



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

TITULO:

Diseño del complejo turístico “RIO AGUARICO”, mediante la elaboración del plan de negocios, para fortalecer el turismo en el Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos

Tesis previa la obtención del grado
de Ingeniera en Administración Turística

Autora: Johana Victoria Ullauri Salgado

Directora: Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana

Loja-Ecuador

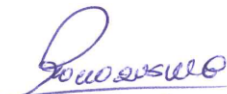
2018

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

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada: **DISEÑO DEL COMPLEJO TURISTICO “RIO AGUARICO”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL CANTON LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS**, desarrollada por la Srta. Johana Victoria Ullauri Salgado, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, diciembre de 2017



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

AUTORÍA

Yo, Johana Victoria Ullauri Salgado, del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la universidad Nacional de Loja, el uso de la misma para fines académicos y de investigación.

AUTORA: Johana Victoria Ullauri Salgado.

FIRMA... .....

CEDULA: 2101106942

FECHA: Loja, enero 2018

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

Yo Johana Victoria Ullauri Salgado, declaro ser autora, de la tesis titulada: **DISEÑO DEL COMPLEJO TURISTICO “RIO AGUARICO”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL CANTON LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS**, como requisito para optar el grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**: Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos e investigación muestre la producción intelectual de la universidad a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en la redes de comunicación del país y del exterior, con las cuales tenga convenios la universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 11 días del mes de diciembre de 2018, firma la autora:

AUTORA: Johana Victoria Ullauri Salgado

FIRMA: .....

CEDULA: 2101106942

DIRECCIÓN: Lago Agrio, Barrio los ceibos, Av. Venezuela y los Andes

EMAIL: johanauill_17@yahoo.com

TELÉFONO CELURAR: 0983672651

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Dra. Rocío Toral Tinitana

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTA: Dra. Carmen Cevallos Cueva

VOCAL: Dr. Oscar Gómez Cabrera mg. Sc.

VOCAL: Ing. Manuel Pasaca Mora. Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi esposo y a mis hijos: a mis padres por ese gran amor que me han dado, por ser mis amigos y confidente ideal, pero sobre todo por darme su apoyo incondicional y a mi esposo mis hijos por existir y darme las fuerzas y el apoyo para seguir adelante y convertirme en un verdadero ejemplo.

Johana Victoria Ullauri Salgado

AGRADECIMIENTO

A mi padre Dios, por darme la vida, ser mi guía y fortaleza durante todo el proceso de mi vida y carrera.

A mi familia por ese apoyo incondicional y por haberme transmitido la fe y los valores con su ejemplo durante mi formación, por su gran amor y paciencia a cada momento.

A mis maestros, por haber compartido su tiempo, conocimientos, experiencias y valores durante todo mi formación académica.

A la Dra. Rocío Toral Tinitana, Directora de Tesis, por su paciencia en la dirección y revisión de mi trabajo de investigación.

A mis amigos, con quienes hemos vivido experiencias inolvidables durante nuestra formación académica, por su apoyo, confianza y una inmensa valiosa amistad.

Johana Victoria Ullauri Salgado

a. TITULO

DISEÑO DEL COMPLEJO TURISTICO "RIO AGUARICO", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL CANTON LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS

b. RESUMEN

Nueva Loja es un pueblo que nació en los años 70 con el boom petrolero; es una ciudad en cuyas calles se admira una muestra de la diversidad del país, pues su gente migró de varias provincias, especialmente de Loja, Manabí y El Oro. Su nombre oficial es Nueva Loja y el tradicional, Lago Agrio, el mismo que se pierde entre las leyendas y las bromas de sus habitantes.

Entre sus principales atractivos turísticos se encuentra el Parque La Perla, balnearios en el río Aguarico, las Pirámides, puente internacional San Miguel, laguna Bay, laguna Azul, Loma Linda, la Sirenita, la Cabaña, Centro Comunitario Atari, parque Central, Parque Infantil, parque La Madre, parque Simón Bolívar, laguna Lago Agrio, laguna Yanakucha y pueblos ancestrales como los kichwas.

Es por ello que es necesario implementar ideas de negocios para poder satisfacer las necesidades de los turistas que les gusta disfrutar de la naturaleza. Por lo que se ha realizado un estudio para la implementación de un Complejo Turístico, mismo que prestará los servicios de recreación, hospedaje y alimentación.

Para realizar el presente trabajo se utilizaron métodos que permitieron fundamentar de manera ordenada y secuencial el desarrollo de la investigación, dentro de éstos tenemos: inductivo, deductivo, analítico, histórico-lógico y estadístico, así mismo se utilizaron técnicas, como la de revisión bibliográfica y la encuesta, que permitieron recopilar información primaria y secundaria.

Los resultados de los diferentes estudios como son el de mercado, técnico, económico-financiero y la evaluación financiera arrojaron resultados positivos, para que los inversionistas puedan analizar y decidir en su implementación.

La evaluación financiera proyecto los siguientes resultados: El valor actual neto que es de \$.391.796.99, que es un valor positivo y mayor a la inversión, la Tasa Interna de Retorno que es del 21.29% que es mayor al costo de oportunidad del 9%, la Relación Beneficio/Costo que es de 1.16 dólares americanos por cada dólar invertido, la inversión se recuperará en 4 años, 9 meses y 22 días; el proyecto soporta un incremento en los costos del 46.4% y una disminución en los ingresos del 22%.

Por consiguiente al existir resultados positivos, se recomienda a los inversionistas que se implemente el proyecto, coadyuvando de esta forma al desarrollo socioeconómico del cantón, provincia y país, así como mejorar los niveles de vida de los habitantes del sector.

ABSTRACT

Nueva Loja is a town that was born in the 70s with the oil boom; It is a city in whose streets you admire a sample of the country's diversity, as its people migrated from several provinces, especially from Loja, Manabí and El Oro. Its official name is Nueva Loja and the traditional one, Lago Agrio, the same as loses among the legends and jokes of its inhabitants.

