Zamora segmentada que realmente visitan Guadalupe.

CUADRO Nº 27
DEMANDA REAL

AÑOS	POBLACIÓN POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (91%)	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA REAL
2013	9.425	8.577	7	60.037
2014	10.464	9.522	7	66.656
2015	10.742	9.775	7	68.427
2016	11.026	10.034	7	70.236
2017	11.319	10.300	7	72.102
2018	11.619	10.573	7	74.013

FUENTE: Cuadro Nº 24 DEMANDA POTENCIAL y Cuadro Nº12 visita usted Guadalupe.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Para determinar los demandantes reales nos basamos en los datos recopilados de la pregunta N°7. ¿Ha visitado usted la Parroquia Guadalupe? de la encuesta aplicada a las familias de Zamora la cual nos permitió conocer que el **91%** visitan Guadalupe, obteniendo como demandantes reales **8.577** personas en el año base (2013), valor multiplicado por el consumo per cápita que es 7 nos da como demanda real 60.037 personas en el año base (2013). Culminando en el año 2018 con 74.013 individuos que visitan la Parroquia Guadalupe.

DEMANDA EFECTIVA: La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisiera hacerlo. Es toda la población de Zamora segmentada que estarán dispuestos a visitar el centro turístico a crearse en la Parroquia de Guadalupe.

CUADRO Nº 28
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS (92%)	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA EFECTIVA
2013	8.577	7.891	7	55.234
2014	9.522	8.760	7	61.323
2015	9.775	8.993	7	62.952
2016	10.034	9.231	7	64.617
2017	10.300	9.476	7	66.334
2018	10.573	9.727	7	68.092

FUENTE: Cuadro Nº 25 DEMANDA REAL y Cuadro Nº 13 creación del centro turístico.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Para determinar la demanda efectiva se toma como base los demandantes reales, así mismo el porcentaje que refleja la aceptación de nuestro servicio, información que fue tomada de la pregunta N° 8 ¿Le gustaría a usted que se construya un centro turístico en esta Parroquia? de las encuestas aplicadas en el Cantón Zamora que multiplicada por 7 que es el consumo per cápita obtendremos para el año base (2013) un total de 55.234 Culminando en el año 2018 con 68.092 personas que visitaran el centro turístico Paraíso.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Entendiéndose a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes ponen a disposición del mercado a un precio determinado. Para determinar la oferta del servicio que existe en el mercado se investigó que hay 8 ofertantes dentro del Cantón Zamora, obteniendo los siguientes resultados. A continuación se detallan las diferentes empresas que ofertan nuestra empresa en el Cantón Zamora.

CUADRO DE OFERTANTES

OFERENTES	
CENTROS TURISTICOS	**DIRECCIÓN**
Hostería "La Playita Escondida"	Ubicada en el Sector de Piuntza, a 30 min. del Cantón Zamora,
El Arenal	Vía Zamora - Cumbaratza km 12,5.
Sol y Selva	Vía Yanzatza (Sector Rancho Alegre) km 16.
Hostería Castillo Real	En el mirador del valle de Cumbaratza.
Complejo Recreacional El Paraíso	Parroquia Zamora, en el barrio la Península, calle Alonso de Mercadillo y Fernando de Benavente, en la provincia de Zamora,
Complejo del Bombuscaro	Ubicado en el barrio Santa Elena de la ciudad de Zamora.
Cabañas Ecológicas Copalinga	Vía al Parque Nacional Podocarpus km 3
Producción de ranas y tilapias	En el Sector Piuntza, pertenece a la parroquia Guadalupe del cantón Zamora.

CUADRO Nº 29

OFERTA

SERVICIO	VISITAS/SEMANALES	SEMANAS AL AÑO	ANUAL
Hostería "La Playita Escondida"	180	52	9.360
El Arenal	350	52	18.200
Sol y Selva	130	52	6.760
Complejo del Bombuscaro	400	52	20.800
Centro Recreacional Paraíso	200	52	10.400
Cabañas Ecológicas Copalinga	100	52	5.200
Hostería Castillo Real	85	52	4.420
Producción de ranas y tilapias	150	52	7.800
SUBTOTAL			**82.940**
Miembros por Familia			4
TOTAL			**20.735**

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Para el año base (2013) tenemos 8 ofertantes; que para determinar la oferta se tomó en cuenta la pregunta N°3 ¿Cuantas personas visitan los centros turísticos? de la entrevista aplicada al ofertante, se constató que el dato promedio de los que visitan a los mismos tenemos por ejemplo en la playita escondida visitan 180 personas semanales multiplicadas por 52 semanas que tiene el año danto un total de 9.360 usuarios anualmente, así mismo tomando en cuenta a través de una observación directa con los demás 7 ofertantes tenemos una oferta total de 82.940 usuarios anualmente que visitan a los centros turísticos, cabe recalcar que se dividió para los 4 integrantes de familia dándonos un resultado de 20.735 familias turistas.

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

El balance oferta- demanda se realiza para identificar la brecha existente entre la demanda por un bien o servicio y la capacidad óptima de oferta de dicho bien o servicio.

CUADRO Nº 30
BALANCE OFERTA - DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA (1%)	DEMANDA INSATISFECHA
2013	55.234	20.735	34.499
2014	61.323	20.942	40.381
2015	62.952	21.152	41.801
2016	64.617	21.363	43.253
2017	66.334	21.577	44.757
2018	68.092	21.793	46.299

FUENTE: Cuadro Nº 26 DEMENDA EFECTIVA y Cuadro Nº 27 OFERTA.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Una vez que se ha determinado la oferta y demanda, el centro turístico debe tener todas las instalaciones listas para que de esta manera pueda satisfacer al usuario dependiendo de las diferentes necesidades que esté presente, en este caso se presentaría de la siguiente manera, para el año 2013 nuestros demandantes serian 55.234 superando a la oferta que es de 20.735, que para los siguientes años se proyectara con el 1% de tasa de crecimiento, estableciendo una diferencia de 34.499; lo que significa que existe una demanda insatisfecha o una oferta deficitaria, por lo tanto se considera que nuestro proyecto es factible debido a que existe la suficiente demanda para que el centro turístico pueda ser visitado por las diferentes personas con el fin de alcanzar una rentabilidad aceptable.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Son el conjunto de técnicas de marketing, planificadas y diseñadas para permitir que un producto o servicio satisfaga las necesidades del mercado y a la vez permitan cumplir objetivos establecidos por los dirigentes de la empresa en cuestión.

PRODUCTO/SERVICIO: Guadalupe será la marca emblemática de todos los servicios, enmarcados en un mensaje permanente de una cultura de servicio, seguridad e infraestructura de primera, orientando el servicio siempre a la calidad y a la satisfacción del cliente, ofreciéndole una variedad de alternativas que muestran la riqueza cultural y natural de la zona.

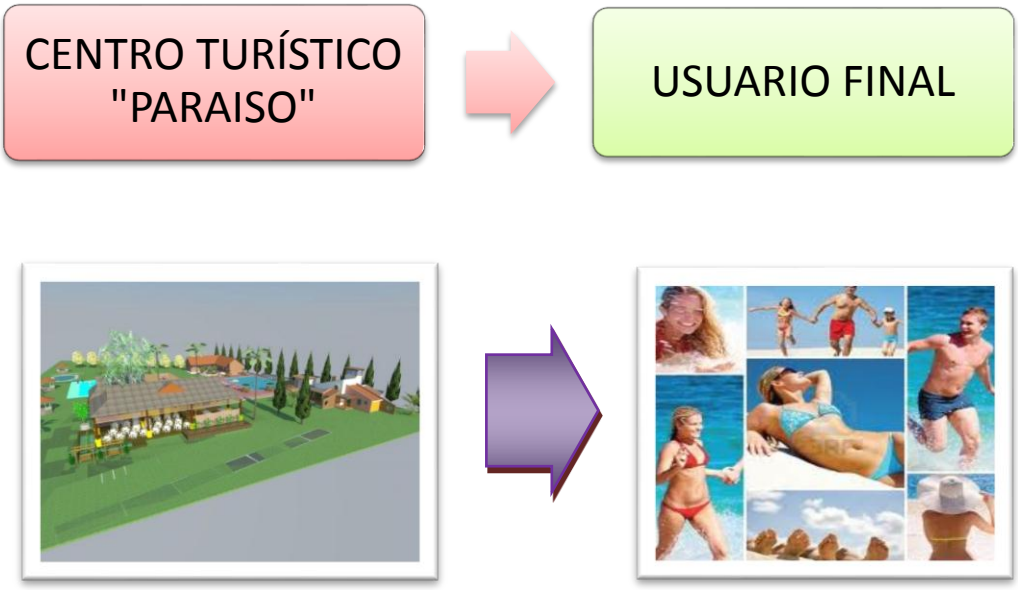
LOGOTIPO: Considerada como los nombres y expresiones graficas que facilitan la identificación del servicio y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo, el logotipo del servicio a ofrecer será el siguiente:

SLOGAN: Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal, el slogan del producto será.

"Donde el Descanso es un Placer"

PRECIO: El precio del producto que se debe analizar de conformidad con el canal de comercialización seleccionado; esto es desde el Centro Turístico a Usuario Final adicionando el valor al impuesto agregado.

PLAZA: En la distribución de los servicios, la prestación de los mismos se brinda en el establecimiento, sin embargo se pueden distribuir los beneficios de los servicios. En el caso de nuestro centro turístico los beneficios de los servicios se han distribuido tanto para el mercado interno como externo es decir a los habitantes del Cantón Zamora y a los turistas de las diferentes ciudades del Ecuador.



Se ha considerado un canal directo comercialización: el cual será directamente al usuario final.

PUBLICIDAD: Es una técnica de comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación para lograr el objetivo de motivar al cliente hacia una acción, generalmente compulsiva, razón por el cual los medios de comunicación que serán utilizados para dar a conocer el servicio a los usuarios serán:

CUADRO Nº 31
PRESUPUESTO PUBLICIDAD

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	JORNADA	FRECUENCIA DE PUBLICIDAD	COSTO POR TRANSMISIÓN	COSTO MENSUAL
TV	Lunes y Viernes.	2 veces a la semana.	$50,00	**$100,00**
REDES SOCIALES(Facebook)		Libre para toda la ciudadanía.	Costo por creación	**$ 50,00**
RADIO(Laser Stereo-Yacuambi y Amazonas de Yanzatza)	Lunes, Miércoles y Viernes	3 días a la semana. (2 veces diarias) por tres meses en las horas más sintonizadas.	$2,00	**$288,00**
			TOTAL	**$ 438,00**

GRÁFICO Nº 19
PUBLICIDAD TELEVISADA

GRÁFICO Nº 20
CUÑA PUBLICITARIA

CENTRO TURISTICO "Paraíso"

Donde el Descanso es un Placer

Centro Turístico “PARAISO” donde el descanso es un placer, ofrece los mejores servicios en un ambiente moderno en hospedaje, restaurante, piscinas, sauna y turco, canchas deportivas y bar a los turistas de las diferentes ciudades del ecuador con precios al alcance de su bolsillo.

Ubícanos en el Cantón Zamora-Parroquia Guadalupe a 10 km de la Saquea.

Ven y disfruta, Te esperamos.

Para Mayor Información Contáctanos:

0985651071 / 0959475409

GRÁFICO Nº 21
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

- **ESTUDIO TÉCNICO**

Tiene como objetivo constatar la viabilidad de las diferentes alternativas que existen para definirlos principales aspectos técnicos del proyecto, tales como: la localización, el tamaño, el proceso, la tecnología, los requerimientos físicos, los recursos humanos, la organización ejecutora y la programación de la ejecución del proyecto.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

TAMAÑO DEL PROYECTO: Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento, considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en vistas por semana.

Uno de los aspectos importantes que se recomiendan en este tipo de empresas, es definir el tamaño, el mismo que se dará en función del volumen de producción, de la infraestructura a instalarse en donde se incluye maquinara, equipos y herramientas a utilizarse, capacidad financiera, disponibilidad e insumos, materia prima y la tecnología apropiada a utilizarse.

- **Capacidad instalada:** Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

Para calcular la capacidad instalada de nuestra empresa de servicio **CENTRO TURISTICO "PARAISO" CIA. LTDA.** Es necesario tomar en

cuenta las visitas de los usuarios semanalmente; en el presente caso nuestro servicio tendrá 78.760 visitas anualmente.

Para calcular la capacidad instalada se realiza de la siguiente manera:

- Visitas al centro turístico 34.499 usuarios al año.
- De la demanda insatisfecha que es 34.499 anuales se toma el porcentaje del 13% dando un resultado de 4.485 usuarios.
- Los 4.485 usuarios divididas por las 52 semanas que tiene el año tenemos un total de 86 personas que visitan semanalmente.

CUADRO Nº 32
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE INSTALADO
1	86	100%
2	86	100%
3	86	100%
4	86	100%
5	86	100%

FUENTE: Cálculo de Visitas
ELABORACIÓN: Las autoras

La capacidad instalada de nuestro servicio será de 86 usuarios por semana que corresponde el 13% de la demanda insatisfecha.

- **Capacidad Utilizada:** Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

Para calcular la capacidad utilizada de la empresa de servicio se realiza lo siguiente:

- Visitas al centro turístico es de 86 usuarios semanalmente, proyectando por el 70% de crecimiento tenemos de forma semanal en el año 2013 un total de 60 visitas semanales, así mismo para los demás años se realizará la proyección de la tasa de crecimiento de población.

CUADRO Nº 33
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE UTILIZADO
1	60	70%
2	69	80%
3	77	90%
4	86	100%
5	86	100%

FUENTE: Cuadro Nº 30
ELABORACIÓN: Las autoras

LOCALIZACIÓN

Es llegar a determinar el lugar exacto donde se va a instalar la empresa, es decir precisar cuál es la mejor localización que permita ahorrar recursos. De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados

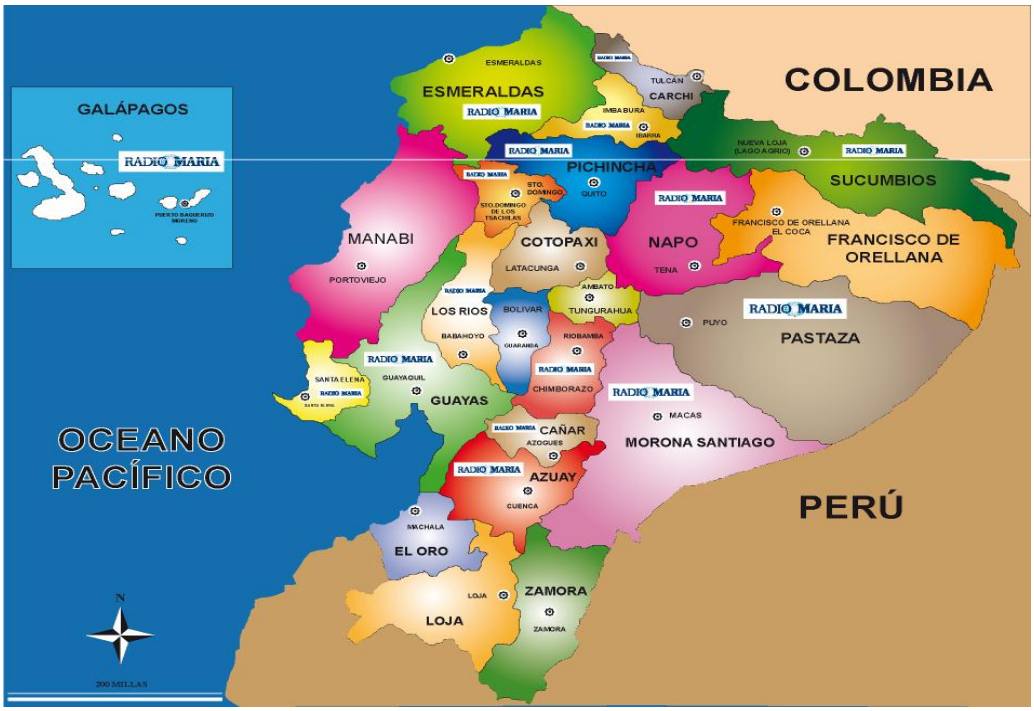
MACRO-LOCALIZACIÓN

El proyecto de inversión de acuerdo a la macro localización se llevará acabo de la siguiente manera, estará ubicado en el País Ecuador en la región sur del país en la Provincia de Zamora Cantón Zamora.

- ✓ **País:** Ecuador.
- ✓ **Región:** Sur.
- ✓ **Ciudad:** Zamora.
- ✓ **Cantón:** Zamora.

MAPA POLITICO DEL ECUADOR

GRÁFICO Nº 22

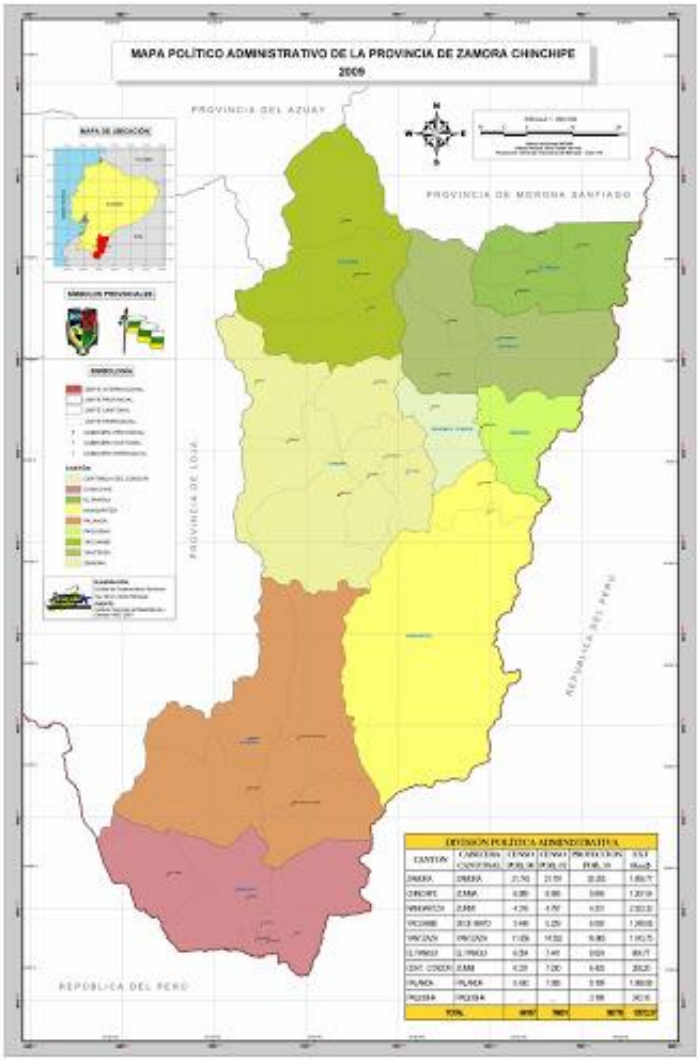


La Provincia de Zamora se encuentra ubicada al sur del Ecuador, sus límites son:

- **Norte:** Provincia de Morona Santiago.
- **Sur:** República del Perú.
- **Este:** República del Perú.
- **Oeste:** Provincia del Azuay y Loja.

GRÁFICO Nº 23

PROVINCIA DE ZAMORA



MICROLOCALIZACIÓN

Es el estudio que se realiza con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la Empresa, ya que este sitio es el que permite cumplir con los objetivos planteados.

El Cantón Zamora está ubicado en la región amazónica de ecuador, al noroccidente de la provincia de Zamora Chinchipe a 950 metros sobre el nivel del mar y su temperatura oscila entre los 18 a 22 grados. Sus límites son:

- **Norte:** Cantón Yacuambi.
- **Sur:** Cantones Nangaritza y Palanda.
- **Este:** Cantones Yanzatza, Centinela del Cóndor, Nangaritza y
- **Oeste:** Provincia de Loja.

CANTON ZAMORA

GRÁFICO Nº 24
CANTON DE ZAMORA

PARROQUIA GUADALUPE

La parroquia Guadalupe, es una parroquia rural en el Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Conocida por su Clínica Misional de atención para la comunidad con asistencia extranjera. Guadalupe se destacado en estos últimos años por su capacidad de auto desarrollo.

GRÁFICO Nº 25
SECTOR PARROQUIAL GUADALUPE

CROQUIS DE LA EMPRESA

GRÁFICO Nº 26

INGENIERIA DEL PROYECTO

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

- **COMPONENTE TECNOLÓGICO:** consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

La Maquinaria, Equipos y Herramientas de la empresa Centro Turístico “PARAISO”

MAQUINARIA	
Cocina Industrial	
HERRAMIENTAS	
Congelador Frigorífico	
Licuadora	
Batidora	
Cafetera	
Sanduchera	
Microonda LG	
Extractor de jugos	
Extractor de olores	

Lavadora (Indurama)	
Bomba de fumigar	
Carretillas	
Rastrillo	
Pala	

UTENCILIOS DE COCINA	
Juego de Ollas	
Vajillas	
Sartenes	
Juego de Vasos	
Set de Cucharas	
Cucharas y Cucharones de Aluminio	
Tabla de Picar	
Set de Cuchillos	

Platera Platica	
Cernidoras	
Bandejas	
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	
Guantes	
Gorros	
Mandil	

ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS

Se refiere a los requerimientos Estipulados en el objetivo de la ingeniería del proyecto como: terreno, infraestructura civil (edificio e instalaciones), recursos materiales, necesidades de financiamiento y recursos humanos que el proyecto requiere para su puesta en ejecución.

INFRAESTRUCTURA CIVIL

Representan las instalaciones físicas, vienen a ser los espacios físicos necesarios en donde funcionará el centro turístico, oficinas administrativas y demás requerimientos necesarios para el normal funcionamiento del Centro Turístico. Es importante indicar los componentes que va a tener las diferentes áreas con las que estará conformada la empresa, para tener claro los espacios y la distribución de los mismos, a continuación se indica su composición.

- **INSTALACIONES:**

4 HABITACIONES (SUITE, SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE) CON CAPACIDAD PARA 80 PERSONAS

RESTAURANT CON CAPACIDAD PARA 100 PERSONAS

SALA DE ESPERA Y RECEPCIÓN

- **ÁREAS DEPORTIVAS CERRADAS:**

PISCINA PARA ADULTOS

PISCINA PARA NIÑOS

SAUNA Y TURCO

DUCHAS

BAÑOS – VESTIDORES PARA DAMAS Y CABALLEROS

ÁREAS DEPORTIVAS AL AIRE LIBRE:

1 CANCHA DE USO MULTIPLE (BÁSQUET Y FUTBOL)

1 CANCHA DE VÓLEY BOL

- **ÁREA ADMINISTRATIVA:**

SECCIÓN ADMINISTRATIVA

SECCIÓN CONTABILIDAD

SECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

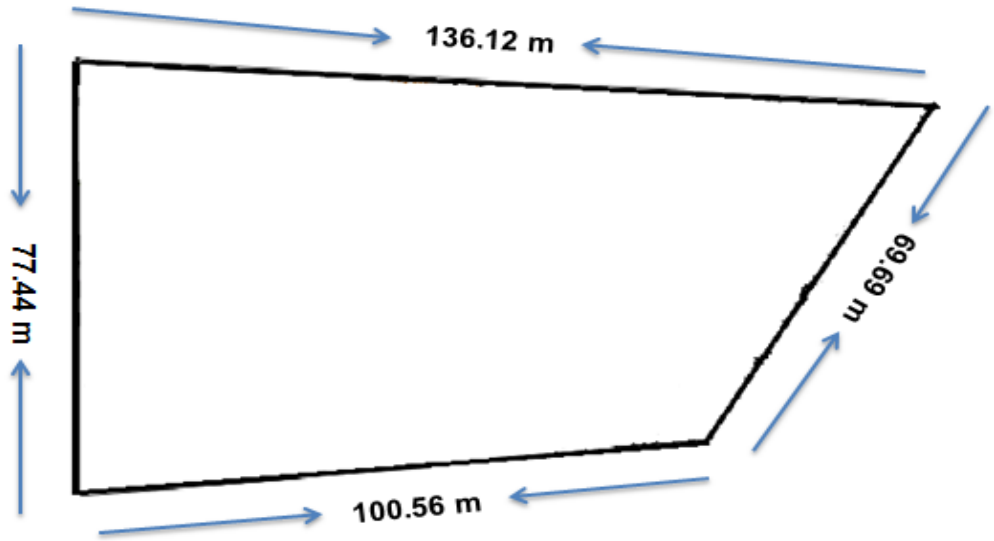
SECCIÓN DE PRODUCCIÓN

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Luego de determinar los valores y rubros de la construcción de la infraestructura civil del Centro Turístico, procedemos a los planos y a las distribuciones de las instalaciones.

El terreno dispone de 2.000 metros cuadrados.

GRAFICO N° 27



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Consiste en la distribución física de cada una de las áreas, con el fin de brindar un buen servicio a la ciudadanía.

GRAFICO N° 28
PLANO DE LAS HABITACIONES

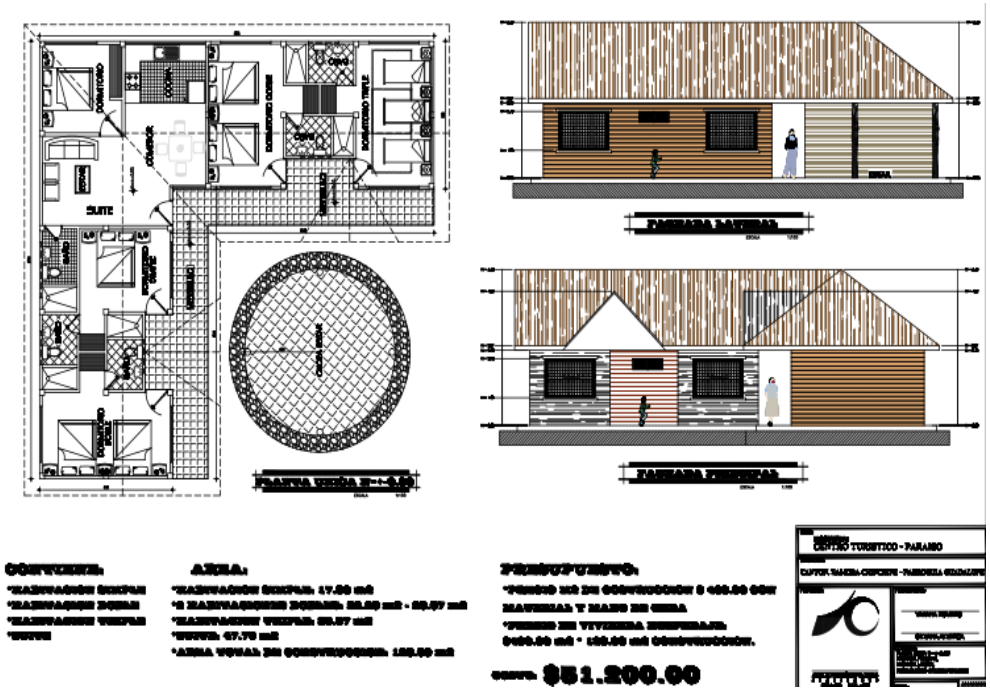


GRAFICO N° 29
RESTAURANTE

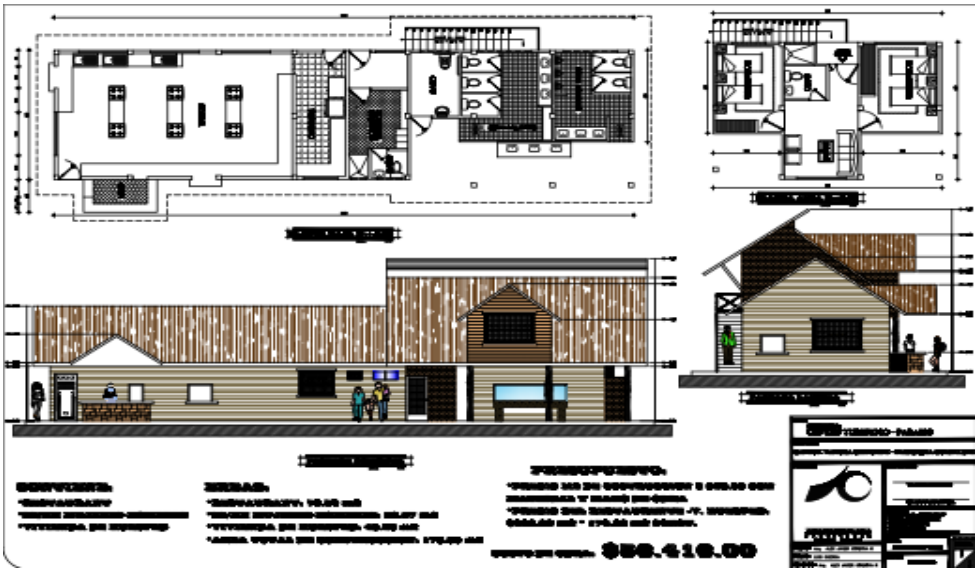


GRAFICO N° 30
PISCINAS

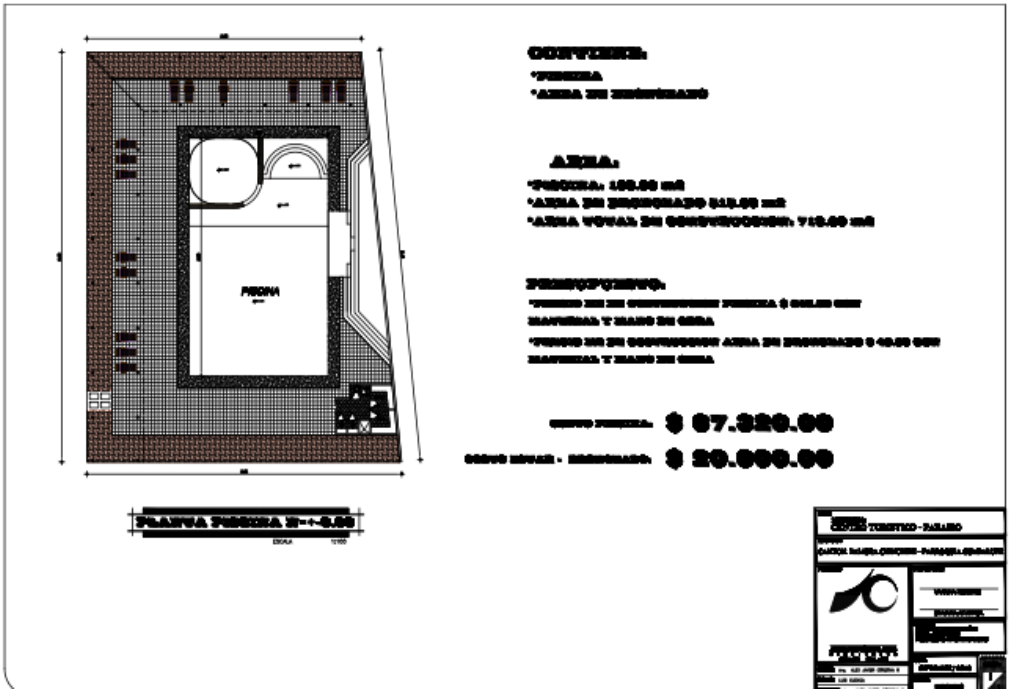


GRAFICO N° 31
SAUNA Y TURCO

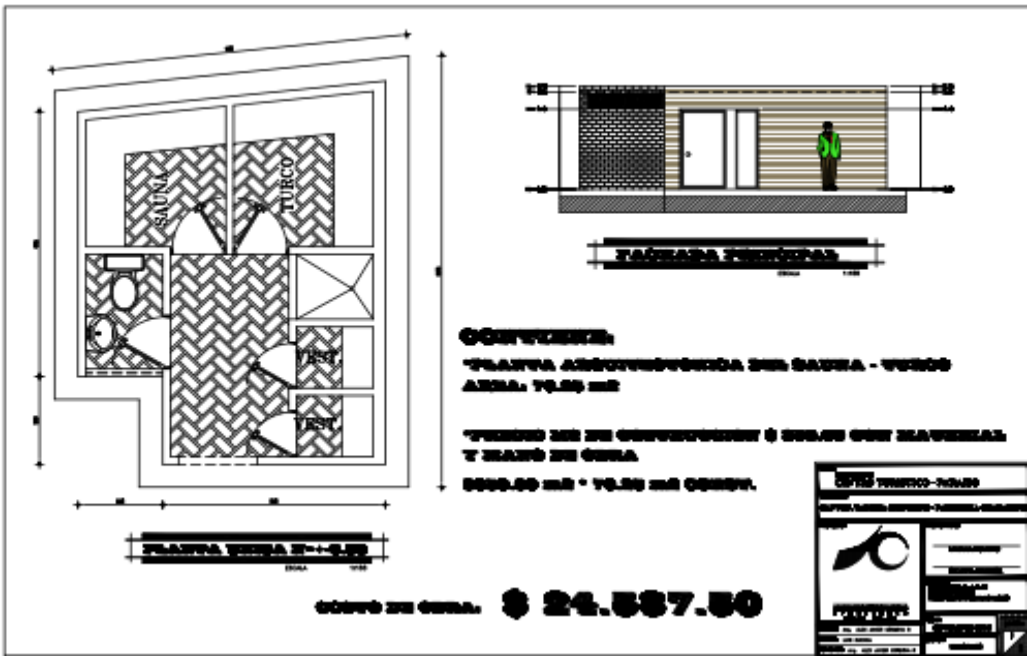


GRAFICO N° 32
CANCHAS DEPORTIVAS

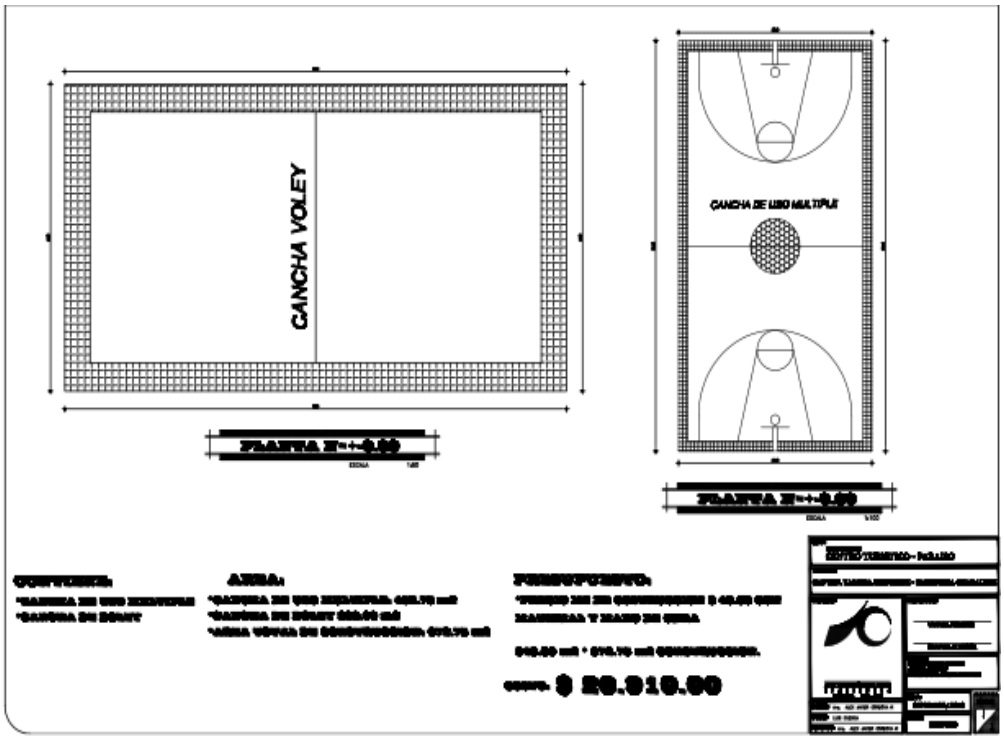


GRAFICO N° 33
DISTRIBUCIÓN FISICA DEL CENTRO TURÍSTICO

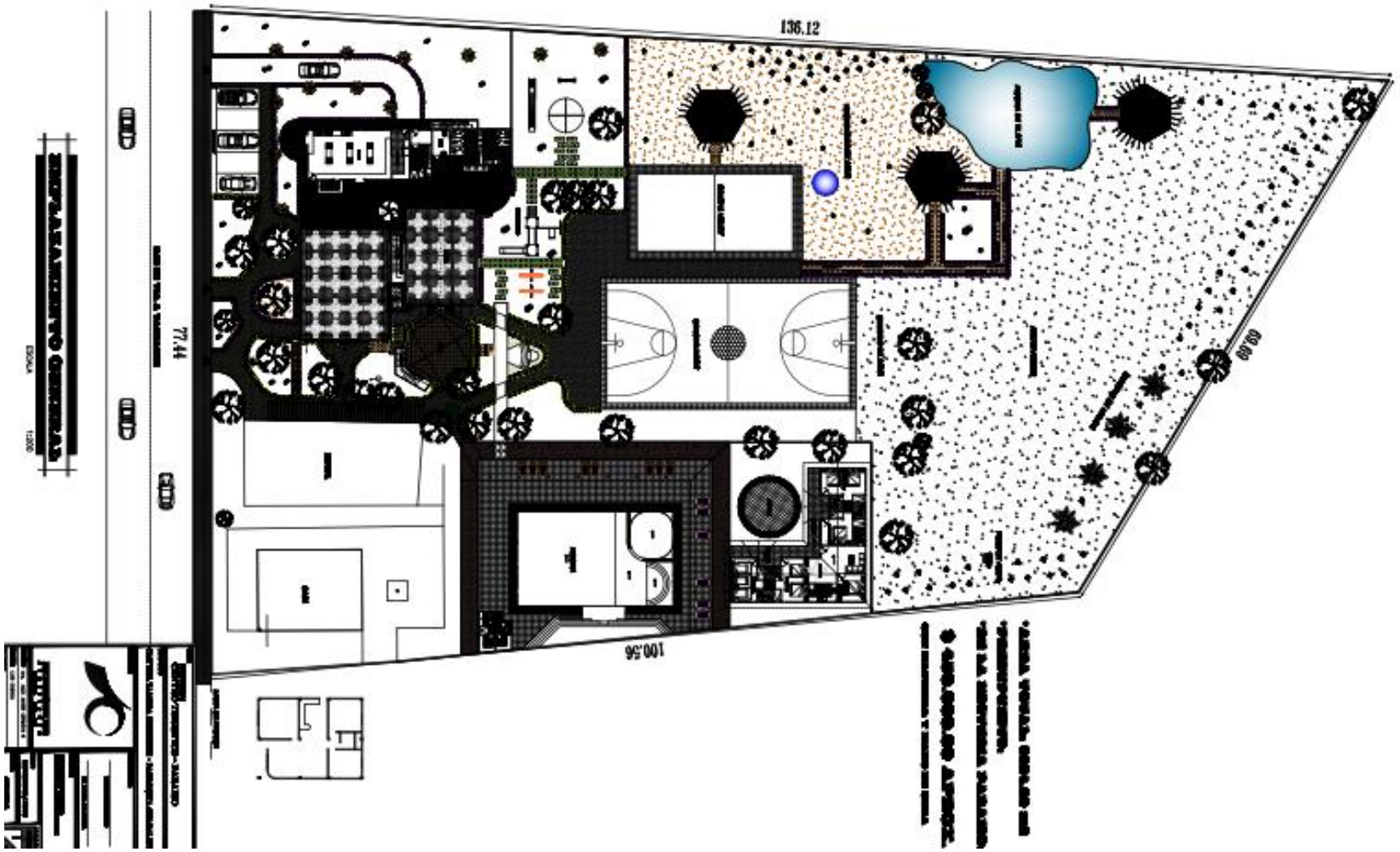
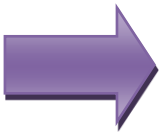
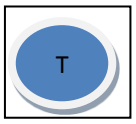


GRAFICO N° 34
VISTA GENERAL DEL CENTRO TURÍSTICO

SIGNIFICADO DE LA DENOMINACIÓN DE LOS SÍMBOLOS

SÍMBOLOS	DENOMINACIÓN	RESULTADO
	Operaciones	• Produce o cumple un cometido
	Transportes	• Se mueve
	Inspecciones	• Examina, identifica, comprueba
	Espera	• Verifica
	Almacenamiento	• Demora, guarda

- **Operación o Actividad**

Es el trabajo realizado en la elaboración del producto asignado, por lo común a una sola estación de trabajo.

- **Transporte**

Cualquier movimiento del producto o cualquiera de sus partes en distintos sitios en el proceso de producción.

- **Demora**

Almacenamiento temporal antes o después de una operación de producción, al emplear el símbolo de almacenamiento temporal a menudo se emite esta categoría.

- **Inspección**

Todas las actividades que se realizan para verificar si el producto satisface las necesidades requeridas por el consumidor, así como la satisfacción de los requerimientos necesarios dimensionales y de funcionamiento.

- **Almacenamiento**

Intervalo durante los cuales el producto o cualquiera de sus partes esperan o esta inmóvil, a menudo se pone una T dentro del triángulo para indicar un almacenamiento temporal, cuando el producto se almacena brevemente, antes de completar el proceso de conversión. Una P dentro del triángulo indicará almacenamiento permanente cuando el producto terminado permanecerá almacenado en un depósito o bodega por uno o dos días.