Among its main tourist attractions is the La Perla Park, spas in the Aguarico River, the Pyramids, San Miguel International Bridge, Bay Lagoon, Blue Lagoon, Loma Linda, Little Mermaid, the Cabin, Atari Community Center, Central Park, Children's Park , La Madre Park, Simón Bolívar Park, Lago Agrio Lagoon, Yanakucha Lagoon and ancestral villages such as the Kichwas.

That is why it is necessary to implement business ideas to meet the needs of tourists who like to enjoy nature. Therefore, a study has been carried out for the implementation of a Tourist Complex, which will provide recreational, lodging and food services.

In order to carry out the present work, we used methods that allowed the development of the research in an orderly and sequential manner, within these we have: inductive, deductive, analytical, historical-logical and statistical, likewise techniques were used, such as the bibliographic review and the survey, which allowed the collection of primary and secondary information.

The results of the different studies such as the market, technical, economic-financial and financial evaluation showed positive results, so that investors can analyze and decide on its implementation.

The financial evaluation project the following results: The net present value that is \$.391.796.99, which is a positive value and greater than the investment, the Internal Rate of Return that is 21.29% that is greater than the opportunity cost of the 9%, the Benefit / Cost Ratio, which is 1.16 US dollars for each dollar invested, the investment will be recovered in 4 years, 9 months and 22 days; the project supports an increase in costs of 46.4% and a decrease in revenues of 22%.

Therefore, as there are positive results, investors are recommended to implement the project, thus contributing to the socioeconomic development of the canton, province and country, as well as improving the living standards of the inhabitants of the sector.

c. INTRODUCCION

El desarrollo turístico en el Ecuador se ha constituido en un aporte muy significativo en la economía del país, integrando actividades de turismo, conservando valores naturales y culturales de nuestros pueblos. En los últimos años el desarrollo turístico en nuestro país ha tenido un notable crecimiento más sin embargo también ha aumentado la vulnerabilidad de los recursos naturales y sitios que son visitados por turistas nacionales y extranjeros o propios del lugar.

Por lo tanto los impactos económicos que produce el desarrollo de las actividades turísticas en la economía de los destinos turísticos, puede ser positivo o negativo, son objeto de análisis en la norma técnica de sostenibilidad, con la finalidad de asegurar actividades viables a largo plazo, con beneficios socioculturales, oportunidades de trabajo entre otros de tal forma que el turismo contribuya a reducir la pobreza.

El propósito de la presente investigación es el **DISEÑO DEL COMPLEJO TURISTICO “RIO AGUARICO”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL CANTON LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS**, el mismo que aportará al fomento del turismo en el cantón Lago Agrio, considerando la política del Buen Vivir en la que se determina que se debe fomentar el turismo y optimizar la práctica de actividades culturales y recreativas, además de aportar al desarrollo del turismo en esta zona de la región.

El trabajo de investigación consta de las siguientes partes:

El Título, que asocia directamente el contenido del cuerpo de la investigación.

Resumen, en donde se sintetiza el contenido de la investigación.

Introducción, es la sección inicial en donde se describe el alcance del documento y se explica o resume el mismo.

La Revisión de Literatura que analiza la literatura existente en el área sobre el objeto de estudio, en este caso tenemos el marco referencial que hace un relato de los antecedentes generales de la provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, y el marco teórico, en el que se desarrolla la teoría que va a fundamentar el proyecto de investigación con base al planteamiento del problemas que se ha realizado.

Los materiales y métodos, permiten explicar cómo se hizo la investigación, y esto a su vez hace referencia a ese conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso.

Los resultados, que están en función de los diferentes estudios que forman parte de un proyecto de inversión, como es el estudio de mercado, en donde se hace el análisis de la Demanda, oferta y estrategias de mercado; en el estudio técnico que permitió realizar un adecuado tamaño y localización del proyecto, así como la ingeniería del proyecto y la estructura orgánica-funcional; el estudio económico-financiero, en donde se hace referencia a la inversión y financiamiento del proyecto, como también el análisis de costos y

en base a ello los presupuestos de costos e ingresos, el punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias.

En la discusión se analiza la Evaluación Financiera, con la elaboración del Flujo de caja, el mismo que sirvió como base para realizar el análisis de los diferentes indicadores financieros como son: El Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el período de recuperación de capital, la relación beneficio-costo y el análisis de sensibilidad.

d. REVISION DE LITERATURA

d.1. MARCO REFERENCIAL

ANTECEDENTES DEL CANTON LAGO AGRIO

El cantón Lago Agrio es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Sucumbíos. Su cabecera cantonal es la ciudad de Nueva Loja, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. Su población según el censo del 2010 es de 91.744 habitantes. Consta con siete parroquias.

Ubicación Política

El Cantón Lago Agrio Límites:

- Norte: Colombia
- Sur: Provincia de Orellana
- Este: Cantón Cuyabeno
- Oeste: Cantón Cascales.