DIAGRAMAS DE FLUJO

DIAGRAMA DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO DEL CENTRO TURISTICO "PARAISO"

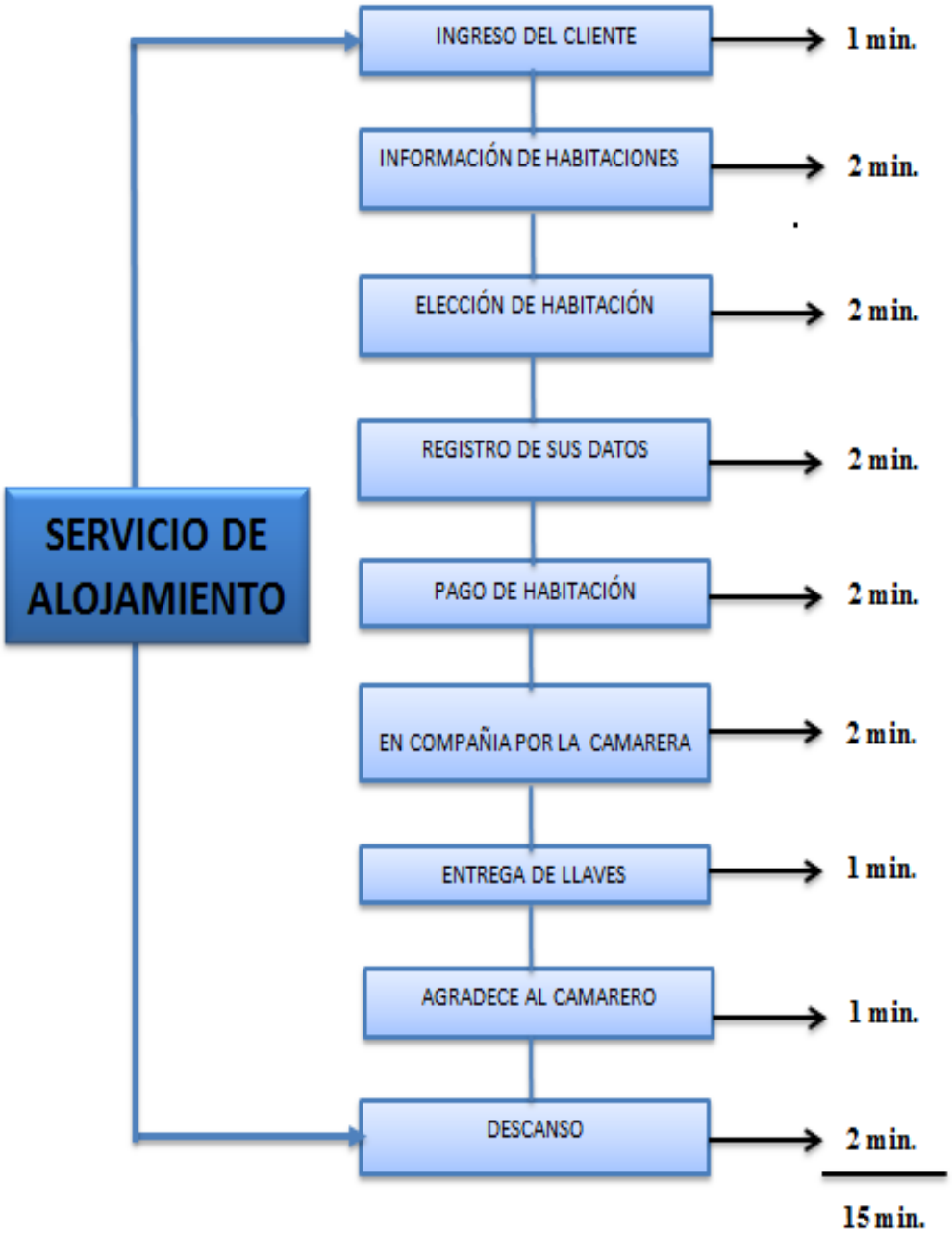


DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN DE INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METROS)	TIEMPO (MINUTOS)
1								Ingreso del cliente	0	1
2								Información de las Habitaciones	1	2
3								Elección de la Habitación	0	2
								Registro de sus Datos	0	2
4								Pago de Habitación	1	2
5								En Compañía por la Camarera.	0	2
6								Entrega de Llaves.	0	1
7								Agradece al Camarero.	1	1
8								Descanso	0	2
						TOTAL			**6**	**15 min**

DIAGRAMAS DE FLUJO

DIAGRAMA DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO DEL CENTRO TURISTICO "PARAISO"

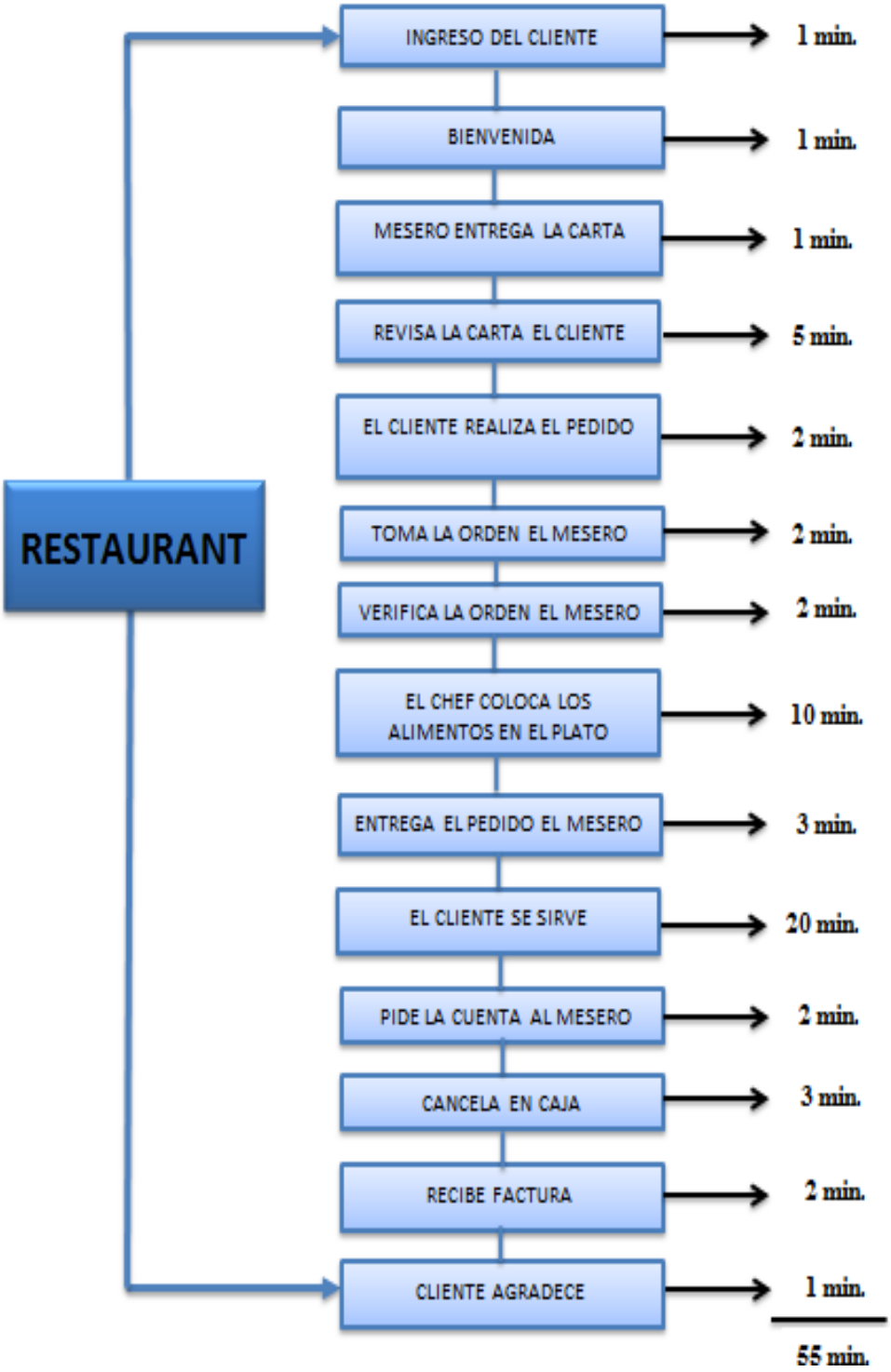


DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DEL AREA DE RESTAURANT DEL SERVICIO

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN DE INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METROS)	TIEMPO (MINUTOS)
1								Ingreso del cliente	0	1
2								Bienvenida.	1	1
3								Mesero entrega la carta	2	1
4								revisa la carta el cliente	1	5
5								El cliente realiza el pedido	0	2
6								Toma la orden el mesero	2	2
								Revisa la orden	1	2
7								Chef coloca los alimentos	3	10
8								Entrega el pedido el mesero	3	3
								Cliente se sirve	1	20
								Pide la Cuenta	1	2
9								Cancela en Caja	2	3
10								Recibe Factura	2	2
11								Cliente Agradece	1	1
						TOTAL			**20**	**55 min**

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

Es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

Base legal

Se refiere a los procesos legales y requisitos que se debe cumplir para la legalización jurídica de una nueva empresa o compañía. Una vez analizado los factores para determinar el tipo de empresa y la razón social en la legislación ecuatoriana existen seis tipos de asociaciones comerciales, de las cuales se ha analizado y establecido como Compañía Limitada.

ACTA DE CONSTITUCIÓN

CENTRO TURISTÍCO "PARAISO CIA. LTDA"
DONDE EL DESCANSO ES UN PLACER

CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA

En la ciudad de Loja, a las 15:30 pm del día 14 de Agosto del 2013, se reunieron la Srta. Mercy Silvana Alverca Abada y la Srta. Viviana Beatriz Romero Granda; con el objetivo de asociarse y conformar la empresa Denominada Centro Turístico **"PARAISO".**

A las personas reunidas para la conformación de la empresa se les asigno la función que desempeñaran en la empresa, como se detalla a continuación:

Gerente/Administrador:	Srta. Viviana Beatriz Romero Granda.
Jefe Financiero:	Srta. Mercy Silvana Alverca Abad.
Jefe de Recursos Humanos:	Sr. Alberto Paladines.
Jefe de Producción:	Srta. Cristina Bustamante.

Una vez asignado las funciones, se acordó por unanimidad.

PRIMERO: Constituir una empresa con fines de lucro denominada Centro Turístico **"PARAISO Cía. Ltda."** con el objeto de brindar un buen servicio a los diferentes turistas.

SEGUNDO: El domicilio de la empresa será en el Cantón de Zamora ubicado en la Parroquia de Guadalupe vía al Cantón Yacuambi, para cualquier situación de carácter legal se somete a los jueces del Cantón.

TERCERO: La empresa iniciara con un capital social de 10.000.00 dólares el cual será aportado por cada uno de los socios, con participaciones de 5.000.00 dólares.

CUARTO: La empresa tendrá una duración de 5 años a partir de su conformación, cumpliendo dicho plazo y de acuerdo a los resultados la misma puede liquidarse o ampliar su periodo de duración.

QUINTO: Se designó como representante legal a la Administradora Srta. Viviana Beatriz Romero Granda, domiciliada en Ecuador, ciudad de Huaquillas; a la cual se faculta que actuara individualmente en nombre y representación de su socia.

Para legalidad de la misma firman los suscritos:

……..	……..
Srta. Viviana B. Romero G. **Administradora**	Srta. Silvana Alverca **Jefe Financiero**
.....	……
Sr. Alberto Paladinez **Jefe de Recursos Humanos**	Srta. Cristina Bustamante **Jefe de Producción**

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa. Esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente. La organización administrativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con los manuales de funciones.

NIVELES JERÁRQUICOS:

Conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independiente de la función que realicen.

La estructura administrativa de la empresa **CENTRO TURISTICO "PARAISO" CIA. LTDA**., estará establecida de tres niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

- ✓ **Nivel Ejecutivo:** Está conformado por la Administrador/a el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

- ✓ **Nivel Asesor:** Está conformado por un Asesor Jurídico el cual es el encargado de situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

- ✓ **Nivel Operativo:** Está conformado por los puestos que desempeñan las personas labores de producción de la empresa.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

ORGANIGRAMAS

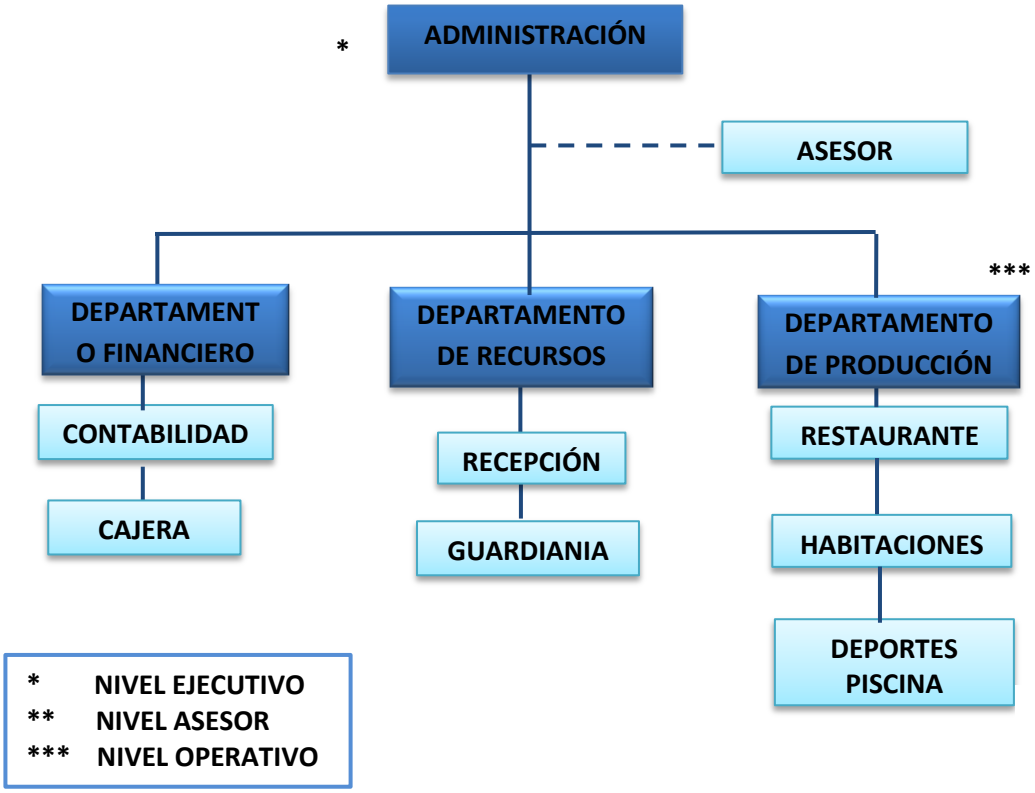
El organigrama es una representación gráfica de la relación existente entre los departamentos y líneas de autoridad por lo tanto es importante determinar el organigrama: estructural y funcional.

El objetivo principal de los organigramas es dar a conocer la distribución funcional para el trabajo.

- **Organigrama Estructural:** Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

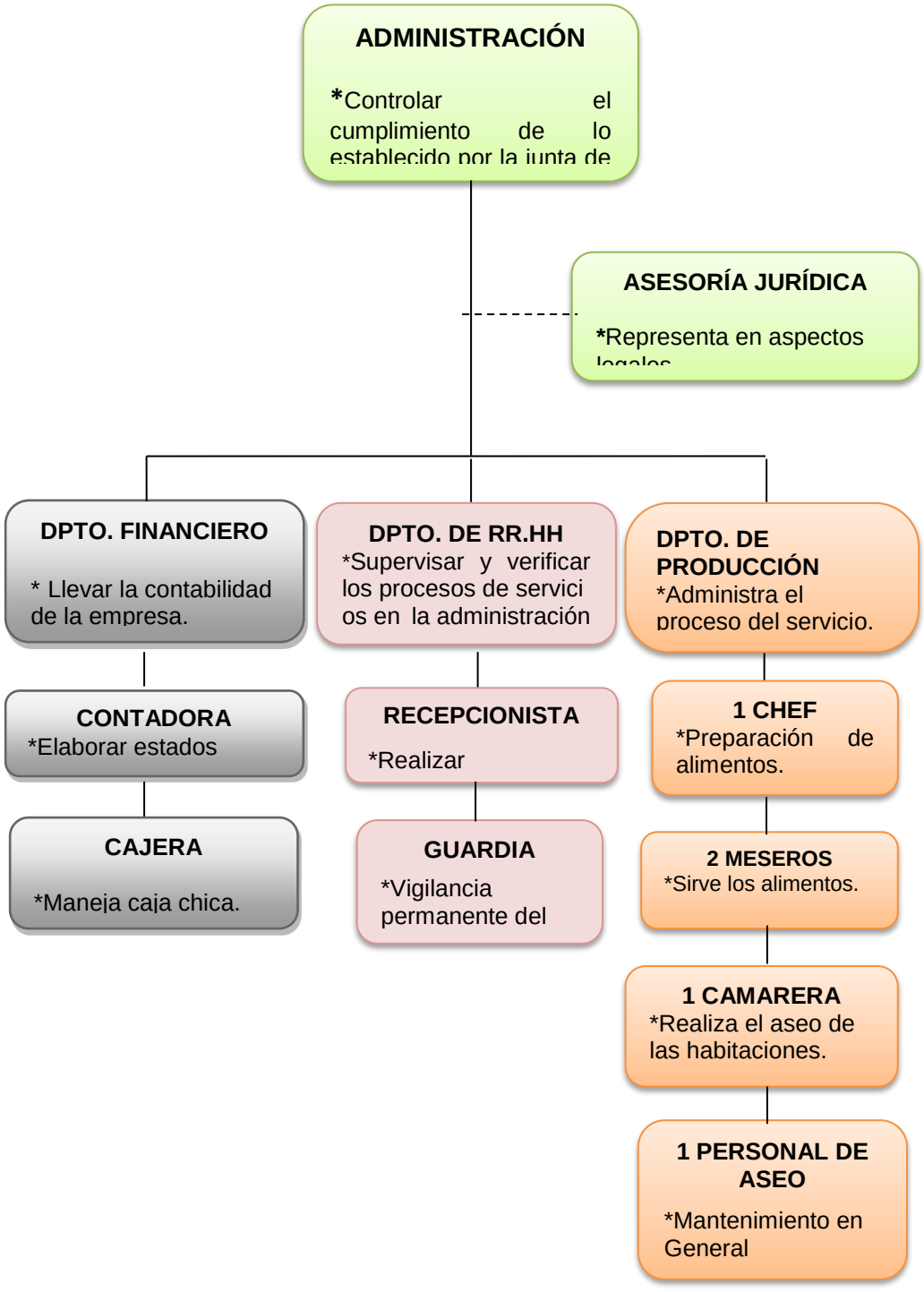
GRÁFICO Nº 35

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



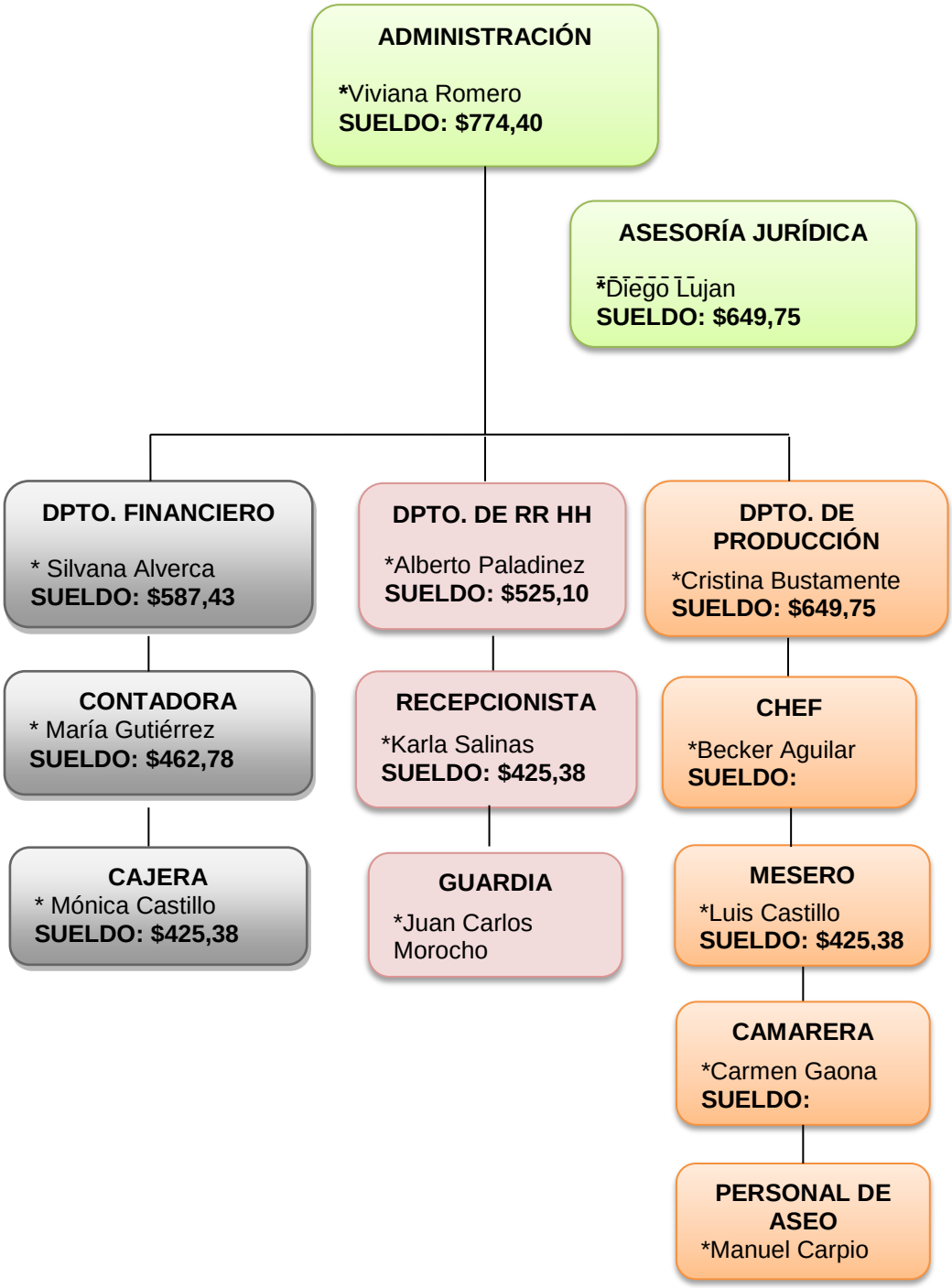
- **Organigrama Funcional:** Este tipo de organigrama representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas.

GRÁFICO Nº 36
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



- **Organigrama Posicional:** En este organigrama se detallan aspectos tales: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben.

GRÁFICO Nº 37
ORGANIGRAMA POSICIONAL



BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

La Base Filosófica establece los valores y principios para determinar la misión y visión de la empresa y así poder direccionar objetivos estratégicos para alcanzar la competitividad deseada por las empresas que ingresan al mercado.

PRINCIPIOS Y VALORES

PRINCIPIOS

Son normativas generales de la empresa que rige la conducta o pensamiento del Talento Humano del Centro Turístico Paraíso, quien presenta los siguientes principios:

- **Servicio al Cliente:** Saber escuchar a los clientes para mejorar constantemente los servicios prestados en el Centro Turístico, con el fin de satisfacer sus necesidades actuales y futuras.

- **Competitividad:** El éxito depende del personal altamente competente que trabaje con eficiencia y agilidad en la prestación de los servicios.

- **Mejora Continua:** Estará continuamente comprometido con la calidad total del servicio, por lo que todo el talento humano tiene que desarrollar la cultura de calidad total con mejoramiento continuo en los procesos de los servicios y en la atención al cliente.

- **Responsabilidad Medioambiental:** Todas las operaciones de servicios del Centro Turístico deberán sujetarse a normas sanitarias, medio ambiente, que ayude a preservar el medio ambiente de la Comunidad.

VALORES

Toda empresa debe tener un conjunto de valores definidos y generalizados, ya que mediante el liderazgo efectivo, los valores se vuelven hábitos. El Centro Turístico se sujetará en los siguientes valores:

- **Honestidad:** Actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia (dando a cada quien lo que le corresponde, incluida la empresa).

- **Puntualidad:** Necesaria para dotar a nuestro personal de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.

- **Responsabilidad:** De ella depende la estabilidad de nuestras relaciones. Es el cumplimiento del deber con justicia.

- **Respeto:** Forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás.

- **Lealtad:** Una obligación que se tiene al haber obtenido algo provechoso, compromiso a defender lo que creemos y en quien creemos. Cuando la empresa nos ha dado algo bueno, le debemos mucho más que agradecimiento.

MISIÓN Y VISIÓN

La misión define el propósito principal de la empresa, es decir la razón de ser o existir, la misma que indica en términos generales los límites de actividades de la organización y la visión proporciona una imagen escrita y concreta de lo que la empresa quiere llegar a ser a futuro y de esta manera poder determinar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos.

- **Misión**

Somos un Centro turístico que ofrece a todos los turistas la mejor opción de turismo en base a las necesidades y expectativas en recreación, diversión, a través de servicios e infraestructura de alta calidad, logrando de esta manera satisfacer un mercado que está en constante cambio y dispuesto a hacer de la Parroquia Guadalupe uno de los lugares más visitados dentro del Cantón y la Provincia de Zamora.

- **Visión**

Pertenecer al grupo de las mejores empresas turísticas del sector, la Provincia y la región siete para el 2018 al entregar un servicio hotelero con atractivo natural y responsabilidad ecológica para brindar a nuestros visitantes, la comodidad, distracción, mediante la satisfacción en la excelencia del servicio al trabajar con responsabilidad y sencillez.

MANUAL DE FUNCIONES

Constituye toda la información respecto a las tareas que deben cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa, con el fin de obtener una mejor selección de personal para los diferentes cargos de la empresa y sus respectivas funciones.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** ADMINISTRADOR/A	**CODIGO:** MX0001
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL EJECUTIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 1	**SUPERVISA:** TODO EL PERSONAL
DEPARTAMENTO: ADMISTRACIÓN	**DEPENDENCIA:** NO DEPENDE DE NADIE.	**SUELDO:** $ 774,40

OBJETIVO DEL PUESTO:

Administrar acertadamente las actividades de la empresa, las mismas que determinarán el cumplimiento de las metas organizacionales y por lo tanto los objetivos profesionales del talento humano.

PERFIL DEL CARGO:

Será la encargado/a de dirigir, coordinar y supervisar que todas las actividades de la empresa se cumplan para ello debe hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las aéreas que pertenecen a la empresa.

-

FUNCIONES:

- Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades operativas y proponer políticas generales institucionales.
- Supervisar y dirigir la elaboración de planes estratégicos de corto mediano y largo plazo, en relación al aspecto financiero y administrativo.
- Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en cada área, las políticas generales para el personal.
- Administrar acertadamente las actividades de la empresa.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 23 - 50
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Ingenieros en Administración de Empresas.
- **Valores:** Responsables, Líder, Tolerante, Comunicativo, Carismático, Creativo.
- **Experiencias Laborales:** 2 a 3 años laborales.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** ASESOR JURÍDICO	**CODIGO:** MX0002
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL ASESOR	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** TODO EL PERSONAL
DEPARTAMENTO: ASESORÍA JURÍDICA	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRACOR	**SUELDO:** $649,75

OBJETIVO DEL PUESTO:

Resolver casos en materia legal y jurídica, analizando, redactando y tramitando documentos y/o expedientes, a fin de brindar apoyo y un óptimo servicio de asesoría legal y jurídica a los miembros de la empresa.

PERFIL DEL CARGO:

Encargado de Asesorar y asistir a la empresa en asuntos de carácter legal; aconsejar oportunamente a las autoridades con respecto a las consideraciones legales que pudieran afectar el funcionamiento de la misma y garantizar su proyección legal.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades jurídicas de la
- Dirección a su cargo.
- Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la empresa.
- Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales y otros de nivel asesor.
- Actuar en nombre y representación de la empresa cuando así se le otorgue poder específico para ello.
- Cumplir con las normas, leyes, estatutos y acuerdos vigentes y velar porque se cumplan a cabalidad.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 30 - 50
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Doctor/a en Leyes.
- **Valores:** Responsables, Líder, Tolerante, Comunicativo.
- **Experiencias Laborales:** 2 a 3 años laborales.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** JEFE DE FINANZAS	**CODIGO:** MX0003
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 2	**SUPERVISA:** CONTADORA-CAJERA
DEPARTAMENTO: DPTO FINANCIERO	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR/A	**SUELDO:** $ 587,43

OBJETIVO DEL PUESTO:
Llevar un buen control de los ingresos y egresos de la empresa.

PERFIL DEL CARGO:

Asegurar la adecuada administración de los Recursos Financieros de la Empresa, garantizar la oportuna y estratégica adquisición de servicio, logrando negociaciones ventajosas con proveedores que permitan al negocio crecer y desarrollarse manteniendo una alta utilidad.

FUNCIONES:

- Adquisición de fondos y asignación dentro de la firma.
- Asignación de fondos dentro de la empresa.
- Determinación del monto total de fondos que se emplee la empresa.
- Proyecta fondos de flujo de caja y determina el efecto más probable de esos flujos sobre la situación financiera de la firma.
- Establece ciertas normas con el fin de controlar el desempeño de sus funciones, lo usa para comparar el desempeño real con el desempeño planeado.
- Administrar y autorizar préstamos para empleados.
- El jefe financiero deberá llevar a cabo cualquier otra actividad determinada por el Gerente General.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 – 40
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Profesional en Finanzas
- **Valores:**

- Responsables,
- Líder,
- Tolerante,
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

- **Experiencias Laborales:** 3 años en el desempeño de cargos de dirección superior en el área.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** CONTADORA	**CODIGO:** MX0004
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:**
DEPARTAMENTO: DPTO FINANCIERO	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 462,78

OBJETIVO DEL PUESTO:

Obtención de los estados financieros, de acuerdo a los principios, normas y procedimientos contables establecidos; de modo eficiente, transparente y oportuno, para la toma de decisiones de la alta dirección de la Empresa.

PERFIL DEL CARGO:

Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y con las políticas específicas de la empresa.

FUNCIONES:

- Llevar la contabilidad.
- Hacer la declaración tributaria.
- Participar en la elaboración de presupuestos y proyectos.
- Programa, supervisa y controla las actividades de captación de datos, procesamiento, registro, análisis y contabilización de las transacciones financiero contables que se dan en la Empresa.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 30 - 45
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Ingeniera en Contabilidad y Auditoría y Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point
- **Valores:**

- Responsables,
- Líder,
- Tolerante,
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

- **Experiencias Laborales:** 4 años como contador de una empresa comercial.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** CAJERA	**CODIGO:** MX0005
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** Ninguno
DEPARTAMENTO: DPTO FINANCIERO	**DEPENDENCIA:** JEFE DE VENTAS	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:

Ejecutar los movimientos de dinero efectivo originados en las operaciones prendarías y administrativas de la Unidad.

PERFIL DEL CARGO:

Adicionalmente es responsable del registro de las operaciones en el sistema y de la conciliación de valores asignados a su caja.

FUNCIONES:

- Preparar el reporte de caja diariamente.
- Servicio al cliente.
- Recibir el pago de los clientes.
- Prepara el reporte de caja diariamente.
- Mantener un registro de pagos.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 - 45
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Mínimo bachiller con estudios universitarios, y manejo de Sistemas Operativo Windows.
- **Valores:**

- Responsables,
- Líder,
- Tolerante,
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

- **Experiencias Laborales:** 1 año en el desempeño de cargos de dirección superior en el área.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** JEFE DE RECURSOS HUMANOS	**CODIGO:** MX0006
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 2	**SUPERVISA:** RECEPCIONISTA – BOLETERIA
DEPARTAMENTO: DPTO DE RRHH	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 525,10

OBJETIVO DEL PUESTO:

Mantener un control y supervisión de la empresa.

PERFIL DEL CARGO:

Plantea estrategias de mercadeo acordes a las necesidades de la empresa. Apoyar a las empresas en el sistema de fijación de precios, proponiendo bocetos de campañas publicitarias de acuerdo a los objetivos organizacionales y elabora planes de mercadeo.

FUNCIONES:

- Analizar las preferencias de los consumidores para satisfacer la demanda.
- Realizar estudios de mercado sobre nuevas maneras de ofrecer el servicio y las necesidades de los consumidores.
- Mejorar los procesos y procedimiento, pero pensando en el cliente no para entorpecer el contacto con él.
- Complementar con su trabajo en otras labores corrientes de la empresa.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 23 - 35
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Ingeniero Comercial
- **Valores:**

- Responsables,
- Líder,
- Tolerante,
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

- **Experiencias Laborales:** 1 año en cargos similares.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** RECEPCIONISTA	**CODIGO:** MX0007
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** Ninguno.
DEPARTAMENTO: DPTO DE RRHH	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR/A	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:

Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando una central telefónica pequeña, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la unidad.

PERFIL DEL CARGO:

Registrar entradas y salidas de los huéspedes. Realizar reservaciones. Atender inquietudes y reclamos. Realizar caja. Conocer todos los servicios ofertados.

FUNCIONES:

- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
- Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 23-35
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Bachillerato concluido o estudiante universitaria de las carreras de Comunicación, Marketing y Ciencias Sociales
- **Valores:**

- Responsables,
- Líder,
- Tolerante,
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

Experiencias Laborales: 1 año de experiencia en el área de Recepción y Atención al Público.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** GUARDIAN	**CODIGO:** MX0008
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** Ninguno.
DEPARTAMENTO: DPTO DE RRHH.	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:
Vigilar interna y externamente las instalaciones del centro turístico.

PERFIL DEL CARGO:

Vigilancia permanente de las instalaciones del hotel, proteger la propiedad de la hostería, a los huéspedes y empleados.

FUNCIONES:

- Realizar tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato y así garantizar un trabajo de calidad.
- Resguardar las instalaciones y personas.
- Realizar todas las diligencias que tenga que ejecutar dentro y fuera de la empresa.
- Estar pendiente que la alarma funcione perfectamente y que esté funcionando en contacto con la policía.
- Estar pendiente de las personas entrañas que entren a la empresa.
- Estar pendiente que la alarma funcione perfectamente y que esté funcionando
- en contacto con la policía.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 18-35
- **Género:** Masculino
- **Títulos:** Título de bachiller y Cursos de seguridad actualizados y avalados por escuelas adscritas a la S.V.S.P.
- **Valores:**

- Responsables
- Líder
- Tolerante
- Comunicativo,
- Carismático
- Creativo.

Experiencias Laborales: Entre 1 y 2 años en cargos de guardias de seguridad y atención de clientes, preferiblemente en el sector financiero.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** JEFE DE PRODUCCIÓN	**CODIGO:** MX0009
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 3	**SUPERVISA:** CHEF, CAMARERA Y PERSONAL DE ASEO
DEPARTAMENTO: DPTO DE PRODUCCIÓN	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 649,75

OBJETIVO DEL PUESTO:

Se encarga principalmente de establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades de los clientes y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada.

PERFIL DEL CARGO:

Supervisa y evalúa la relación que tiene el personal a su cargo.

FUNCIONES:

- Manejar adecuadamente el área de producción.
- Elaborar los registros de los trabajadores de la empresa.
- Emitir informes al administrador.
- Controla el servicio de la empresa.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 - 45
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:**
- **Valores:**

- Responsables
- Líder
- Tolerante
- Comunicativo
- Carismático
- Creativo.
- Disponibilidad
- Puntualidad

Experiencias Laborales: De 3 años en cargos similares.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** CHEF	**CODIGO:** MX00010
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 2	**SUPERVISA:** Ninguno
DEPARTAMENTO: DPTO DE PRODUCCIÓN	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 320,00

OBJETIVO DEL PUESTO:
Encargado de planificar y ejecutar el Menú del día.

PERFIL DEL CARGO:

Ganas de trabajar en equipo y planear una función para cada miembro. Es decir, toma el liderazgo y trabaja en equipo. Ética profesional y gran conocimiento.

FUNCIONES:

- Aplicar procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina.
- Mantenerse en constante comunicación con el contralor de costos para conocer las variaciones de la materia prima.
- Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos.
- Revisar, analizar y autorizar las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan al almacén.
- Supervisar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
- Analizar periódicamente los costos reales de cocina.
- Elaborar los menús para la alimentación de los empleados.
- Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos para los empleados.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 - 50
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Carrera Técnica en Gastronomía.
- **Valores:**

- Responsables
- Disponibilidad
- Puntualidad

Experiencias Laborales: 1 año en experiencia en áreas afines al puesto.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** MESERO	**CODIGO:** MX00011
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 1	**SUPERVISA:** Ninguno
DEPARTAMENTO: DPTO DE PRODUCCIÓN	**DEPENDENCIA:** CHEF	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:

El puesto tiene como objetivo el mantener limpia la mesa desde que llega el cliente hasta que este último se retire de la mesa.

PERFIL DEL CARGO:

Atender las solicitudes de los clientes y servir alimentos y bebidas.

FUNCIONES:

- Conocer y aplicar el sistema para elaborar las ordenes.
- Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato.
- Servir los alimentos en la mesa.
- Servir los alimentos del buffet cuando sea la solicitud del cliente.
- Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 20 - 35
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Bachillerato o Carrera Técnica.
- **Valores:**

- Responsables
- Disponibilidad
- Puntualidad

Experiencias Laborales: 1 año y medio ejerciendo su profesión.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** CAMARERA	**CODIGO:** MX00012
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** Ninguno
DEPARTAMENTO: DPTO DE PRODUCCIÓN	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:
Dirigir la preparación de alimentos tanto corrientes como especiales.

PERFIL DEL CARGO:

Realizar el aseo de las habitaciones y sus áreas de acceso. Responsabilizarse de la llave maestra. Realizar reportes. Revisar stocks mínimos y máximos de suministros para baños. Mantener limpios los blancos (toallas, sabana, cubrecamas) y uniformes.

FUNCIONES:

- Recibir el reporte de recepción para realizar la limpieza de las habitaciones.
- Revisar stocks mínimos y máximos de suministros para baños.
- Verificar que las habitaciones no tengan ningún daño.
- Equipar y dejar en perfectas condiciones las habitaciones para ser ocupadas.
- Llevar a recepción objetos perdidos.
- Mantener en orden y limpieza las habitaciones y de
- más lugares
- pertenecientes a la hostería y centro recreacional
- para mejor comodidad de
- los visitantes.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 - 40
- **Género:** Femenino - Masculino
- **Títulos:** Bachiller
- **Valores:**

- Responsables
- Disponibilidad
- Puntualidad

Experiencias Laborales: No dispensable.

CENTRO TURISTICO "Paraíso"	**PUESTO:** PERSONAL DE ASEO	**CODIGO:** MX00013
RELACIÓN JERARQUICA: NIVEL OPERATIVO	**NUMEROS DE PERSONAS A CARGO:** 0	**SUPERVISA:** Ninguno
DEPARTAMENTO: DPTO DE PRODUCCIÓN	**DEPENDENCIA:** ADMINISTRADOR	**SUELDO:** $ 425,38

OBJETIVO DEL PUESTO:
Mantener limpias las piscinas y las canchas deportivas para mejor uso de los usuarios.

PERFIL DEL CARGO:

Asear las instalaciones de la Organización, así como distribuir material de aseo, utilizando los equipos y materiales correspondientes para mantener en condiciones óptimas de limpieza a las mismas.

FUNCIONES:

- Ejecutar la limpieza en el Centro Turístico.
- Hacer la revisión pertinente e informar sobre las fugas y conexiones que encuentren en mal estado.
- Cumplir con las estipulaciones acordadas en el contrato de trabajo.
- Responder por el oficio que les asignen.
- Responder por el adecuado uso y conservación de los materiales, herramientas y demás elementos suministrados para sus labores.
- Contribuir con su trabajo al bienestar de la Institución.

PERFIL DEL OCUPANTE

REQUISITOS:

- **Edad:** 25 - 40
- **Género:** Masculino
- **Títulos:** Bachiller
- **Valores:**

- Responsables
- Disponibilidad
- Puntualidad

Experiencias Laborales: No dispensable.

- **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Se detallan los aspectos relacionados con el destino que se le da al dinero para iniciar el proyecto y la fuente de origen de dinero requerido.

INVERSIONES

Se incluye en esta parte los valores correspondientes a los diferentes rubros que son indispensables para la operación de la nueva unidad productiva las inversiones se orientan a los tres activos que componen la estructura financiera de la empresa.

- ✓ Activo Fijo
- ✓ Activo Diferido
- ✓ Activo Corriente

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso del servicio o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta, y la dotación de los principales servicios básicos, etc. Las inversiones a realizar se indican a continuación:

- **Terreno:** Constituye el área física de terreno, que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta.

CUADRO N° 32
PRESUPUESTO DE TERRENO

TERRENO			
CONCEPTO	**AREA**	**VALOR UNITARIO m2**	**VALOR TOTAL**
TERRENO	2.000	15,00	30.000,00

Fuente: Municipio de Zamora.
Elaboración: Las Autoras.

Construcción: Se refiere a la infraestructura con que será construida la planta, distinguiendo las partes correspondientes a oficinas y áreas de producción.

CUADRO N° 33
CONSTRUCCIÓN/HABITACIONES

CONCEPTO	CANTIDAD DE HABITACIONES	CANTIDAD M2 DE CONSTRUCCIÓN	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Simple	1	9	150	1.350,00
Doble	1	20	150	3.000,00
Triple	1	25	150	3.750,00
Suits	1	40	150	6.000,00
TOTAL				**14.100,00**

Fuente: Ing. Civil..
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 34
CONSTRUCCIÓN/OFICINAS

CONCEPTO	CANTIDAD DE OFICINAS	CANTIDAD M2 DE CONSTRUCCION	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Oficinas	2	12	150	3.600,00
TOTAL				**3.600,00**

Fuente: Ing. Civil..
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 35
CONSTRUCCIONES/RESTAURANT

CONCEPTO	CANTIDAD	CANTIDAD M2 DE CONSTRUCCION	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Restaurant	1	176,30	150	26.445,00
TOTAL				**26.445,00**

Fuente: Ing. Civil..
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 36
CONSTRUCCIÓN/PISCINA Y COMPLEMENTARIOS

CONCEPTO	CANTIDAD M2 DE CONSTRUCCION	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Piscina Adultos y Niños	100	150	15.000,00
Sauna y Turco	18	150	2.700,00
TOTAL			**17.700,00**

Fuente: Ing. Civil..
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 37
CONSTRUCCIÓN/ÁREAS DEPORTIVAS

CONCEPTO	CANTIDAD	CANT. M2 DE CONSTRUCCION	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Futbol y Basquet	1	452,75	40	18.110,00
Bolley	1	60,00	40	2.400,00
TOTAL				**20.510,00**

Fuente: Ing. Civil..
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 38
RESUMEN DE CONSTRUCCIONES E INFRAESTRUCTURA CIVIL

RESUMEN DE CONSTRUCCIONES E INFRAESTRUCTURA CIVIL	
CONCEPTO	**VALOR**
Terreno	30.000,00
Habitaciones	14.100,00
Oficinas Administrativas	3.600,00
Restaurante	26.445,00
Piscinas	17.700,00
Canchas deportivas y Áreas Verdes	20.510,00
TOTAL	**82.355,00**

Fuente: Ing. Civil.
Elaboración: Las Autoras.