Mapa 1: Ubicación Política



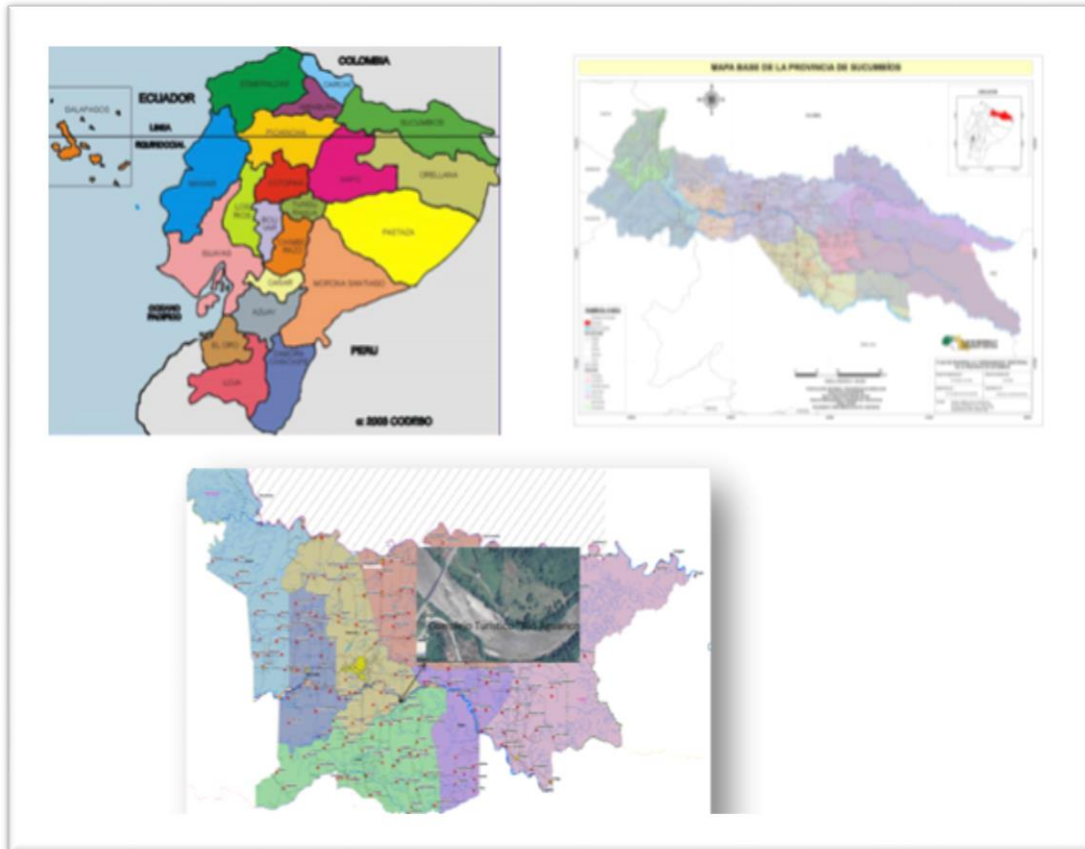
Fuente: Lago Agrio GAD, Ordenamiento Territorial 2014

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ubicación geográfica

El Cantón Lago Agrio es el Cantón más grande de la provincia de Sucumbios, está ubicada en la región amazónica del Ecuador.

Mapa 2: Ubicación Geográfica



Fuente: Lago Agrio GAD, ordenamiento territorial 2014
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Reseña Histórica del Cantón Lago Agrio

El nombre Lago Agrio tiene su fundamento en el primer pozo petrolero, descubierto en la Amazonia por los trabajos de perforación de la compañía TEXACO. Este nombre proviene de Source Lake que significa Lago Manantial. Luego, por razón poco conocida, Source fue cambiada por Sour que significa Agrio, ya que para los trabajadores los días aquí eran muy difíciles y complicados. Es por ello que el nombre fue cambiado a LAGO AGRIO en lugar de Lago Manantial, como define su traducción. Lago Agrio responde al nombre

de la estructura petrolera montada por la empresa Texaco Gulf en el nororiente del Ecuador.

Los habitantes ancestrales del territorio que ahora corresponde a Lago Agrio son los cofanes, tetetes (ya desaparecidos) y la llegada de Kichwas de Napo, Pastaza y San Miguel. A ellos se suman los migrantes shuar provenientes de la provincia de Morona Santiago, al sur de la amazonia del Ecuador.

En lo relacionado con los colonos mestizos, el primero en llegar fue don Florentino Calderón, luego los señores Idelfonso Muñoz (colombiano), Miguel A. Rosero, César Peñaherrera, entre otros

Por 1965-1970, llegaron nuevos colonos provenientes de la provincia de Loja, muchos emigraron por la fuerte sequía e impulsados por la noticias de que en la amazonia había una riqueza incalculable de petróleo, y que la explotación de este recurso daría trabajo a miles de compatriotas. Así muchos lojanos y no lojanos como don Jorge Añazco, Erasmo Rojas, Juan Carrión, Julio Marín, Edmundo Jaramillo, Carlos Añazco, Leónidas Morocho, Francisco Segovia, entre otros, se conoce que ellos permanecieron poco tiempo en Santa Cecilia, luego se trasladan a Nueva Loja, pues ya se empezó a explotar el tan anhelado petróleo. En ese mismo año llegó un grupo de azuayos motivados por la oferta del Gobierno: Efrén, Emigdio y Salomón Zavala, Artemio y Carlos San Martín y Marco Carrión.

Allí se crearon dos pre cooperativas: La Nueva Loja conformada por lojanos y la Jumandi, conformada por colonos de otras provincias. Así se inicia el poblamiento de esta zona. Los primeros asentamientos se ubicaron a 13 kilómetros de donde hoy se ubica la Parroquia Santa Cecilia y posteriormente en la margen derecha del río Aguarico, donde hoy es el barrio Puerto Aguarico.

Finalmente, luego de varias luchas contra el IERAC, se logran posesionar de las tierras en las que se levanta la actual ciudad Nueva Loja. Para el caso de lo rural, las creaciones se dieron como asociaciones campesinas, cooperativas y pre cooperativas agrícolas. Con el paso de los años se pueblan estas zonas y aparecen los recintos o comunidades, con incipientes caracterizaciones urbanas.

La confusión que se ha generado hasta la actualidad es en el sentido de llamarle a la ciudad con el nombre del cantón, porque históricamente se lo ha conocido de ese modo. El cantón es Lago Agrio y la ciudad Nueva Loja, fundada el 26 de diciembre de 1969, en una asamblea llena de heroísmo y esperanza en la que participaron 26 lojanos y dos indígenas.