- **Maquinaria y Equipo:** Tecnología es el conjunto de saberes que permiten fabricar objetos y modificar el medio ambiente, incluyendo las plantas y animales para satisfacer las necesidades y deseos humanos.

CUADRO N° 39
PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA				
ÁREA	**CONCEPTO**	**CANT.**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
RESTAURANTE	Cocinas Industrial (3 quemadores)	2	105,00	210,00
	SUBTOTAL		**105,00**	**210,00**
CANCHAS DE PORTIVAS	Redes	1	10,00	10,00
	Arcos – Indor	2	50,00	100,00
	Arcos – Basquet	2	30,00	60,00
	Balones	3	35,00	105,00
	SUBTOTALES		**125,00**	**275,00**
EQUIPO				
ÁREA	**CONCEPTO**	**N°**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
RESTAURANT	Congelador Frigorífico	1	900,00	900,00
	Licuadora	1	95,00	95,00
	Batidora	1	30,00	30,00
	Cafetera	1	98,00	98,00
	Sanduchera	1	54,00	54,00
	Microondas	1	110,00	110,00
	Extractor de jugos	1	65,00	65,00
	Extractor de Olores	1	400,00	400,00
	SUBTOTAL		**1752,00**	**1752,00**
HABITACIONES	Lavadora LG	1	700,00	700,00
	SUBTOTAL	1	**700,00**	**700,00**
	Limpiador de Piscina	1	25,00	25,00
	SUBTOTAL		**25,00**	**25,00**
ÁREAS VERDES	Bomba de fumigar	1	340,00	340,00
	SUBTOTAL		**340,00**	**340,00**
TOTAL			**3047,00**	**3302,00**

Fuente: Hermanos Ochoa.
Elaboración: Las Autoras.

- **Herramientas:** Las herramientas que utilizamos en el centro turístico para la limpieza del mismo.

CUADRO N° 40
PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS					
ÁREA	**CONCEPTO**	**CANT.**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**	**V. ANUAL**
LIMPIEZA	Escobas	36	1,50	54,00	648,00
	Recogedor	48	3,00	144,00	1728,00
	Cesto de Basura	14	2,50	35,00	420,00
	Carretillas	1	48	48,00	48,00
	Rastrillo	1	6,00	6,00	6,00
	Pala	1	4,50	4,50	4,50
TOTAL				**4273,50**	**2854,50**

Fuente: Romar, Ferretería Loayza.
Elaboración: Las Autoras.

- **Materiales Indirectos e Insumos:** Los materiales indirectos se considerarán originarios, sin tomar en cuenta el lugar de su producción.

CUADRO N° 41
MATERIALES INDIRECTOS E INSUMOS

MATERIALES					
COMPONENTES	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO MENSUAL**	**COSTO ANUAL**
Desinfectante	Galón	3	5,00	15,00	180,00
Detergente Fab (1000)	Gramos	3	17,14	51,42	617,04
Ambientales	Unidad	4	5,00	20,00	240,00
Hiervas Medicinales	Atado	144	0,75	108,00	1296,00
Cloro (2000 cc)	Galón	2	2,45	4,90	58,80
Sulfato de Cobre (bolsa)	Kilo	1	90,00	90,00	1080,00
Papel Higiénico Imperial Sencillo (48 rollos)	Paca	14	26,00	364,00	4368,00
Limpiones	Unidad	9	1,00	9,00	108,00
Lava Vajilla Acción (1000)	Gramos	12	2,00	24,00	288,00
TOTAL					**8.235,84**

Fuente: Romar.
Elaboración: Las Autoras.

- **Utensilios de cocina:** El Centro turístico empleara en el área de restaurant utensilios como:

CUADRO N° 42
PROPUESTO DE UTENSILIO DE COCINA

UTENSILIOS DE COCINA			
CONCEPTO	**N°**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Juego de Ollas	3	80	240
Vajillas	3	40	120
Set de Sartenes	3	35	105
Juego de cucharas	3	18	54
Juego de cuchillos (3)	2	15	30
Cucharas y Cucharones de Aluminio Juego	2	20	40
Docena de vasos de vidrio	3	12	36
Juego de Cernidora	3	5	15
Exprimidor	6	2	12
Bandejas de Aluminio	4	2,15	8,6
Jarras de Vidrio	36	1,75	63
Platera	4	20	80
Balde para refrescos /10 litros	4	8	32
Tablas de Picar	6	7	42
Cuchillo hacha	2	7	14
Pinza	4	2	8
Charol	36	3	108
Canasta de cucharas	24	1	24
TOTAL		**278,90**	**623,30**

Fuente: Romar.
Elaboración: Las Autoras.

- **Muebles Y Enseres:** El Centro Turístico utilizara muebles y enseres, los cuales permitirán facilitar las operaciones dentro de la oficina, entre estos tenemos; 3 escritorio estilo ejecutivo, 3 sillas operativas, 6 sillas plásticas, y 3 archivadores.

CUADRO N° 43
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES

MOBILIARIO ADMINISTRACIÓN				
ÁREA	**CONCEPTO**	**CANT.**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
HABITACIONES	Juegos Mesas 4 puestos 110x80	10	180,00	1.800,00
	Juegos Mesas 6 puestos	10	280,00	2.800,00
	Cama de 2 1/2 plazas	1	160,00	160,00
	Cama de 2 plazas	1	110,00	110,00
	Cama de 1 1/2 plazas	5	90,00	450,00
	Veladores	7	30,00	210,00
	Lámparas	3	20,00	60,00
PISCINAS	Para sol	4	15,00	60,00
	Sillas bronceadoras	8	60,00	480
	SUBTOTAL		**945,00**	**6.130,00**
GERENCIA	Escritorio Ejecutivo	1	200,00	200,00
	Archivador	1	2,50	2,50
	Silla Ejecutiva	1	50,00	50,00
	Sillas de Visita Plásticas	2	10,00	20,00
	SUBTOTAL		**262,50**	**272,50**
PRODUCCIÓN	Escritorio Ejecutivo	1	200,00	200,00
	Archivador	1	2,50	2,50
	Silla Operativa	1	50,00	50,00
	SUBTOTAL		**252,50**	**252,50**
RECEPCIÓN	Escritorio Ejecutivo	1	200,00	200,00
	Silla Operativa	1	50,00	50,00
	Sillas plásticas	6	10,00	60,00
	SUBTOTAL		**260,00**	**310,00**
TOTALES			**1.720,00**	**6.965,00**

Fuente: Mueblería el Bosque.
Elaboración: Las Autoras.

- **Equipo De Oficina:** Son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que contribuyen a las operaciones y actividades administrativas de cualquier actividad económica.

CUADRO N° 44
RESUMEN DE EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA EN PRODUCCIÓN				
ÁREA	**CONCEPTO**	**CANT.**	**V. UNITARIO**	**V.TOTAL**
HABITACIONES	Teléfono	2	15,00	60,00
	Televisor LCD (19P)	8	190,00	760,00
	SUBTOTAL		**205,00**	**820,00**
	Televisor LCD (42P)	1	600,00	600,00
RESTAURANTE	Teléfono Panasonic	1	25,00	25,00
	DVD LG	1	40,00	40,00
	Mini Componente (SONI)	1	415,00	415,00
	Sumadora (SONI)	1	250,00	250,00
	SUBTOTAL		**1.535,00**	**2.150,00**
TOTALES			**1.740,00**	**2.970,00**

Fuente: Electro hogar.
Elaboración: Las Autoras.

- **Equipo De Cómputo:** La Empresa utilizara como equipo de cómputo, tres computadoras más implementos, la cual permitirá desarrollar mejor los documentos contables del servicio.

CUADRO N° 45
PRESUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador + complementos	3	699,00	2.097,00
TOTAL			**2.097,00**

Fuente: Master PC.
Elaboración: Las Autoras.

- **Requerimiento De Menaje Y Lencería Para Habitaciones:** Los requerimientos de menaje de Habitación y Restaurante son bienes tangibles de uso permanente, que podríamos nombrar a sabanas, colchas, cobijas, toallas, etc. y posibilitan el normal funcionamiento del Centro Turístico.

CUADRO N° 46
RESUMEN DE MENAJE HABITACIÓN

MENAJE Y PRODUCCIÓN				
ÁREAS	**CONCEPTO**	**CANT.**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
HABITACIONES	Colchón 2 1/2 plazas	1	150	150
	Colchón de 2 plazas	1	125	125
	Colchón de 1 ½ plazas	5	110	550
	Protector colchón 2 ½ plazas	1	5	5
	Protector Colchón 2 plazas	1	5	5
	Protector Colchón 1 ½ plazas	5	5	25
	Almohadas	27	5	135
	Sabanas 2 ½ Plazas	3	12	36
	Sabanas 2 Plazas	3	12	36
	Sabanas 1 ½ Plaza	15	12	180
	Cobertores de Cama 2 ½ Plazas	3	30	90
	Cobertores de 2 Plazas	3	30	90
	Cobertores de 1 ½ Plazas	15	30	450
	Toallas de baño	15	30	450
	Jaboncillos 10gr	480	0,15	72,00
	Sachet de shampu	480	0,10	48,00
TOTALES				**2.447**

Fuente: Mueblería El Bosque.
Elaboración: Las Autoras.

DEPRECIACIONES

Es el desgaste físico de todos los bienes que posee la empresa y que hayan sido utilizados para la producción u otro tipo de actividades.

CUADRO N° 47

BIENES A DEPRECIARSE	VIDA UTIL	PORCENTAJE
Construcción	20 años	5%
Maquinaria y Equipo	10 años	10%
Herramientas	10 años	10%
Utensilios de Cocina	5 años	20%
Muebles y Enseres	10 años	10%
Equipo de Oficina	10 años	10%
Equipo de Computo	3 años	33,33%
Vehículo	5 años	20%

Fuente: Sistema de Rentas Internas
Elaboración: Las Autoras.

- **Construcción:** Utilizara la empresa al momento de realizar las construcciones, sufrirán depreciaciones de 20 años.

CUADRO N° 48
DEPRECIACIÓN DE CONSTRUCCIÓN

VIDA UTIL: 20 años
PORCENTAJE: 5%
BIENES A DEPRECIARSE: 143.702,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	**143702,00**
1	7.185,10	7185,10	136.516,90
2	7.185,10	14370,20	129.331,80
3	7.185,10	21555,30	122.146,70
4	7.185,10	28740,40	114.961,60
5	7.185,10	35925,50	107.776,50
6	7.185,10	43110,60	100.591,40
7	7.185,10	50295,70	93.406,30
8	7.185,10	57480,80	86.221,20
9	7.185,10	64665,90	79.036,10
10	7.185,10	71851,00	71.851,00
11	7.185,10	79036,10	64.665,90
12	7.185,10	86221,20	57.480,80
13	7.185,10	93406,30	50.295,70
14	7.185,10	100591,40	43.110,60
15	7.185,10	107776,50	35.925,50
16	7.185,10	114961,60	28.740,40
17	7.185,10	122146,70	21.555,30
18	7.185,10	129331,80	14.370,20
19	7.185,10	136516,90	7.185,10
20	7.185,10	143702,00	- 0,00

Fuente: Cuadro N° 33 - 37.
Elaboración: Las Autoras.

- **Maquinaria:** La maquinaria (cocinas) que utilizara la empresa al momento de realizar los alimentos, sufrirán depreciaciones, es decir se desgataran dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil, y al final necesitaran ser remplazados.

CUADRO N° 49
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

VIDA UTIL: 10 años
PORCENTAJE: 10%
BIENES A DEPRECIARSE: 3.302,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	**3302,00**
1	330,20	330,20	2.971,80
2	330,20	660,40	2.641,60
3	330,20	990,60	2.311,40
4	330,20	1320,80	1.981,20
5	330,20	1651,00	1.651,00
6	330,20	1981,20	1.320,80
7	330,20	2311,40	990,60
8	330,20	2641,60	660,40
9	330,20	2971,80	330,20
10	330,20	3302,00	-

Fuente: Cuadro N° 39.
Elaboración: Las Autoras.

- **Herramientas:** Las herramientas (licuadoras, extractores, entre otros) que necesitara la el centro turístico sufrirán depreciaciones, es decir desgastes dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil, y al final necesitaran ser sustituidos.

CUADRO N° 50
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VIDA UTIL: 10 años
PORCENTAJE: 10%
BIENES A DEPRECIARSE: 2.854,50

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	**2854,50**
1	285,45	285,45	2.569,05
2	285,45	570,90	2.283,60
3	285,45	856,35	1.998,15
4	285,45	1141,80	1.712,70
5	285,45	1427,25	1.427,25
6	285,45	1712,70	1.141,80
7	285,45	1998,15	856,35
8	285,45	2283,60	570,90
9	285,45	2569,05	285,45
10	285,45	2854,50	-

Fuente: Cuadro N° 40.
Elaboración: Las Autoras.

- **Utensilios de cocina:** Los utensilios (cucharas, bandejas, etc) sufrirán depreciaciones, es decir se desgastaran dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil.

CUADRO N° 51
DEPRECIACIÓN DE UTENCILIOS DE COCINA

VIDA UTIL: 5 años **PORCENTAJE: 20%** **BIENES A DEPRECIARSE: 623,30**			
N° AÑOS	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBROS**
0	0,00	0,00	**623,30**
1	124,66	124,66	498,64
2	124,66	249,32	373,98
3	124,66	373,98	249,32
4	124,66	498,64	124,66
5	124,66	623,30	-

Fuente: Cuadro N° 41.
Elaboración: Las Autoras.

- **Muebles y Enseres:** Los muebles y enseres (sillas, escritorios, mesas) al igual que la maquinaria, sufrirán depreciaciones, es decir se desgastaran dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil, y al final necesitaran ser reemplazados, con el fin de poder seguir utilizándolos durante el proceso de producción.

CUADRO N° 52
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VIDA UTIL: 10 años **PORCENTAJE: 10%** **BIENES A DEPRECIARSE: 6.965,00**			
N° AÑOS	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBROS**
0	0,00	0,00	**6965,00**
1	696,50	696,50	6.268,50
2	696,50	1393,00	5.572,00
3	696,50	2089,50	4.875,50
4	696,50	2786,00	4.179,00
5	696,50	3482,50	3.482,50
6	696,50	4179,00	2.786,00
7	696,50	4875,50	2.089,50
8	696,50	5572,00	1.393,00
9	696,50	6268,50	696,50
10	696,50	6965,00	-

Fuente: Cuadro N° 42.
Elaboración: Las Autoras.

- **Equipo de Oficina:** El equipo de oficina (teléfono y sumadora), sufrirá deterioro dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto tendrá una vida útil, y por ello es necesario cambiarlo con el objetivo que sea de gran utilidad dentro de la empresa.

CUADRO N° 53
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

VIDA UTIL: 10 años
PORCENTAJE: 10%
BIENES A DEPRECIARSE: 2970,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	**2.970,00**
1	297,00	297,00	2.673,00
2	297,00	594,00	2.376,00
3	297,00	891,00	2.079,00
4	297,00	1188,00	1.782,00
5	297,00	1485,00	1.485,00
6	297,00	1782,00	1.188,00
7	297,00	2079,00	891,00
8	297,00	2376,00	594,00
9	297,00	2673,00	297,00
10	297,00	2970,00	-

Fuente: Cuadro N° 43.
Elaboración: Las Autoras.

- **Equipo de Cómputo:** El equipo de cómputo al igual que los demás activos fijos, sufren depreciaciones, ya que se desgatan por la utilidad que se les da, es por ello que tienen una vida útil, y deben cambiarse constantemente para que puedan servir dentro de la empresa.

CUADRO N° 54
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

VIDA UTIL: 3 años **PORCENTAJE: 33,33%** **BIENES A DEPRECIARSE: 2097,00**			
N° AÑOS	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBROS**
0	0,00	0,00	**2.097,00**
1	699,00	699,00	1.398,00
2	699,00	1.398,00	699,00
3	699,00	2.097,00	-

Fuente: Cuadro N° 44.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 55
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO II

VIDA UTIL: 3 años **PORCENTAJE: 33,33%** **BIENES A DEPRECIARSE: 2.210,45**			
N° AÑOS	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBROS**
0	0,00	0,00	**2.210,45**
1	736,82	736,82	1.473,63
2	736,82	1.473,63	736,82
3	736,82	2.210,45	-

Fuente: Cuadro N° 44.
Elaboración: Las Autoras.

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

- **Activos Diferidos:** El Centro Turístico "PARAISO" Cía. Ltda., deberá cancelar anticipadamente el estudio preliminar, la constitución de la empresa y el permiso de funcionamiento, para que la misma pueda estar firme en el mercado y pueda llegar a realizar sus actividades conforme haya planeado durante el transcurso del tiempo.

CUADRO N° 56
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estudio Preliminar	1	250,00	250,00
Constitución de la empresa	1	450,00	450,00
Permiso de Funcionamiento	1	32,00	32,00
TOTAL			**732,00**

Fuente: Notaria.
Elaboración: Las Autoras.

- **Adecuación del Local:** El Centro Turístico "PARAISO" Cía. Ltda., realizará una adecuación del Local para mejorar la presentación el cual estará compuesto por una línea telefónica, un medidor de energía eléctrica, un medidor de agua y un extintor; con el propósito de que cuente con estos artículos básicos para su funcionamiento.

CUADRO N° 57
PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Línea Telefónica	1	350,00	350,00
Medidor de Energía Eléctrica	1	180,00	180,00
Medidor de Agua	1	250,00	250,00
Extintor	1	40,00	40,00
Botiquín	1	15,00	15,00
TOTAL			**835,00**

Fuente: CNT, EERSA, Bomberos y Municipio de Loja.
Elaboración: Las Autoras.

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

Es la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida.

$$A=\frac{\text{T.A.D}}{\text{Vida util}}=\frac{732{,}00}{5\text{ años}}=\$\mathbf{146,40}$$

Para sacar la amortización de activos diferidos debemos dividir el total del activo diferido que será de $732,00 para la vida útil del Centro Turístico “PARAISO” Cía. Ltda., que será en este caso de 5 años, dándonos un total de las amortizaciones de $146,40.

CUADRO N° 58
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Estudio Preliminar	250,00	5	50,00
Constitución de la empresa	450,00	5	90,00
Permiso de Funcionamiento	32,00	5	6,40
TOTAL			**146,40**

Fuente: Notaria.
Elaboración: Las Autoras.

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los derechos, bienes materiales que están destinados a la operación mercantil y que son de gran utilidad para que el Centro Turístico "PARAISO" Cía. Ltda., pueda realizar sus operaciones normalmente, y los puede convertir en efectivo o darle pago de cualquier clase de gastos u obligaciones.

- **Materia Prima Directa:** Constituye el elemento básico para elaborar los alimentos la cual nos permite obtener un producto apto para el consumo humano.