Análisis Demográfico

a) Composición de la Población

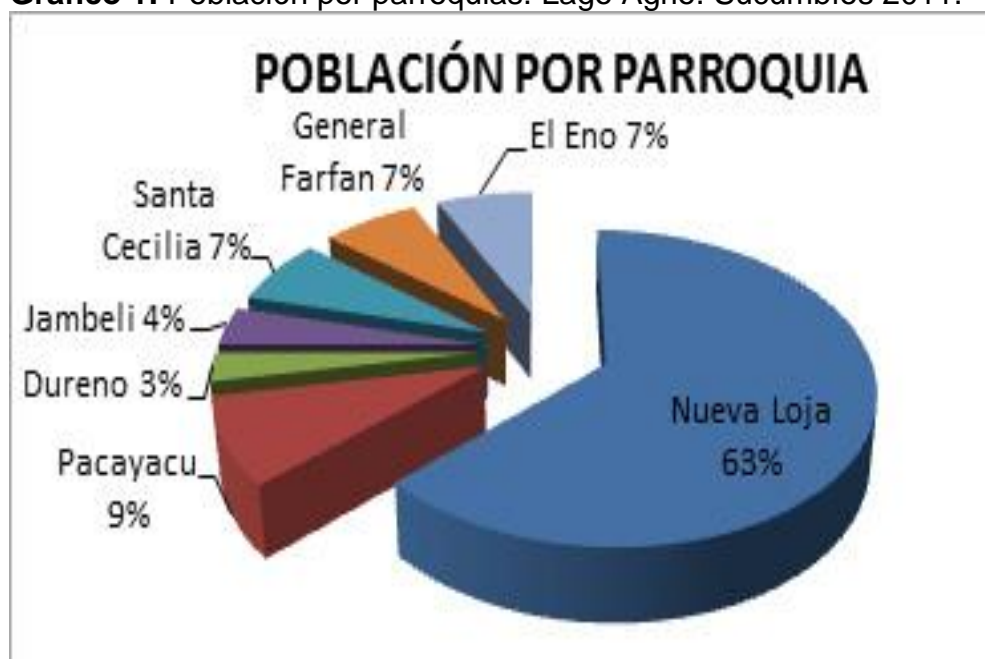
Según las cifras del último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, la población del cantón Lago Agrio es de 91 744 habitantes, muestra un incremento significativo en relación al censo del 2001, el cual registra 66 788 habitantes. La población total de Lago Agrio está compuesta por los siguientes valores parroquiales:

Cuadro 1: Población por parroquias.

PARROQUIA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Nueva Loja	55.602	60,61
Pacayacu	8.249	8,99
Dureno	2.756	3
Jambelí	3.315	3,61
Santa Cecilia	6.292	6,86
General Farfán	6.769	7,38
El Eno	6.636	7,23
Diez de Agosto	2.125	2,32
TOTAL	91.744	100

Fuente: INEC, Censo 2010, GADMLA

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Gráfico 1: Población por parroquias. Lago Agrio. Sucumbíos 2011.

Fuente: INEC, 2010.

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

c) Población urbana y rural

La población urbana del cantón Lago Agrio se concentra en la parroquia de Nueva Loja, en esta zona se ha desarrollado un centro urbano dedicado especialmente al comercio y a cubrir las necesidades laborales de la administración pública, mientras que en la zona rural se han desarrollado especialmente la agricultura y la ganadería.

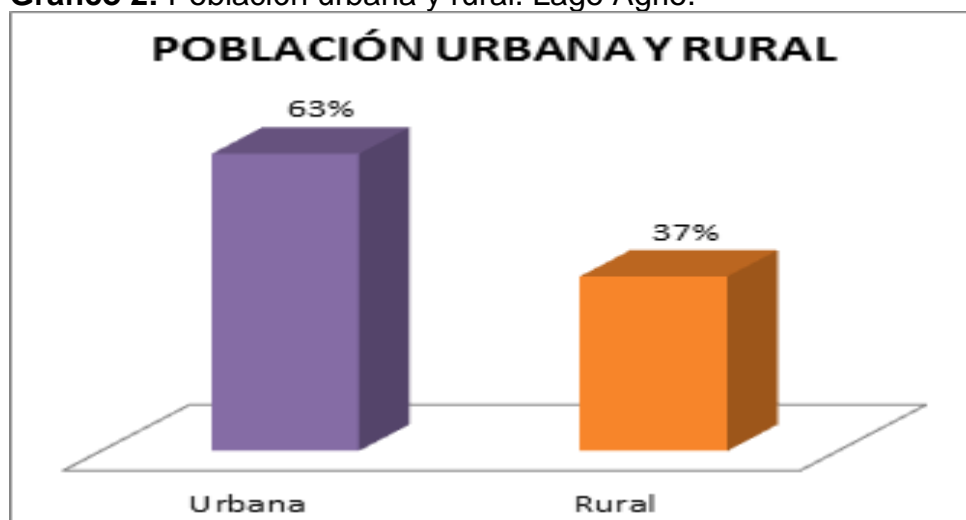
Cuadro 2: Población urbana y rural.

Tipo De Población	Número	Porcentaje
Urbana	57 727	63
Rural	34 012	37
Total	91 744	100

Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Gráfico 2: Población urbana y rural. Lago Agrio.



Fuente: INEC, 2010.

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Análisis Sociocultural

a) Educación

La situación educativa del cantón tiene marcadas diferencias en cuanto a su calidad en las zonas rurales y urbanas. Uno de los problemas fundamentales es el mobiliario y la infraestructura, presentándose de manera general en el cantón: Las instalaciones no cuentan con materiales adecuados para el desarrollo de las actividades educativas. Otro problema, es la distancia que tienen que recorrer los maestros para llegar a las comunidades y recintos, la población recomienda la construcción de viviendas para que los docentes puedan desarrollar su actividad de mejor manera.

Cuadro. 2.1. Relación Centros Educativos - Número de estudiantes - Número de Profesores.

Parroquia	# De Centros Educativos	# De Estudiantes	# De Profesores
Dureno	18	745	37
General Farfán	38	1 491	83
El Eno	29	1 321	73
Jambelí	16	532	32
Nueva Loja	78	22 822	941
Pacayacu	43	2 162	130
Santa Cecilia	12	780	47
Diez De Agosto	6	-	-
Totales	234	29 853	1 343

Fuente: Dirección Provincial de Educación.

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

b) Salud

Las nuevas políticas de gobierno en el sector de la salud, han marcado un mejor acceso a este servicio, especialmente en las medicinas y la cobertura médica. Los Subcentros de salud cuentan con buena infraestructura, sin

embargo, en la zona rural, no hay atención especializada y en el caso de presentarse emergencias la población está obligada a trasladarse al Hospital de Lago Agrio.

El sistema de salud del cantón, está compuesto por un Hospital Central ubicado en la ciudad de Nueva Loja (adicionalmente uno nuevo de especialidades en construcción), siete Subcentros de salud (uno por parroquia); promotores de salud, botiquines comunitarios y algunos dispensarios en las comunidades y recintos en zonas rurales. Las acciones deben ir dirigidas a fortalecer las brigadas médicas mediante visitas de mayor periodicidad, incrementar la capacitación a los promotores de salud, crear dispensarios en poblaciones de tránsito de comunidades lejanas y poner mayor atención a zonas de frontera y sectores rurales incrementando la cobertura médica y el transporte para enfermos.

c) Vivienda y servicios básicos

Las características de la vivienda en la zona de estudio están determinadas entre otros factores por el clima, razón por la cual en las zonas rurales el principal material utilizado en la construcción de las viviendas es la madera, y para los techos se utiliza el zinc. Para el caso de las comunidades Cofanes y Shuar el techo varía entre hojas y zinc.

d) Pobreza

El índice de pobreza por necesidades básicas insatisfechas -NBI-, presenta un promedio alto, esto debido al bajo acceso a servicios básicos, especialmente en las zonas rurales. En el año 2001 el NBI alcanzó un 84.2% según datos del SIISE, mientras que la pobreza por consumo llegó a un

promedio de 53.6%, cabe recalcar que estos promedios en 10 años se han reducido poco. La población flotante y migrante incide de cierta manera en el crecimiento de estos índices, pues hay personas que se establecen de manera estacionaria por trabajo asociado a una compañía o que se relaciona con el fenómeno migratorio colombiano.

Las principales causas de la pobreza están relacionadas con los siguientes factores: bajos niveles de preparación educativa, desgaste de la capacidad productiva del suelo, altos niveles de deforestación que acaban con especies nativas y recursos naturales, falta de inversión del capital privado en la zona y concentración de las actividades económicas en la cabecera parroquial y capital provincial.

e) Comunidad Afro

La tradición de la marimba identifica al pueblo negro. La alegría y el baile cadencioso se refuerza con el contra punto y las décimas, producto de la inspiración del momento. Sin embargo, en la juventud dominan los ritmos de la salsa, el merengue, la cumbia, los vallenatos, otros ritmos africanos y géneros musicales que prefieren en las fiestas. La “vieja guardia” prefiere ritmos más soneros.

La muerte. Cuando muere algún negro o negra de la comunidad se observa y se siente que aún permanece en la memoria las ceremonias y rituales de la velación y el entierro cargados de gran valor cultural. El difunto es colocado en el ataúd y éste sobre una mesa ubicada en el centro de la sala y, según la tradición esmeraldeña, se debe colocar 4 velas en las esquinas de la mesa como también algunas más.

Antes de la media noche del velatorio se reza el rosario y se cantan alabanzas y loas. Se toma café, se reparte comida y en la noche se toma aguardiente. En el traslado al cementerio, el féretro se lleva a hombros de amigos, siempre acompañado de alabanzas y se lo deposita bajo tierra. En una velación de un niño se realiza un chigualo, cantos con bombos, cununos y guasá, para darle alegría al niño que está muerto

b) Pueblo Kichwa

La manifestación cultural festiva se expresa en la utilización esporádica del tifano, que es una caja tambor y la flauta.

Por influencia de sus ancestros, la cultura mítica y cósmica está influenciada por la naturaleza y de sus fuentes medicinales herbolarias. Sin embargo, la fuerte presencia misionera Capuchina, que predominó en la educación, inclusive delimitando la lengua Kichwa en la educación, configuró el festejo occidental con fiestas de Año Viejo y Año Nuevo, Día de los Difuntos y Navidad de origen católico. Empero, su principal fiesta ceremonial es la creación de la parroquia, el 30 de abril de 1969, en donde se disfruta con chicha guarapo de plátano maduro y chicha de yuca, característica de esta zona.

DESTINO TURISTICOS EN EL CENTRO DE SUCUMBIOS

Los turistas Nacionales y extranjeros al momento de visitar Lago Agrio pueden visitar los siguientes atractivos turísticos: (GADMunicipal, 2015)

Foto 1: Nueva Loja (26-09-2014)



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Una abundante riqueza de flora y fauna, parques, lagunas, ríos, comunidades indígenas, artesanías y una exquisita gastronomía, hacen de Nueva Loja (Sucumbíos), un destino turístico obligado antes de adentrarse a la mágica y misteriosa Amazonia ecuatoriana.