CUADRO N° 59
MATERIA PRIMA/RESTAURANT

AMBIENTE	**Restaurant**			
PARA	50		Personas	
INGREDIENTES	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**COSTO UNIDAD**	**COSTO TOTAL**
Tilapia	Lb	25	3,50	87,50
Pollo	Ud.	6	5,00	30,00
Carne de Cerdo	Lb	10	2,60	26,00
Ancas de Rana	Lb	15	6,00	90,00
Supan	Ud.	2	1,40	2,80
Quesillo	Lb.	5	1,70	8,50
Huevos	Ud.	1	3,00	3,00
Mantequilla Regia	Lb.	1	1,79	1,79
Mermelada	Ud.	1	3,15	3,15
Leche	Lt.	4	0,70	2,80
Arroz	Lb.	25	0,40	10,00
Fideo Fino	Lb.	10	0,40	4,00
Azúcar	Lb.	12	0,35	4,20
Aceite Alesol en Funda	Lt.	4	2,00	8,00
Achiote	Lt.	2	2,75	5,50
Papa	Lb.	30	0,25	7,50
Choclo	Ud.	10	0,30	3,00
Yuca	Lb.	15	0,30	4,50
Plátano Verde	Racima	1	3,00	3,00
Cebolla	Lb.	10	0,50	5,00
Cebolla Blanca	Atado	2	0,30	0,60
Tomate	Lb.	10	0,50	5,00
Limón	Ciento	2	7,00	14,00

Zanahoria	Lb.	12	0,30	3,60
Arveja	Lb.	10	1,00	10,00
Pimiento	Ud.	20	0,05	1,00
Condimentos	Varios	1	20,00	20,00
Perejil	Atado	2	0,50	1,00
Cilantro	Atado	3	0,50	1,50
Sal	Lb.	4	1,00	4,00
Pepino	Ud.	15	0,20	3,00
Lechuga	Ud.	15	0,25	3,75
Frutas	Varias	1	10,00	10,00
TOTAL				**387,69**

Fuente: Mercados de la Ciudad.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 60
MATERIA PRIMA/ALOJAMIENTO

AMBIENTE	Alojamiento			
HABITACIÓN	40		Personas	
COMPONENTE	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**COSTO UNIDAD**	**COSTO TOTAL**
Cama 2 ½ plazas	Ud.	1	160,00	160,00
Cama 2 plazas	Ud.	1	125,00	125,00
Cama 1 ½ plazas	Ud.	5	90,00	450,00
Colchón 2 ½ plazas	Ud.	1	150,00	150,00
Colchón 2 plazas	Ud.	1	125,00	125,00
Colchón 1 ½ plazas	Ud.	5	110,00	550,00
Protector/Colchón 2 ½ plazas	Ud.	1	5,00	5,00
Protector/Colchón 2 plazas	Ud.	1	5,00	5,00
Protector/Colchón 1 ½ plazas	Ud.	5	5,00	25,00
Cobertores 2 ½ plazas	Ud.	1	30,00	30,00
Cobertores 2 plazas	Ud.	1	30,00	30,00
Cobertores 1 ½ plazas	Ud.	5	30,00	150,00
Sábanas 2 ½ plazas	Juego	1	12,00	12,00
Sábanas 2 plazas	Juego	1	12,00	12,00
Sábanas 1 ½ plazas	Juego	5	12,00	60,00
Almohadas	Ud.	9	5,00	45,00
Toallas	Juego	5	30,00	150,00
Mini Jaboncillos	Ud.	6	0,15	0,90
Shampoo Sachet	Ud.	6	0,10	0,60
Papel Higiénico	Ud.	4	0,06	0,24
Televisor	Ud.	4	190,00	760,00
Teléfono	Ud.	4	15,00	60,00
Lámparas	Ud.	2	20,00	40,00
Veladores	Ud.	8	30,00	240,00
TOTAL				3.185,74

Fuente: Mueblería El Bosque, Electro Hogar.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 61
MATERIA PRIMA/PISCINA

AMBIENTE	Piscina			
CAPACIDAD	30		Personas	
COMPONENTE	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**COSTO UNIDAD**	**COSTO TOTAL**
Para sol	Ud.	4	15,00	60,00
Sillas bronceadoras	Ud.	8	60,00	480,00
Limpiador de piscina	Ud.	1	25,00	25,00
Agua	m3	534,60	0,35	187,11
COSTO TOTAL				**752,11**

Fuente: Distribuidora Pika.
Elaboración: Las Autoras.

- **Mano de Obra Directa:** Es el pago salarial de dinero del obrero que tiene una relación directa con el producto fabricado, estos costos son aquellos que se pueden identificar especialmente con la unidad del producto. Para obtener el servicio del centro turístico "Paraíso" se trabajara con 6 empleados de los cuales una remuneración establecida por las leyes vigentes.

CUADRO N° 62

COMPONENTE	VALOR
Remuneración Básica	318,00
Décima tercera Remuneración	26,50
Décima cuarta Remuneración	24,33
Aporte IESS (12,15%)	38,64
Vacaciones	13,25
Líquido a pagar	420,72
Nº de Empleados	4
TOTAL MENSUAL	**1.682,88**
TOTAL ANUAL	**20.194,58**

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo, IESS.
Elaboración: Las Autoras.

- **CONSUMO DE GAS:** Es el estado de agregación de una materia que carece de volumen y de forma propios, algo que le permite diferenciarse de un líquido de un sólido. Para la elaboración de los alimentos en el área de restaurant se utilizará 4 cilindros de gas con un costo de 120,00 dólares anuales.

CUADRO N° 63
CONSUMO DE GAS

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Consumo de Gas	Cilindro	2,50	4	10,00	120,00
TOTAL				**10,00**	**120,00**

Fuente: Loja Gas
Elaboración: Las Autoras.

- **Suministros de Producción:** Un área de suministro es un intermedio en la fabricación que se utiliza para facilitar el material directamente a la línea de producción o el puesto de trabajo. La indumentaria del personal lo utilizara los obreros y el Jefe de Producción de la Empresa Centro Turístico “”PARAISO, para darle un buen trato a la materia prima o alimentos es decir evitar el menor contacto con el ambiente, protegiéndolos de cualquier impureza, entre estos tenemos; delantales, guantes y gorros.

CUADRO N° 64
SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Delantales	4,00	4	16,00	128,00
Guantes	0,80	4	3,20	25,60
Gorros	1,00	4	4,00	32,00
TOTAL			**23,20**	**185,60**

Fuente: Deportivo Vélez.
Elaboración: Las Autoras.

- **Energía Eléctrica:** La capacidad para iniciar un movimiento o hacer que algo se transforme se conoce como energía. En el área de servicio de empresa de energía eléctrica, se estima un consumo de 1000 kw al mes a un costo de 150,00 dólares mensuales.

CUADRO N° 65
ENERGIA ELECTRICA DE PRODUCCIÓN

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de Energía Eléctrica	kw/h	0,15	1000	150,00	1.800,00
TOTAL				**150,00**	**1.800,00**

Fuente: EERSSA
Elaboración: Las Autoras.

- **Agua Potable:** Llamamos agua potable al que podemos consumir o beber sin que exista peligro para nuestra salud. Es complementario en el área del servicio general; de acuerdo a la estimación de la Empresa Municipal del Agua Potable, se requiere 200m^3 al mes, a un costo mensual de $ 70,00 dólares.

CUADRO N° 66
AGUA POTABLE DE PRODUCCIÓN

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de Agua Potable	m3	0,35	634,60	222,11	2.665,32
TOTAL				**222,11**	**2.665,32**

Fuente: UMAPAL
Elaboración: Las Autora.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de estos gastos están determinados los siguientes: sueldos y lo gastos de energía eléctrica, uso telefónico, arriendo, útiles de oficina y útiles de aseo.

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO:

En este punto es la remuneración del personal como son: administrador, jefe de producción, jefe de finanzas y jefe de recursos humanos que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

CUADRO N° 67
RESUMEN DE NECESIDADES DE PERSONAL

COMPONENTE	ADMINISTRADOR	JEFE DE PRODUCCIÓN	JEFE DE FINANZAS	JEFE DE RECURSOS HUMANOS	CONTADOR	CAJERA	RECEPCIONISTA	GUARDIAN	CHEF	TRABAJADOR
Remuneración Básica	600,00	500,00	450,00	400,00	350,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Décima tercera Remuneración	50,00	41,67	37,50	33,33	29,17	26,67	26,67	26,67	26,67	26,67
Décima cuarta Remuneración	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50
Aporte IESS (12,15%)	72,90	60,75	54,68	48,60	42,53	38,88	38,88	38,88	38,88	38,88
Vacaciones	25,00	20,83	18,75	16,67	14,58	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33
Líquido a pagar	774,40	649,75	587,43	525,10	462,78	425,38	425,38	425,38	425,38	425,38
Nº de Empleados	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
TOTAL MENSUAL	**774,40**	**649,75**	**587,43**	**525,10**	**462,78**	**425,38**	**425,38**	**425,38**	**850,76**	**1.276,14**
TOTAL ANUAL	**9.292,80**	**7.797,00**	**7.049,10**	**6.301,20**	**5.553,30**	**5.104,56**	**5.104,56**	**5.104,56**	**10.209,12**	**15.313,68**

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo, IESS
Elaboración: Las Autoras.

- **Servicio Telefónico:** Para el servicio telefónico que será utilizado en la empresa en toda el área del servicio se estima una cantidad de 1000 minutos al mes con un costo de $ 60,00 dólares mensuales.

CUADRO N° 68
SERVICIO TELEFONICO

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de teléfono	Minutos	0,06	1000	60,00	720,00
TOTAL				**60,00**	**720,00**

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
Elaboración: Las Autoras.

- **Útiles De Oficina:** Son los útiles indispensables que el Centro Turístico "PARAISO" Cía. Ltda., utilizara dentro de sus oficinas, ya que ayudaran a presentar y a organizar los diferentes documentos o proyectos, entre estos tenemos: papel, tinta, esferográficos, clips, facturas, correctores y grapas.

CUADRO N° 69
UTILES DE OFICINA

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Papel	Resma	3,50	4	14,00	168,00
Tinta	Cartucho	3,00	8	24,00	288,00
Esferográficos	Caja	3,50	1	3,50	42,00
Clips	Caja	0,25	2	0,50	6,00
Facturas	Libretines	7,00	6	42,00	504,00
Correctores	Unidad	0,50	4	2,00	24,00
Grapa	Caja	0,85	2	1,70	20,40
Grapadoras	Unidad	1,50	4	6,00	72,00
Perforadora	Unidad	1,50	4	6,00	72,00
TOTAL				**99,70**	**1.196,40**

Fuente: La Reforma
Elaboración: Las Autoras.

GASTOS DE VENTAS

Al impulsar el producto al mercado, indiscutiblemente se hará uso de los gastos de material de empaque, publicitario de promoción, lubricantes y combustibles, para ello se hará desembolso.

PUBLICIDAD: Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

La publicidad radica en el empleo de recursos (medios y mensajes) realizados por la empresa para informar a los consumidores o usuarios sobre las características de la misma, sus productos, sus precios y sus canales de distribución. El presupuesto de publicidad debe fundamentarse en la asignación de fondos monetarios con base en indicadores como un porcentaje de las ventas proyectadas.

CUADRO N° 70
PUBLICIDAD

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cuñas Publicitarias (Radio Súper Laser)	2,00	6	12,00	144,00
TV	50,00	2	100,00	1.200,00
Redes Sociales	50,00	1	50,00	600,00
TOTAL			**112,00**	**1.944,00**

Fuente: Radio Súper Laser, Imprenta Ortiz.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 71
RESUMEN DE INVERSIONES (1 MES)

RUBROS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	30.000,00
Edificios	82.355,00
Maquinaria y Equipo	3.302,00
Herramientas	4.273,50
Utensilios de Cocina	623,30
Muebles y Enseres	6.965,00
Equipo de Oficina	2.970,00
Equipo de Cómputo	2.097,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**132.585,80**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios Previos o Preliminares	250,00
Constitución de la Empresa	450,00
Permiso de funcionamiento	32,00
Adecuación de la Empresa	835,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.567,00**
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	4.325,54
Mano de Obra Directa	1.682,88
Mano de Obra Indirecta	649,75
Consumo de Gas	10,00
Suministros de Producción	23,20
Energía Eléctrica de Producción	150,00
Gastos Administrativos	222,11
Gastos Administrativos	1.361,83
Servicio telefónico	720,00
Materiales o útiles de Oficina	99,70
Materiales Indirectos e Insumos	8.235,84
Costos de ventas	537,38
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**18.018,23**
TOTAL DE LA INVERSIÓN	**152.171,03**

Fuente: Cuadro N° 32 – 70.
Elaboración: Las Autoras.

El valor total de la inversión que la empresa utilizará **152.171,03** para la implementación del centro turístico.

- **Financiamiento:** El financiamiento del Centro Turístico Empresa "Paraíso" Cía. Ltda., está dado por la capacidad utilizada de los diferentes activos, entre estos tenemos; activos fijos, activos diferidos, activos circulantes o capital de trabajo, los mismos que permitirán evaluar el financiamiento del proyecto para conocer la factibilidad del mismo para futura ejecución. A continuación se dará a conocer el capital Interno (propio) con que cuenta la empresa y el capital externo (ajeno) que se pedirá al Banco, todo ello es con el fin de financiar la inversión de la empresa.

CUADRO N° 72
FINANCIAMIENTO

COMPONENTE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	30.000,00	19,71%
Capital Externo	122.171,03	80,29%
TOTAL	**152.171,03**	**100%**

Fuente: Cuadro N°71/Resumen de Inversión.
Elaboración: Las Autoras.

En el Capital Propio las accionistas del Centro Turístico "Paraíso" Cía. Ltda., van aportar con un capital propio de **$30.000,00** que será de **19,71%** del total del dinero que requiere la empresa.

El Centro Turístico "Paraíso" Cía. Ltda., hará uso de un préstamo al Banco Nacional de Fomento por una cantidad de **$122.171,03** que corresponderá al 80,29%, a un plazo de 5 años y cuya tasa de interés es del **11,20%**, ya que este Banco es el más indicado para pedir nuestro crédito.

AMORTIZACIÓN

CUADRO N° 73
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑOS	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL	INTERÉS SEMESTRAL	INTERÉS ANUAL
1	1	122.171,03	12.217,10	109.953,92	6.841,58	12.999,00
	2	109.953,92	12.217,10	97.736,82	6.157,42	
2	1	97.736,82	12.217,10	85.519,72	5.473,26	10.262,37
	2	85.519,72	12.217,10	73.302,62	4.789,10	
3	1	73.302,62	12.217,10	61.085,51	4.104,95	7.525,74
	2	61.085,51	12.217,10	48.868,41	3.420,79	
4	1	48.868,41	12.217,10	36.651,31	2.736,63	4.789,10
	2	36.651,31	12.217,10	24.434,21	2.052,47	
5	1	24.434,21	12.217,10	12.217,10	1.368,32	2.052,47
	2	12.217,10	12.217,10	0,00	684,16	

Fuente: Cuadro N° 72.
Elaboración: Las Autoras.

El Centro turístico “Paraíso” Cía. Ltda., se podrá ver abocado en algún momento a conseguir los fondos necesarios para la operación del negocio, es decir debe tomar decisiones de financiación. Para que la empresa pueda financiarse, puede optar por tomar varias formas tales como la generación interna de fondos, que se da a partir de la operación normal del negocio, la obtención de préstamos (pasivos) o la venta de acciones (patrimonio); todos estos elementos son denominados amortización de crédito, los cuales permitirán que la empresa pueda financiarse normalmente.

- **PRESUPUESTO PROFORMADO O PROYECTADO:** En cualquier proyecto es fundamental elaborar los presupuestos de costos e ingresos para la vida útil del proyecto ya que constituye la información básica para elaborar las herramientas o estados financieros que permiten realizar la evaluación financiera que es el punto en donde se determina si el proyecto es o no factible.

CUADRO N° 74
PRESUPUESTO PROYECTADO

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	4.325,54	4.541,82	4.768,91	5.007,35	5.257,72
Mano de Obra Directa	20.194,58	21.204,30	22.264,52	23.377,75	24.546,63
Mano de Obra Indirecta	7.797,00	8.186,85	8.596,19	9.026,00	9.477,30
Materiales Indirectos	8.235,84	8.647,63	9.080,01	9.534,01	10.010,71
Consumo de Gas	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Suministros de Producción	185,60	194,88	204,62	214,86	225,60
Energía Eléctrica	1.800,00	1890	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Agua Potable	2.665,32	27.98,586	2.938,52	3.085,44	3.239,71
Depreciación de Construcción	4.117,75	4.117,75	4.117,75	4.117,75	4.117,75
Depreciación de Maquinaria y Equipo	330,20	330,20	330,20	330,20	330,20
Depreciación de Herramientas	285,45	285,45	285,45	285,45	285,45
Depreciación de Utensilios de Cocina	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**50.071,94**	**52.332,63**	**54.706,36**	**57.198,77**	**59.815,81**
INCREMENTO DE PRODUCCIÓN		**1.941,35**	**2.038,41**	**2.140,33**	**2.247,35**
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	**50.071,94**	**54.273,98**	**56.744,77**	**59.339,11**	**62.063,16**
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Remuneraciones	16.341,90	17.159,00	18.016,94	18.917,79	19.863,68
Útiles de Oficina	1.196,40	1.256,22	1.319,03	1.384,98	1.454,23
Servicio Telefónico	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Depreciación de Equipo de Oficina	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00
Depreciación de Muebles y Enseres	696,50	696,50	696,50	696,50	696,50
Depreciación de Equipo de Cómputo	699,00	699,00	699,00	736,82	736,82
Amortización de Activos Diferidos	146,40	146,40	146,40	146,40	146,40
Gastos de Ventas					
Remuneraciones	10.209,12	10.719,58	11.255,55	1.1818,33	12.409,25
Publicidad	112,00	117,60	123,48	129,65	136,14
Gastos Financieros					
Intereses sobre Créditos	12.999,00	10.262,37	7.525,74	4789,10	2.052,47
Otros Gastos					
Amortización de Capital	12.217,10	12.217,10	12.217,10	1.2217,10	12.217,10
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	**55.634,42**	**54.326,76**	**53.090,55**	**5.1967,17**	**50.884,76**
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	**105.706,36**	**108.600,74**	**109.835,32**	**111.306,28**	**112.947,91**

Fuente: Cuadro N°59 – 73.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 75
PRECIOS DE LOS SERVICIOS A OFRECER

RESTAURANT						
COMPONENTE	**CANTIDAD**	**COSTO DE PRODUCCIÓN**	**MARGEN DE UTILIDAD**	**PVP**	**INGRESOS**	**INGRESO ANUAL**
Desayuno	50	1,50	33%	2,00	99,75	2.992,50
Almuerzos	50	2,00	25%	2,50	125,00	3.750,00
Merienda	50	2,00	25%	2,50	125,00	3.750,00
Ancas de Rana	50	4,00	50%	6,00	300,00	9.000,00
Tilapia	50	2,50	50%	3,75	187,50	5.625,00
Cecina	50	2,50	60%	4,00	200,00	6.000,00
TOTAL					**1.037,25**	**31.117,50**

Fuente: Cuadro N° 59 .
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 76

HOSPEDAJE						
COMPONENTE	**CANTIDAD**	**COSTO DE PRODUCCIÓN**	**MARGEN DE UTILIDAD**	**PVP**	**INGRESOS**	**INGRESO ANUAL**
Suite	40	30,00	40%	42,00	1680,00	50.400,00
Simple	40	8,00	50%	12,00	480,00	14.400,00
Doble	40	16,00	50%	24,00	960,00	28.800,00
Triple	40	24,00	50%	36,00	1440,00	43.200,00
TOTAL			**1,90**		**4560,00**	**136.800,00**

Fuente: Cuadro N° 60.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 77

PISCINA						
COMPONENTE	**CANTIDAD**	**COSTO DE PRODUCCIÓN**	**UTILIDAD**	**PVP**	**INGRESO**	**INGRESO ANUAL**
Piscina	30	0,50	50%	0,75	22,50	675
TOTAL					**22,50**	**675,00**

Fuente: Cuadro N° 61.
Elaboración: Las Autoras.

Para la realización de los precios de los servicios que se va a ofrecer en el centro turístico se estimó la visita semanal de los turistas al mismo que se multiplico los ingresos ya impuesto el margen de utilidad por la cantidad de visitas semanales estimadas, dándonos un total del precio unitario para cada servicio a ofrecer. Con un total de 31.117,50 dólares de ingreso al año en el área de restaurant ofreciendo desayunos, almuerzos, meriendas y platos a la carta (platos turísticos) como tilapia, ancas de rana y cecina. En el área de hospedaje con un ingreso de 136.800,00 dólares, con el servicio de habitaciones suite, simple, doble y triple y por último tenemos el servicio de piscina de niños y adultos con un total de ingresos de 675,00 dólares al año.

- **Presupuestos De Ingresos:** Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer los servicios a ofrecer y su precio.

CUADRO N° 78
PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS	
COMP0NENTE	**VALOR TOTAL**
Restaurant	31.117,50
Hospedaje	136.800,00
Piscina	675,00
TOTAL	**168.592,50**

Fuente: Cuadro N° 74 – 77.
Elaboración: Las Autoras.

- **Estado De Perdidas Y Ganancias:** Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

CUADRO N° 79
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

1. INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	168.592,50	177.022,13	185.873,23	195.166,89	204.925,24
Valor Residual					736,82
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	**168.592,50**	**177.022,13**	**185.873,23**	**195.166,89**	**205.662,05**
2. EGRESOS					
Costo de Producción	50.071,94	54.273,98	56.744,77	59.339,11	62.063,16
Costo de Operación	55.634,42	54.326,76	53.090,55	51.967,17	50.884,76
TOTAL DE EGRESOS	**105.706,36**	**108.600,74**	**109.835,32**	**111.306,28**	**112.947,91**
UTILIDAD BRUTA 1-2	62.886,14	68.421,39	76.037,91	83.860,61	92.714,14
15% Utilidad Trabajador	9.432,92	10.263,21	11.405,69	12.579,09	13.907,12
UTILIDAD ANTICIPADA IMPUESTOS	**53.453,22**	**58.158,18**	**64.632,22**	**71.281,52**	**78.807,02**
25% Impuesto Renta	13.363,31	14.539,55	16.158,06	17.820,38	19.701,75
UTILIDAD ANTICIPADA RESERVA	**40.089,92**	**43.618,64**	**48.474,17**	**53.461,14**	**59.105,26**
10% Reserva Legal	4.008,99	4.361,86	4.847,42	5.346,11	5.910,53
UTILIDAD LIQUIDA	**36.080,93**	**39.256,78**	**43.626,75**	**48.115,03**	**53.194,73**

Fuente: Cuadro N° 71.
Elaboración: Las Autoras.

El estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida que ha tenido nuestra empresa; se ha calculado las ventas por el 5% para cada año, por lo tanto damos a conocer que el centro turístico, ha obtenido más ingresos que egresos, demostrando que ha tenido utilidad, por lo cual presenta un estado financiero positivo.

CUADRO N° 80
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS VARIABLES	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	4.325,54	4.541,82	4.768,91	5.007,35	5.257,72
Materiales Indirectos	8.235,84	8.647,63	9.080,01	9.534,01	10.010,71
Remuneraciones Ventas	10.209,12	10.719,58	11.255,55	11.818,33	12.409,25
TOTAL COSTOS VARIABLE	**22.770,50**	**23.909,03**	**25.104,48**	**26.359,70**	**27.677,69**
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones de Administración	16.341,90	17.159,00	18.016,94	18.917,79	19.863,68
Mano de Obra Directa	20.194,58	21.204,30	22.264,52	23.377,75	24.546,63
Mano de Obra Indirecta	7.797,00	8.186,85	8.596,19	9.026,00	9.477,30
Útiles de Oficina	1.196,40	1.256,22	1.319,03	1.384,98	1.454,23
Servicio Telefónico	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Energía Eléctrica	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Agua Potable	2.665,32	2.798,59	2.938,52	3.085,44	3.239,71
Depreciación de herramientas	285,45	285,45	285,45	285,45	285,45
Depreciación de Construcción	4.117,75	4.117,75	4.117,75	4.117,75	4.117,75
Depreciación de Maquinaria y Equipo	330,20	330,20	330,20	330,20	330,20
Depreciación de Equipo de Oficina	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00
Depreciación de Muebles y Enseres	696,50	696,50	696,50	696,50	696,50
Amortización Diferida	146,40	146,40	146,40	146,40	146,40
Publicidad	112,00	117,60	123,48	129,65	136,14
Intereses sobre Créditos	12.999,00	10.262,37	7.525,74	4.789,10	2.052,47
Amortización de Capital	12.217,10	12.217,10	12.217,10	12.217,10	12.217,10
TOTAL DE COSTOS FIJOS	**81.916,60**	**81.721,32**	**81.653,12**	**81.718,34**	**81.923,65**
COSTO TOTAL	**104.687,10**	**105.630,35**	**106.757,60**	**108.078,04**	**109.601,34**
INGRESOS					
Ventas	168.592,50	177.022,13	185.873,23	195.166,89	204.925,24
Valor Residual					736,82
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	**168.592,50**	**177.022,13**	**185.873,23**	**195.166,89**	**205.662,05**

Fuente: Cuadro N° 59 - 79 .
Elaboración: Las Autoras.

PUNTO DE EQUILIBRIO
AÑO 1
MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:
CF: 81.916,60
CV: 22.770,50
CT: 104.687,10
VT: 168.592,50

FORMULAS:

1. **PE en Función de Ventas:**

$$\text{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{1-\left(\frac{\text{C.V.}}{\text{V.T.}}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$\text{P.E} = \frac{81.916,60}{1-\left(\frac{22.770,50}{168.592,50}\right)} \quad \text{P.E} = 81.916,46//$$

2. **Fórmula para capacidad instalada:**

$$\text{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{\text{V.T.} - \text{C.V.}} \text{X } 100$$

***Desarrollo:**

$$\text{P.E} = \frac{81.916,60}{168.592,50 - 22.770,50} \text{X } 100$$

$$\text{P.E} = 56,18//$$

3. **Función a la producción:**

***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$\text{C.V.U} = \frac{\text{C.V.}}{\text{No.servicios producidos}}$$

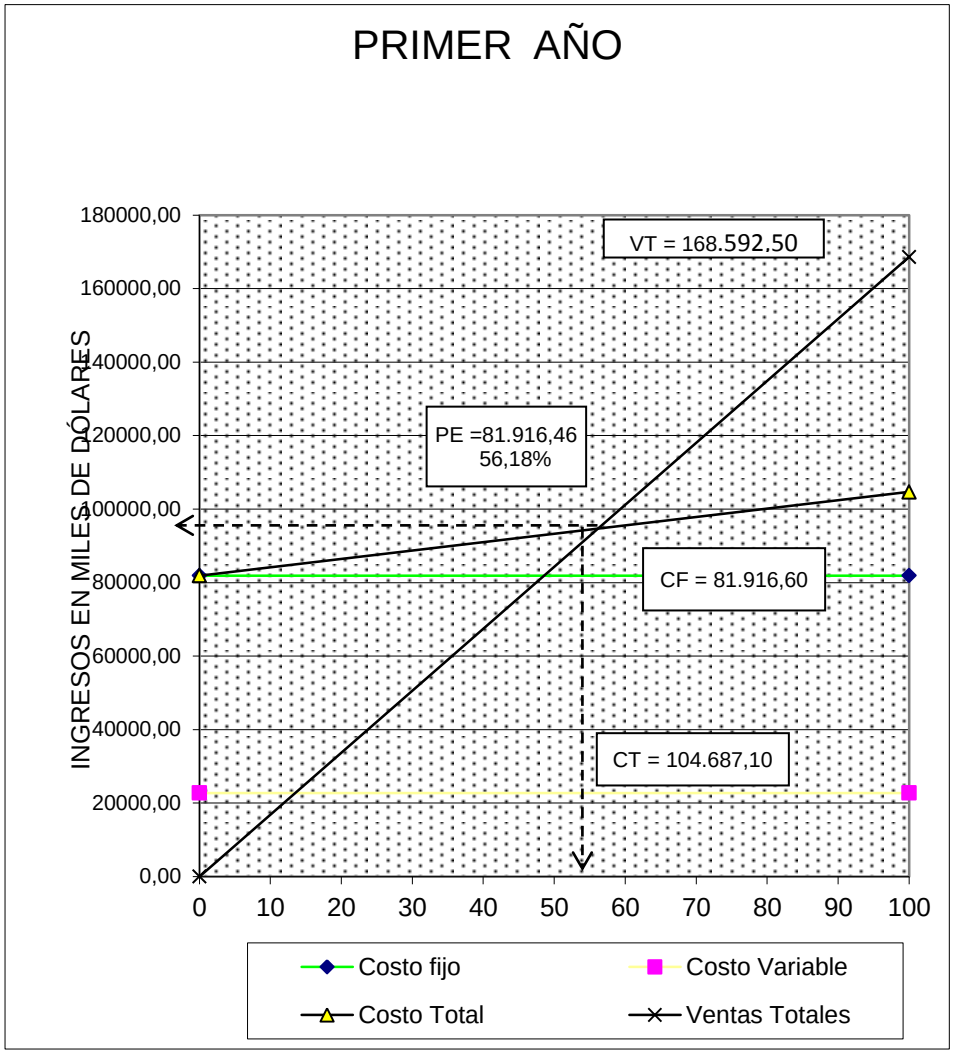
***Desarrollo:**

$$\text{C.V.U} = \frac{22.770,50}{158} = \text{C.V.U} = 144,12//$$

***Formula de la función de producción:**

$$\text{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{\text{P.V.U} - \text{C.V.U}} = \frac{81.916,60}{246,36 - 144,12} = \text{P.E} = 801//$$

MÉTODO GRÁFICO



ELABORACION: Las Autoras

ANÁLISIS: En el primer año el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 56,18%, teniendo ventas 168.592,50 dólares. Es decir que la empresa no presenta ganancias ni pérdidas.

AÑO 3
MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:
CF: 81.653,12
CV: 25.104,48
CT: 106.757,60
VT: 185.873,23

FORMULAS:

1. **PE en Función de Ventas:**

$$\textbf{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{1-\left(\frac{\text{C.V.}}{\text{V.T.}}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$\textbf{P.E} = \frac{81.653,12}{1-\left(\frac{25.104,48}{185.873,23}\right)} \qquad \textbf{P.E} = 81.652,98\textbf{//}$$

Fórmula para capacidad instalada:

$$\textbf{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{\text{V.T.} - \text{C.V.}} \text{X } 100$$

***Desarrollo:**

$$\textbf{P.E} = \frac{81.653,12}{185.873,23 - 25.104,48} \text{X } 100$$

$$\textbf{P.E} = 50,79\%\textbf{//}$$

2. **Función a la producción:**

***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$\textbf{C.V.U} = \frac{\text{C.V.}}{\text{No.servicios producidos}}$$

***Desarrollo:**

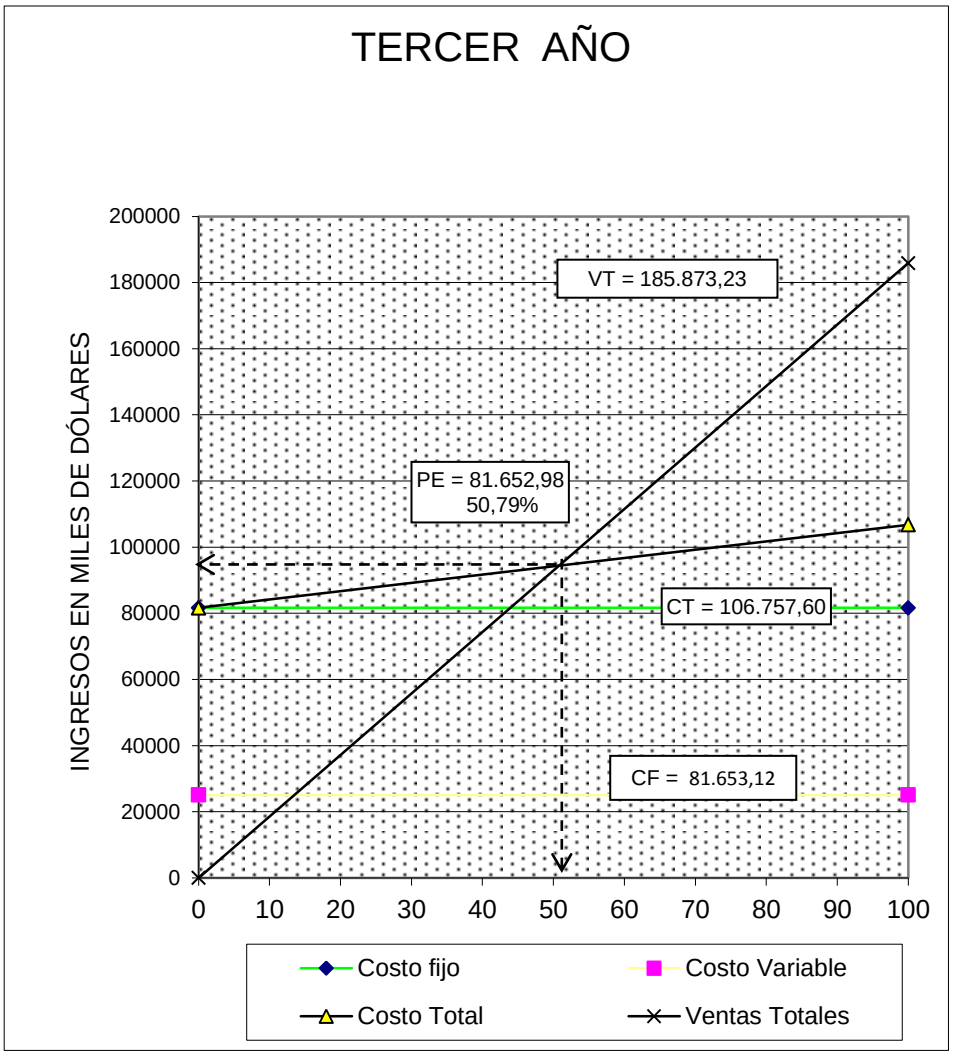
$$\textbf{C.V.U} = \frac{25.104,48}{177} = \textbf{C.V.U} = 141,83\textbf{//}$$

***Formula de la función de producción:**

$$\textbf{P.E} = \frac{\text{C.F.}}{\text{P.V.U} - \text{C.V.U}}$$

***Desarrollo:** $\textbf{P.E} = \frac{81.653,12}{229,94 - 141,83} = \textbf{P.E} = 927//$

MÉTODO GRÁFICO



ELABORACION: Las Autoras

ANÁLISIS: En el tercer año el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 50,79%, teniendo ventas 185.873,23 dólares. Es decir que al igual que el primer año la empresa no presenta ganancias ni pérdidas.

AÑO 5
MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:
CF: 81.923,65
CV: 27.677,69
CT: 109.601,34
VT: 205.662,05

FÓRMULAS:
PE en Función de Ventas:

$$\textbf{P.E}= \frac{\text{C.F.}}{1-\left(\frac{\text{C.V.}}{\text{V.T}}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$\textbf{P.E}= \frac{81.923,65}{1-\left(\frac{27.677,69}{205.662,05}\right)}$$

P.E= 81.923,52***//***

Fórmula para capacidad instalada:

$$\textbf{P.E=}\frac{\text{C.F.}}{\text{V.T.}-\text{C.V.}}\text{X } 100$$

***Desarrollo:**

$$\textbf{P.E=}\frac{81.923,65}{205.662,05-27.677,69}\text{X } 100$$

P.E= 46,03%***//***

Función a la producción:

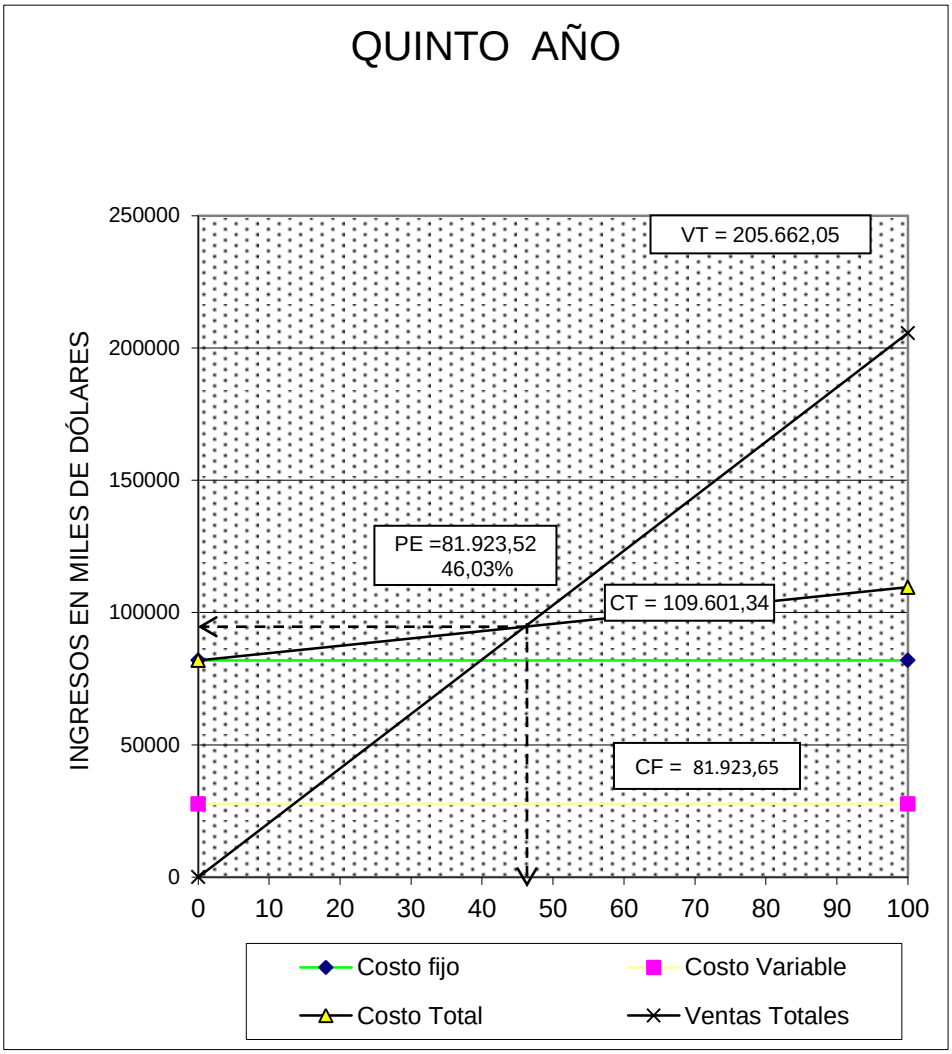
***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$\textbf{C.V.U}= \frac{\text{C.V.}}{\text{No.servicios producidos}} = \frac{27.677,69}{197} = 140,50\textbf{//}$$

***Formula de la función de producción:**

$$\textbf{P.E=}\frac{\text{C.F.}}{\text{P.V.U}-\text{C.V.U}} = \frac{81.923,65}{228,16-140,50} = 935\textbf{//}$$

MÉTODO GRÁFICO



ELABORACION: Las Autoras

ANÁLISIS: En el quinto año el punto de equilibrio identificamos que el centro turístico produce una capacidad del 46,03%, teniendo ventas 205.662,05 dólares. En este punto la empresa no gana ni pierde.

- **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

Flujo De Caja: Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución.

CUADRO N° 83
FLUJO DE CAJA

1. INGRESOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas	168.592,50	177.022,13	185.873,23	195.166,89	205.662,05
Valor Residual					736,82
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	**168.592,50**	**177.022,13**	**185.873,23**	**195.166,89**	**206.398,87**
2. EGRESOS					
Costo de Producción	50.071,94	54.273,98	56.744,77	59.339,11	62.063,16
Costo de Operación	55.634,42	54.326,76	53.090,55	51.967,17	50.884,76
TOTAL DE EGRESOS	**105.706,36**	**108.600,74**	**109.835,32**	**111.306,28**	**112.947,91**
UTILIDAD BRUTA 1-2	62.886,14	68.421,39	76.037,91	83.860,61	93.450,95
15% Utilidad Trabajador	9.432,92	10.263,21	11.405,69	12.579,09	14.017,64
UTILIDAD ANTICIPADA IMPUESTOS	**53.453,22**	**58.158,18**	**64.632,22**	**71.281,52**	**79.433,31**
25% Impuesto Renta	13.363,31	14.539,55	16.158,06	17.820,38	19.858,33
UTILIDAD	**40.089,92**	**43.618,64**	**48.474,17**	**53.461,14**	**59.574,98**
Amortización de Diferidos	12.217,10	12.217,10	12.217,10	12.217,10	12.217,10
Depreciaciones	6.550,56	6.550,56	6.550,56	6.588,38	6.588,38
FLUJO DE CAJA	**58.857,58**	**62.386,30**	**67.241,83**	**72.266,62**	**78.380,46**

Fuente: Cuadro N° 82.
Elaboración: Las Autoras

Análisis: En este caso se sumaron las amortizaciones y depreciaciones debido a que estos valores no fueron incluidos en los costos de producción.

Valor Actual Neto (VAN): Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Si el VAN es positivo (+), se acepta la inversión.
Si el VAN es negativo (-), la inversión se rechaza.
Si el VAN es igual a cero (0), queda a criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum VA_1^n - Inversion$$

En Donde:
VAN: Valor Actual Neto
∑ : Sumatoria
VA : Valores Actuales
n : Años

CUADRO N° 84
VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DESCUENTO (11,20%)	VALOR ACTUALIZADO
1	58.857,58	0,89928	52.929,45
2	62.386,30	0,80871	50.452,42
3	67.241,83	0,72725	48.901,62
4	72.266,62	0,65400	47.262,37
5	78.380,46	0,58813	46.097,9
			245.643,76
			152.171,03
			93.472,73

FUENTE: Cuadro Nº 83
ELABORACIÓN: Las Autoras

FÓRMULAS:

$FA = (1 + \mathrm{i})^n$
$FA = (1 + 0.112)^{-1}$
$FA = \mathbf{0,89928///}$

$VAN = \sum VA - Inversión$
$VAN = 245.643{,}76 - 152.171{,}03$
$VAN = \mathbf{93.472,73///}$

Análisis: De acuerdo al resultado obtenido podemos concluir que el VAN es positivo lo que significa que se acepta la inversión; ya que el proyecto obtiene más valor al transcurrir los años durante su vida útil.

Tasa Interna De Retorno (Tir): Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Si la TIR es superior al costo de oportunidad o costo de capital se inserta la inversión.
Si la TIR es inferior al costo de oportunidad o de capital la inversión se rechaza.
Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital es criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

En Donde:

TIR : Tasa Interna de Retorno.
Tm : Tasa Menor.
VAN Tm: VAN de la Tasa Menor.
Dt: Diferencia de Tasas.
VAN TM: VAN de la Tasa Mayor.

CUADRO N° 85
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DESCUENTO (32%)	VALOR ACTUALIZADO Tm	FACTOR DESCUENTO TM (33%)	VALOR ACTUALIZADO TM
1	58.857,58	0,75758	44.589,08	0,75188	44.253,82
2	62.386,30	0,57392	35.804,81	0,56532	35.268,41
3	67.241,83	0,43479	29.235,99	0,42505	28.581,47
4	72.266,62	0,32939	23.803,57	0,31959	2.3095,7
5	78.380,46	0,24953	19.558,62	0,24029	18.834,31
			152.992,07		**150.033,71**
			152.171,03		152.171,03
			821,04		**-2.137,32**

Fuente: Cuadro N° 84.
Elaboración: Las Autoras.