Nueva Loja es un pueblo que nació en los años 70 con el boom petrolero; es una ciudad en cuyas calles se admira una muestra de la diversidad del país, pues su gente migró de varias provincias, especialmente de Loja, Manabí y El Oro. Su nombre oficial es Nueva Loja y el tradicional, Lago Agrio, el mismo que se pierde entre las leyendas y las bromas de sus habitantes.

Entre sus principales atractivos turísticos se encuentra el Parque La Perla, balnearios en el río Aguarico, las Pirámides, puente internacional San Miguel, laguna Bay, laguna Azul, Loma Linda, la Sirenita, la Cabaña, Centro Comunitario Atari, parque Central, Parque Infantil, parque La Madre, parque Simón Bolívar, laguna Lago Agrio, laguna Yanakucha y pueblos ancestrales como los kichwas.

El Parque La Perla es uno de los destinos turísticos más visitados de la ciudad; allí se ofertan varias alternativas de recreación y educación ambiental. Este parque se extiende en 110 hectáreas con frondosa vegetación primaria. Para disfrutarlo cuenta con varios senderos ecológicos, miradores y paseos en canoa, donde se puede apreciar: monos chorongos y aulladores, armadillos, ranas, nutrias, caimanes, pirañas, mantarrayas y una gran variedad de aves como tucanes, pájaros carpinteros y pavas de monte.

Además en el parque se puede realizar *canopy*, canotaje y complementar su recorrido con la visita al centro de interpretación, a la tienda de artesanías y al restaurante donde se ofrecen platos tradicionales como el maito. Está ubicado apenas a cinco minutos desde el centro de la ciudad.

El Parque Turístico Ecológico Nueva Loja, que se convertirá, en breve, en uno de los principales atractivos ecoturísticos de este rincón amazónico. Está ubicado muy cerca del centro de la ciudad y en medio de un bosque amazónico. El Parque Turístico Nueva Loja se yergue en sus 30 hectáreas de extensión, como una alternativa distinta para recorrer la selva y, de manera lúdica, lograr un acercamiento e integración de la colectividad con la naturaleza.

Foto 2: Malecón Gral. Farfán



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ubicado en la parroquia del mismo nombre, a 20 minutos desde la ciudad de Nueva Loja. Este fue un sitio de paso para gente ecuatoriana y colombiana que realizaba actividades comerciales. En 1969, inicia la apertura y el lastrado de la vía hasta General Farfán los volqueteros colocaban el lastre a la punta de la vía en construcción para acelerar los trabajos en vista de la oposición de los militares, de aquí nació el nombre “La Punta”. Se conoce que Manuel Rombo, colono militar retirado y funcionario del Municipio de Puerto EL Carmen, construyó un letrero al final de la vía que decía “La Punta”. Este malecón hoy en día es de uso de los pobladores para descanso y turismo local.

Foto 3: Laguna Julio Marín

Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ubicada en la zona urbana de la ciudad, de propiedad Municipal, con 80 metros de ancho y 200 de largo, su profundidad promedio es de 4 metros.

Es un atractivo para tomar un paseo en cualquier momento del día, el ingreso es gratuito y el equipo para los paseos en bote se solicita en el muelle, únicamente con la cédula o pasaporte. Con una ruta circular marcada y señalizada que bordea la Laguna Julio Marín se puede caminar, trotar o ejercitarse en bicicleta con total seguridad, el sendero tiene vida natural con plantas y flores de la zona, además sombra de árboles que harán de su actividad un momento fresco y de renovación.

Foto 4: Museo de Energía



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ubicado en el lugar donde se perforó el primer pozo para la producción petrolera (29 de marzo de 1967) cuando la broca del taladro había alcanzado una profundidad de 10.175 pies y el crudo de 22 grados API empezaba a fluir de suelo Ecuatoriano. Este lugar histórico convirtió a Lago Agrio en el centro productor de petróleo del país; y, es ahora el Museo de Energía.

Foto 5: Puente Internacional



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

En la frontera norte del Cantón Lago Agrio, en la parroquia General Farfán y a 25 minutos de la ciudad de Nueva Loja encontramos un sitio que todo visitante debe conocer. Es la línea fronteriza que separa a Ecuador del hermano país Colombiano, lugar de intercambio comercial, y principal vía de acceso terrestre entre las ciudades de los dos países. Cruzando este puente usted puede visitar poblaciones colombianas como: La Hormiga, Orito, La Dorada, Mocoa, Puerto Asís, entre otras

Foto 6: Parque Recreativo Nueva Loja



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Se ubica en el centro urbano de la ciudad de Nueva Loja, en la Av. Quito y 20 de Junio que conecta con la Av. Petrolera. Fue aperturado en agosto del 2014 y actualmente es un atractivo para propios y visitantes. El ingreso es libre, bastante concurrido para realizar actividades deportivas, eventos culturales y recreativos, destacándose la concurrencia de usuarios en la tarde y noche donde gran parte de la población disfruta desde un sencillo paseo a pie o en bicicleta hasta los grandes eventos programados.

Foto 7: Parque Turístico Nueva Loja



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

El Parque turístico Nueva Loja tiene un 80 % de ocupación de bosque tropical en regeneración y un 20% de infraestructura administrativa y turística, el Bosque húmedo tropical alberga fauna silvestre que ha quedado dentro de un espacio verde alrededor de la ciudad con palmas, guarumos, platanillo, pambil, palmito, papayuelo, entre otros

Foto 8: Parque Central



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Una combinación de iluminación, vegetación y agua hacen de este Parque un atractivo para visitar, tiene seguridad permanente y para beneficio de la población local y de los visitantes tiene activado el sistema de internet libre (wifi). La pileta en el ingreso es el lugar ideal para fotografía, en el día o en la noche este Parque es un inolvidable sitio turístico frente a la Catedral.

Foto 9: Parque de la madre



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Un emblemático homenaje a la persona que sostiene emocionalmente a la familia, su esfuerzo y fortaleza es la representación que tiene el Monumento a La Madre, ubicado en la parte central del Parque, un lugar para pasear o para descansar de la rutina diaria. Está dotado de sistema de internet libre (wifi).