Fórmula:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$NTIR = 32 + (33 - 32)\left(\frac{821{,}04}{821{,}04 - (-2137{,}32)}\right)$$

$$NTIR = 32 + 1\left(\frac{821{,}04}{2958{,}36}\right)$$

$$NTIR = 32 + 1\,(0{,}277)$$

$$NTIR = \mathbf{32{,}28///}$$

Análisis: La tasa interna de retorno expresa el rendimiento de la inversión al ejecutar el proyecto. La TIR del proyecto es de **32,28%** lo que significa que es superior al costo de oportunidad o de capital por tanto se acepta la inversión.

Relación Beneficio Costo: Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Si la relación beneficio costo es mayor que 1 el proyecto se acepta.
Si la relación es igual a 1 es criterio del inversionista.
Si la relación es menor que 1 el proyecto se rechaza.

Para calcular relación beneficio costo se aplica la siguiente formula:

$$RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

CUADRO N° 86
RELACION BENEFICIO COSTO (RBC)

AÑOS	ACTUALIZACIÓN DE COSTOS			ACTUALIACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR (11.20%)	COSTO ACTUAL	INGRESOS ORIGINAL	FACTOR (11.20%)	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	105.706,36	0,89928	95.059,61	168.592,50	0,89928	151.611,86
2	108.600,74	0,80871	8.7826,5	177.022,13	0,80871	143.159,56
3	109.835,32	0,72725	79.877,74	185.873,23	0,72725	135.176,31
4	111.306,28	0,65400	72.794,31	195.166,89	0,65400	127.639,15
5	112.947,91	0,58813	66.428,06	206.398,87	0,58813	121.389,37
			401.986,22			**678.976,25**

Fuente: Cuadro N° 85.
Elaboración: Las Autoras.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

$$RBC = \frac{678.976,25}{401.986,22}$$

$$RBC = \mathbf{1,69///}$$

Análisis: El proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno, alcanzando un valor de **1,69**.

Periodo Recuperación De Capital: Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más

utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Para calcular periodo recuperación de capital se aplica la siguiente formula:

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \text{Pr}ime.Flujos}{FASI} \right)$$

En Donde:

RBC: Periodo Recuperación de Capital
ASI: Año que supera Inversión.
∑ **:** Sumatoria de Primeros Flujos
FASI: Flujo año que supera Inversión.

CUADRO N° 87
PERIODO RECUPERACION DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO (11,20%)	VALOR ACTUALIZADO
0	152.171,03		
1	58.857,58	0,89928	52.929,45
2	62.386,30	0,80871	50.452,42
3	67.241,83	0,72725	48.901,62
4	72.266,62	0,65400	47.262,37
5	78.380,46	0,58813	46.097,90

Fuente: Cuadro N° 86.
Elaboración: Las Autoras

Fórmula: $$PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \text{Pr}ime.Flujos}{FASI} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = 3 + \left(\frac{152171{,}03 - 152283{,}49}{48901{,}62} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = 3 + \left(\frac{-112{,}46}{48901{,}62} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = \mathbf{2{,}9977002///}$$

$$\mathbf{2\ Años} = 0{,}9977 \text{ x } 12 = \mathbf{11{,}9724}$$

$$\mathbf{11\ Meses} = 0.9724 \text{ x } 30 = \mathbf{29{,}172}$$

$$\mathbf{29\ Días} = 0.16 \text{ x } 24 = \mathbf{4{,}128}$$

4 Horas

Análisis: De acuerdo a este indicador nos permite conocer en qué tiempo se recupera los recursos invertidos en nuestro proyecto, obteniendo el cálculo de **2** años, **11** meses, **29** días y **4** horas, tiempo en que se recuperará la inversión.

Análisis De Sensibilidad: Se denomina análisis de sensibilidad porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.
El análisis de sensibilidad se calcula bajos dos escenarios:

3. Incrementos de costos e Ingresos constantes.
4. Disminución de ingresos y costos constantes.

PROCEDIMIENTO:

- Se calcula la nueva tasa interna de retorno aplicando la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

- Para calcular la tasa interna resultante para ello se aplica la siguiente formula:

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

En Donde:

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

N. TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

- Se calcula el porcentaje de variación para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right) X\,100$$

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

100 : Constante de corrección.

- Se calcula el valor de sensibilidad para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

En Donde:

S: Valor de Sensibilidad

% V: Porcentaje de Variación.

N.TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

CUADRO N° 88
ANALISIS DE SENSIBILIDAD INCREMENTO EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO INCREMENTO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO CAJA	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VAN MENOR	FACTOR DE DESCUENTO TM	VAN MAYOR
		16,30%			**24%**		**25%**	
1	105.706,36	122.936,49	168.592,50	45.656,01	**0,80645**	36.819,29	**0,80000**	36.524,81
2	108.600,74	126.302,66	177.022,13	50.719,47	**0,65036**	32.985,91	**0,64000**	32.460,46
3	109.835,32	127.738,48	185.873,23	58.134,75	**0,52449**	3.0491,1	**0,51200**	29.764,99
4	111.306,28	129.449,21	195.166,89	65.717,68	**0,42297**	27.796,61	**0,40960**	26.917,96
5	112.947,91	131.358,42	206.398,87	75.040,45	**0,34111**	25.597,05	**0,32768**	24.589,25
						153.689,96		150.257,47
						152.171,03		152.171,03
						1.518,93		**-1.913,56**

Fuente: Cuadro N° 87.
Elaboración: Las Autoras.

1. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$\boldsymbol{N.TIR} = 24 + 1\left(\frac{1.518{,}93}{1.518{,}93 - (-1913{,}56)}\right) \quad = \quad 24 + 1\left(\frac{1.518{,}93}{3.432{,}49}\right) = \mathbf{24{,}44}$$

2. DIFERENCIA DE TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$\boldsymbol{TIRR} = 32{,}28 - 24{,}44 = \mathbf{7{,}84}//$$

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right)X100$$

$$\%\,\boldsymbol{V} = \left(\frac{7{,}84}{32{,}28}\right)\, x\, 100 = \ \mathbf{24{,}28}//$$

4. SENSIBILIDAD

$$S = \left(\frac{\%\,V}{NTIR}\right)$$

$$\boldsymbol{S} = \left(\frac{24{,}28}{24{,}44}\right) = \mathbf{0{,}9935}//$$

Análisis: Como el coeficiente de sensibilidad obtenido para el proyecto con un **16,30%** de aumento en los costos, resultó el **0,9935**; lo que significa que el valor de sensibilidad de nuestro proyecto es inferior a 1 por lo tanto no es sensible es decir no le afectaría la variación de los costos, sigue manteniendo rentabilidad.

CUADRO N° 89
ANALISIS DE SENSIBILIDAD DECREMENTO EN LOS INGRESOS

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS	COSTOS ORIGINALES	FLUJO CAJA	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VAN MENOR	FACTOR DE DESCUENTO TM	VAN MAYOR
		9,72%			**24%**		**25%**	
1	168.592,50	152.205,31	105.706,36	46.498,95	0,80645	37.499,08	0,80000	3.7199,16
2	177.022,13	159.815,57	108.600,74	51.214,83	0,65036	33.308,08	0,64000	3.2777,49
3	185.873,23	167.806,35	109.835,32	57.971,03	0,52449	30.405,23	0,51200	2.9681,17
4	195.166,89	176.196,67	111.306,28	64.890,39	0,42297	27.446,69	0,40960	2.6579,10
5	206.398,87	186.336,90	112.947,91	73.388,99	0,34111	25.033,72	0,32768	2.4048,10
						15.3692,8		15.0285,02
						152.171,03		15.2171,03
						1.521,77		**-1.886,01**

Fuente: Cuadro N° 88.
Elaboración: Las Autoras.

5. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$\boldsymbol{N.TIR} = 24 + 1\left(\frac{1.521,77}{1.521,77 - (-1.886,01)}\right) \quad = \quad 24 + 1\left(\frac{1.521,77}{3407,78}\right) = \mathbf{24,45}$$

6. DIFERENCIA DE TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$\boldsymbol{TIRR} = 32,28 - 24,45 = \mathbf{7,83}//$$

7. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right) X100$$

$$\%\,\boldsymbol{V} = \left(\frac{7,83}{32,28}\right)\, x\, 100 = \mathbf{24,25}//$$

8. SENSIBILIDAD

$$S = \left(\frac{\%\,V}{NTIR}\right)$$

$$\boldsymbol{S} = \left(\frac{24,25}{24,45}\right) = \mathbf{0,9918}//$$

Análisis: Como el coeficiente de sensibilidad obtenido para el proyecto con un **9,72%** de disminución en los ingresos, obtuvimos como resultado el **0,9918** lo que se evidencia que el resultado es menor a 1; por tanto el proyecto no es sensible, es decir no afectaría a la disminución de los ingresos.

h. CONCLUSIONES

Luego de realizar un detallado estudio de factibilidad para la creación de un Centro Turístico en la Provincia de Zamora Chinchipe- Parroquia Guadalupe, hemos determinado las siguientes conclusiones:

- Al analizar el estudio de mercado se inicia determinando la demanda potencial que es el 100% que representa a 65.975 personas pertenecientes al cantón Zamora. La demanda real está conformada por el 91% que les gusta visitar centros turísticos. Mientas que para la demanda efectiva corresponde el 92% que están dispuesto a visitar el centro turístico.

- En cuanto a la oferta, existentes en el cantón Zamora sobre los centros turísticos tenemos 8 ofertantes con un promedio de visitas de 20.735 familias anuales. De acuerdo al balance de la oferta y la demanda existente en el cantón tenemos una demanda insatisfecha de 34.499.

- En cuanto al estudio técnico se estableció los requerimientos como infraestructura en edificaciones para las habitaciones, oficinas administrativas, áreas deportivas y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los servicios que el Centro Turístico ofrece.

- Para la ubicación del centro turístico se consideró un lugar que reúne todas las condiciones necesarias para llevar a cabo el

mismo, estará ubicado en el Cantón Zamora – Parroquia Guadalupe lugar que cuenta con vías de acceso de primer orden.

- Al analizar las capacidades se determina que la Capacidad Instalada que es de 100% con 86 usuarios semanalmente y la Capacidad utilizada con el 70% que representa a 60 personas semanales que visitan el centro turístico en el primer año.

- Para el desarrollo del presente proyecto luego de analizar cada uno de los rubros necesarios como los activos fijos, diferidos y circulantes. Se requiere un monto de $152.171,03 dólares. El mismo que se financiara una fuente interna de $30.000,00 equivalentes al 19,71% y de una fuente externa de $122.171,03 equivalente al 80,29% que será en el Banco de Fomento para 5 años al 11,20% anual.

- Luego de hacer realizada y analizada la etapa de evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al indicador VAN (Valor Actual Neto) del presente proyecto da un valor positivo que es de $93.472,73 dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente para su ejecución.

- Para el presente proyecto la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) es de 32,28%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto de inversión. Además se concluye después de realizar las operaciones correspondientes a la relación beneficio costo es de $1,69 centavos por cada dólar invertido.

- Periodo de recuperación de capital que el tiempo requerido para recuperar la inversión del proyecto será de 2 años, 11 meses, 29 días y 4 horas.

- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en 16,30% y disminuidos en 9,72% respectivamente.

- El Centro Turístico supera las expectativas de un simple proyecto de factibilidad brindando una mayor visión en la industria del turismo recreativo gracias a un plan de negocios y afinidad de las autoras.

i. RECOMENDACIONES

❖ La empresa que comenzara a funcionar, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias de servicio y de los precios.

❖ Recomendamos utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, el excelente servicio de la empresa con el fin de mejorar el posicionamiento en el mercado.

❖ Se recomienda que la estrategia de diferenciación (comercialización), se base en generar en servicios de calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación la planteamos porque es una forma eficiente de posicionarse en el mercado por medio de una clara identificación de la empresa ante la competencia.

❖ Aprovechar el espacio disponible ya sea para una nueva infraestructura (habitaciones) o una distracción adicional para los clientes (zoológico, recreación infantil, etc.).

j. BIBLIOGRAFÍA

- www.todacultura.com/turismo/
- www.turismo.gob.ec/
- www.importancia.org/turismo.php
- www.slideshare.net/.../impactos-sociales-ambientales-y-econmicos-del-tu...
- www.paraiso-azul.com/viajes-turismo-Amazonia-Ecuador.html
- http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm.
- http://www.gestiopolis.com/mision-vision-htm.
- http://www.gestiopolis.com/manualdefunciones-htm.
- http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/
- http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento.
- http://registrocontable.wikispaces.com/Activos+diferidos
- http://www.gerencie.com/depreciacion.html
- http://www.definicion.org/gastos-generales-y-administrativos
- www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias.
- http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/definicion-del-flujo-de-caja-o-flujo-de.html.
- http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/
- http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/

- http://todosobreproyectos.blogspot.com/2008/06/analisis-de-sensibilidad.htm.

LIBROS

- Libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

- CÓRDOBA PADILLA, MARCIAL. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. Editorial ECOE Ediciones. p.p. 241).

k. ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta

Nos dirigimos a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración, respondiendo el siguiente cuestionario cuya información será utilizada para estudiar la factibilidad de implementar un: **Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro Turístico en la Provincia de Zamora, Parroquia Guadalupe.**

DATOS INFORMATIVOS:

- Sexo: F ( ) M ( )
- Edad: ……. años
- Ingreso Familiar:

✓ $ 240 a $500 ( )
✓ $ 501 a $1000 ( )
✓ $ 1001 a $1500 ( )
✓ $1501 y más ( )

1. **¿VISITA USTED CENTROS TURÍSTICOS?**

   SI ( ) NO ( )

2. **¿DESDE EL PUNTO DE VISTA TURÍSTICO CUAL ES SU OPINIÓN DE ZAMORA CHINCHIPE?**

   Excelente ( )
   Muy Bueno ( )
   Bueno ( )
   Regular ( )
   Porque……

3. ¿QUE LUGARES LE GUSTARIA VISITAR EN EL CANTÓN DE ZAMORA CHINCHIPE?

Parque Nacional Podocarpus ( )
Cascadas ( )
Guadalupe ( )
Lagunas ( )
Bombuscaro ( )
El Arenal ( )
Otros……..

4. ¿CUÁL ES LA RAZÓN POR LA QUE VISITA ESTOS LUGARES?

Ambiente Acogedor ( )
Atención al Cliente ( )
Distracción ( )
Investigación ( )
Descanso ( )
Vida en Familia ( )

5. ¿SUS VIAJES A LOS LUGARES TURISTICOS LOS REALIZA?

Solo ( )
Con su pareja ( )
Con Amigos ( )
Familia ( )

6. ¿QUE ES LO QUE MAS PREFIERE EN UNA HOSTERIA?

El Servicio ( )
El Ambiente ( )
La Comida ( )
La Diversión ( )

7. ¿HA VISITADO USTED LA PARROQUIA GUADALUPE?

Si ( )
No ( )

8. ¿LE GUSTARIA A USTED QUE SE CONSTRUYA UN CENTRO TURISTICO EN ESTA PARROQUIA?

Si ( ) No ( )

Porque……

9. ¿QUE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE EL CENTRO TURISTICO TENGA?

Hospedaje ( )
Restaurante ( )
Bar ( )
Piscina ( )
Canchas Dep. ( )
Sauna y Turco ( )

Otros……

10. ¿QUE CARACTERISTICAS FISICAS CONSIDERA UD QUE DEBE TENER EL CENTRO TURISTICO?

Ambiente Rustico ( )
Ambiente Moderno ( )

11. ¿CONSIDERA QUE LAS HABITACIONES CUENTEN CON EL EQUIPAMIENTO DE:

TV - Cable ( )
Teléfono ( )
Internet ( )
Baño Privado ( )
Otros……

12. ¿CUANTOS DIAS LE GUSTARIA HOSPEDARSE EN EL CENTRO TURISTICO DE GUADALUPE?

1 a 2 días ( )
3 a 4 días ( )
Más de 4 días ( )

13. ¿CON QUE FRECUENCIA VISITARIA EL CENTRO TURISTICO?

Semanal ( )
Quincenal ( )
Mensual ( )
Trimestral ( )

14. ¿QUE CLASE DE COMIDA LE GUSTARIA QUE TENGA EL CENTRO TURISTICO?

Típica ( )
Criolla ( )
Rápida ( )

15. CUANTO DE DINERO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UN LUGAR CON ESTAS CARACTERISTICAS.

2 – 4 Dólares ( )
5 – 7 dólares ( )
8 – 10 dólares ( )

16. QUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFIERE.

TV ( )
Radio ( )
Prensa ( )
Redes Sociales ( )

17. QUE PROGRAMAS ES SU PREFERIDO

Noticias ( )
Deportes ( )
Entretenimiento ( )
Farándula ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Entrevista al Gerente Propietario del Centro Turístico La Playita Escondida

Nos dirigimos a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración, respondiendo el siguiente cuestionario cuya información será utilizada para estudiar la factibilidad de implementar un: **Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro Turístico en la Provincia de Zamora, Parroquia Guadalupe.**

1. **¿Qué tiempo viene laborando su Centro Turístico?**

……
……

2. **¿Qué servicios ofrece en su Centro Turístico?**

……
……

3. **¿Cuantas personas visitan su Centro Turístico?**

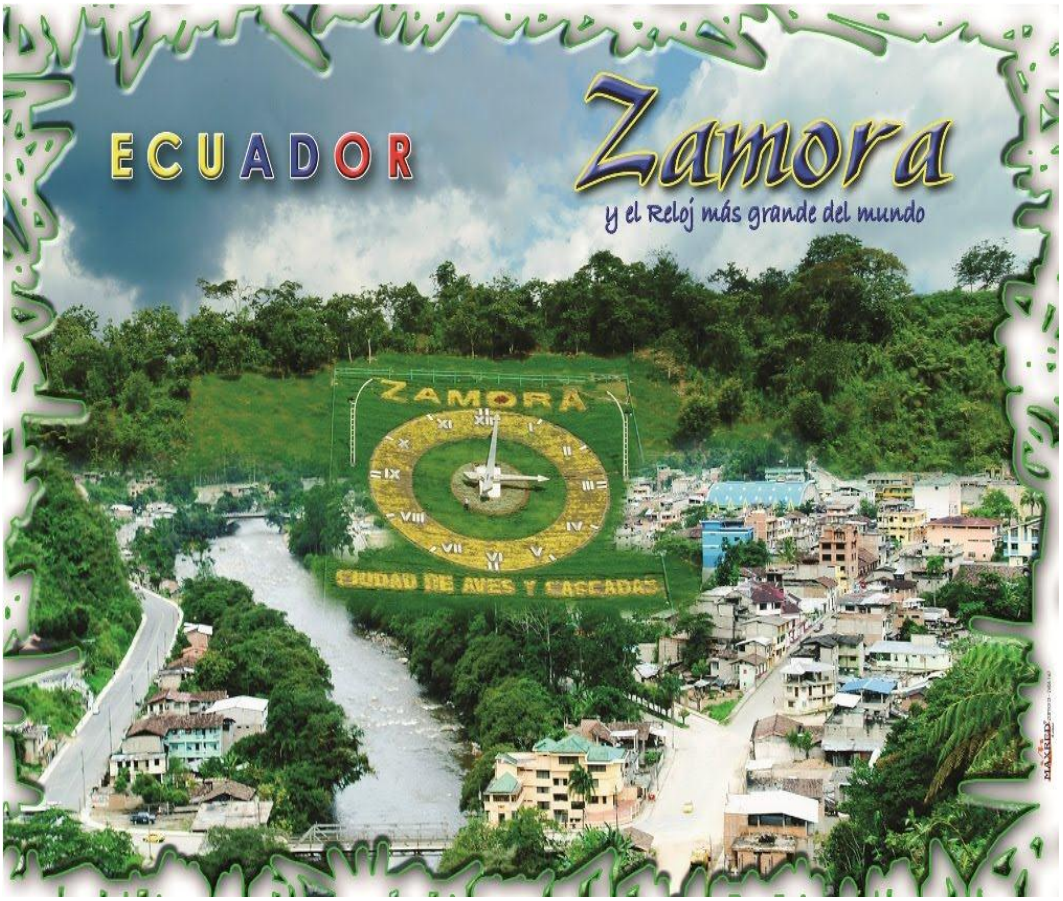
……
……

4. **¿Cuál es el precio de entrada que tiene su Centro Turístico?**

……
……

ANEXO 3

CANTÓN ZAMORA CHINCHIPE



ANEXO 4

PARROQUIA GUADALUPE

PUENTE CULTURAL

CLÍNICA MISIONAL DE GUADALUPE

ÍNDICE

CONTENIDOS	PÁG
– PORTADA	i
– CERTIFICACIÓN	ii
– AUTORÍA	iii
– CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
– DEDICATORIA	v
– AGRADECIMIENTO	viii
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	9
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	33
f. RESULTADOS	39
g. DISCUSIÓN	63
h. CONCLUSIONES	180
i. RECOMENDACIONES	183
j. BIBLIOGRAFÍA	184
k. ANEXOS	186