Foto 10: Parque Infantil



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado: Johana Victoria Ullauri Salgado

Dotado de juegos variados y césped sintético para seguridad de los más pequeños, éste parque es una réplica del mundo de los personajes de los dibujos animados "Los Picapiedras", ambientado con música infantil ideal para la recreación de los niños de 2 a 12 años de edad que hacen realidad sus sueños

El Turismo a nivel mundial

Según menciona la OMT, el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número

creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. Durante los últimos 20 años, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Además de aquellos destinos tradicionales, han surgido muchos nuevos destinos fuera de Norteamérica y Europa. A pesar de ocasionales conmociones, originadas por eventos económicos excepcionales, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.035 millones en 2012.

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en *Tourism Towards 2030* (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3 % anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030. Entre 2010 y 2030, se prevé que las llegadas en destinos emergentes (+4,4% al año) crezcan el doble que las de las economías avanzadas (+2,2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2012 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales. (Turismo, 2014)

El Turismo en el Ecuador

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor-occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limitando al

Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico; Ecuador está dividido en 4 regiones:

- Galápagos
- Costa
- Andes
- Amazonía

En sus 24 provincias se pueden encontrar 1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente. Para preservar esta riqueza natural, Ecuador cuenta con un patrimonio de 49 Áreas Protegidas por el Estado. La UNESCO ha reconocido la riqueza natural del país, declarando como “Patrimonio Natural de la Humanidad” a la Reserva Marina y Parque Nacional Galápagos y al Parque Nacional Sangay. Adicionalmente, en este pequeño territorio, se han seleccionado cinco Reservas de Biosfera: Galápagos, Yasuní, Sumaco, Podocarpus-El Cóndor y El Cajas. Las Islas Galápagos, son sin lugar a dudas el atractivo natural por excelencia del Ecuador. Constituye uno de los archipiélagos oceánicos más grandes, complejos, diversos y mejor conservados en términos ecológicos que existen actualmente en el planeta. Por otro lado, se constituye como la segunda reserva marina más grande del mundo, tras la Gran Barrera de Arrecifes australiano, con una superficie de 135.000 Km². Tan importante es Galápagos para el mundo, que adicionalmente ostenta el siguiente título: Santuario de Ballenas (1990).¹

El turismo en la Amazonia

La Amazonía ecuatoriana también representa el centro de origen mundial del Cacao o “Pepa de oro”. Su variedad Nacional Fino de Aroma, es única en el

¹. Documento de diagnóstico sectorial elaborado por MINTUR, 2014. Pág. 6

mundo y es utilizada para producir los mejores chocolates a nivel internacional. Además, en el país se elaboran chocolates con el mejor cacao del mundo, ganando premios internacionales por su gran calidad. El cacao Fino de Aroma de la Amazonía cuenta con certificación de Denominación de Origen. En sus paisajes tan distintos y a diferentes altitudes, se han desarrollado ciudades diversas, coloridas y patrimoniales. Ecuador cuenta con 27 ciudades declaradas Patrimonio Cultural de la Nación y 2 ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad

d.2. Marco teórico

Proyectos de inversión

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

Estudio de mercado

Según Naresh Malhotra (1997). Clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros

Análisis de la demanda

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

Tipos de demanda

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

Demanda Efectiva

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

Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque se queda conforme y se accedió al producto) .

Demanda Aparente

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

Demanda Potencial

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

Estrategias de Marketing**Producto o Servicio**

Es el arma que nos va a permitir conquistar el segmento de mercado que nos hemos trazado como objetivo. Esto es muy importante, pues muchos emprendedores basan su idea de empresa sobre un producto muy concreto. Si bien esto no es bueno ni malo a priori, conviene tenerlo muy presente ya que tarde o temprano ese producto habrá que abandonarlo y trabajar otros

productos distintos, según la etapa del ciclo de vida en que se encuentre, por lo tanto el servicio que va a ofertar la nueva unidad productiva está en función de dar un servicio, eficiente y confortable a los turistas que visiten el cantón Tena, parroquia Puerto Napo.

Precio

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

Plaza (Distribución)

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

el producto o servicio al lugar y momento adecuado.

Promoción

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

Estudio Técnico

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

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

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos. (BACA URBINA, 2010)

El tamaño del proyecto

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

Localización del proyecto

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor.

Factores determinantes de la localización

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

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

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

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

Micro localización, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de

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

INGENIERIA DEL PROYECTO

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

Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc. (PASACA MORA, 2017)

Procesos productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por

tal motivo es importante diseñar los subprocessos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

Diagramas de flujo

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

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

Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la

infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

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

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

Determinación de necesidades de insumos

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

Estudio Administrativo

Estructura Orgánica Funcional de la empresa

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

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa (orgánico-funcional). La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros (organigramas).

Organigrama

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

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

Niveles Jerárquicos

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

Nivel directivo

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

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

Nivel ejecutivo

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

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

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

Nivel asesor

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

Nivel auxiliar o de apoyo

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

Nivel operativo

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

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

Estudio Financiero²

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita

² BACA URBINA, Gabriel. 2000. **Evaluación de Proyectos**. Mc. Graw Hill. México.

cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

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

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

Inversiones

Fijas

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

Diferidas

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

Capital de Trabajo

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

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

Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o

proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Elementos Básicos de Financiamiento

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

- ⇒ Capital Propio
- ⇒ Capital Ajeno

Presupuestos

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. (ZAPATA SANCHEZ, 2016)

Costo de producción

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

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

Sueldos y cargas sociales del personal de producción.

Depreciaciones del equipo productivo.

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

Costo de envases y embalajes.

Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

Costo de comercialización

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

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

Costo de administración

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la

empresa; Honorarios pagados por servicios profesionales, Servicios Públicos correspondientes al área administrativa, Alquiler de oficina, Papelería e insumos propios de la administración.

Costo de financiación

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

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

Costos fijos

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

Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto),

Materias Primas directas, Materiales e Insumos directos, Impuestos específicos, Envases, Embalajes y etiquetas, Comisiones sobre ventas.

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

Flujo de Caja

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

Evaluación Financiera

Valor actual neto

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

Los criterios de decisión son:

Si el Van es positivo se debe realizar el proyecto.

Si el Van es negativo se rechaza el proyecto.

Si el Van es cero es indiferente su ejecución.

Fórmula del factor de actualización:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

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

Tasa Interna de Rendimiento

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

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

Si la TIR es $>$ que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR es $=$ que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es propia del inversionista.

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

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula

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

Período de Recuperación de Capital

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

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

Relación Beneficio/Costo

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

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

Análisis de Sensibilidad

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

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

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

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

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

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

D.3. Marco Conceptual

Actividad económica.- Es un conjunto de actividades que ocurre de una manera organizada con el único fin de generar productos o bienes y servicios, que en un contexto dado contribuyen al progreso económico de un grupo, sociedad o nación.

Alimento en restaurante.- Se refiere a la inclusión de uno o más alimentos durante un evento que se llevara a cabo dentro de un restaurante.

Diseño.- Es un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar, y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

Capital neto de trabajo.- Es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo a corto plazo de una empresa. Cuando el activo circulante excede al pasivo a corto plazo, la empresa dispone de capital neto de trabajo positivo.

Costo marginal.- Mide la tasa de variación del coste dividida por la variación de la producción. Es el costo de producir una unidad más de un producto o servicio.

Difusión.- Es un fenómeno que involucra, divulgar o diseminar, a través del tiempo y el espacio una noticia, idea, costumbres, negocios, un producto nuevo o servicios, de pequeña a una gran escala.

Estudio de mercado.- Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.

Flujo de efectivo.- Flujo de caja o cash flow en inglés, es una estimación detallada de los ingresos y egresos en efectivo en un periodo determinado de una empresa o proyecto, en gastos de operación de los mismos.

Gastos de administración.- son gastos realizados por la dirección general de una empresa como: Dirección, tesorería, contabilidad y secretaria, asesoría legal, asesoría financiera, en la cual pueden estar organizadas por departamentos.

Gastos de organización.- Gastos generados para la constitución jurídica de una nueva empresa o proyecto de inversión.

Investigación por censo.- Es una operación estadística que no trabaja sobre una muestra estadística, sino sobre la población total; mientras que el periodo de realización depende de los objetivos para los que se necesita los datos.

Muestra estadística.- Es una representación significativa de las características de una población, que bajo la asunción de un error no mayor al 5%, estudiamos la característica de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

Plan de negocios.- Es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la aplicación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.

Punto de equilibrio.- es el punto de actividad en el que los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto, en la cual no existe utilidad ni pérdida.

Rentabilidad sobre la inversión.- Mide a través de la comparación de los beneficios obtenidos contra los recursos invertidos en un proyecto en función del tiempo y se expresa como una tasa de interés.

Restaurante típico.- son aquellos lugares destinados a ofrecer a sus clientes platos típicos que gozan de renombre y reputación en cada lugar región o país que se encuentre.

Típico.- Que es propio de una cultura o de un lugar bailes típicos; costumbres típicas; productos típicos.

Utilidad de operación.- Es un cálculo contable muy importante usado por los líderes y los accionistas de una empresa para evaluar el desempeño y tomar decisiones y medir el potencial de ganancias de la empresa.

e. MATERIALES Y METODOS

e.1. Materiales

Equipos

- Cámara fotográfica marca Sony corp. DSC-W630 Nro. 8283798
- Computadora portátil HP CORE i5 g4 Nro. Serie: 5CD2194R80
- GPS

Herramientas

- Computador.
- Impresora.
- Internet.
- Teléfono.
- Encuestas.
- Bibliografía actualizada y especializada.
- Material de escritorio.

El diario de campo

Insumos

- Bolígrafo
- Hojas de papel bon
- Lápiz
- Tinta de impresora

e.2. Método

Método Inductivo

Es aquel método que se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, permitió realizar una observación del lugar en donde se va a implementar el centro turístico, y determinar las condiciones que el lugar proporciona para el efecto.

Método Deductivo

Es aquel método que permite llegar a la conclusión después de un razonamiento, en conclusión permitió realizar la demostración o derivación certera sobre la fundamentación de la teoría de los proyectos de inversión.

Método Analítico

Sirvió para analizar a los turistas y estudiar sus necesidades las cuales sirvieron para poder elaborar el plan de negocios del complejo turístico y así poder saber qué tipo de servicios se deberán implementar para el proyecto.

Método Histórico – Lógico

Ayudo con información de estudios pasados sobre tendencias del turista y estudios realizados sobre factibilidad y planes de negocios para poder ver cómo debe estar dirigido el proyecto y saber a dónde queremos llegar.

Método Estadístico

Se lo utilizó en el proyecto para poder realizar la tabulación e interpretación de las encuestas que se realizaron a los habitantes y turistas de la zona.

Investigación de campo

Se realizó la visita al lugar de estudio para recopilar información directa, In Situ, utilizando el método de observación directa, en la cual se procedió realizar encuesta a los habitantes del lugar y a turistas nacionales que visitan al parque ecoturístico Lago Agrio, que está cerca del lugar de estudio, resultado que ayudo para el proceso investigativo, para determinar a la competencia existe del lugar como: perfil y preferencias; aceptación sobre el restaurante típico a implementar.

Investigación bibliográfica.

Se utilizó esta técnica para recabar información de diferentes autores acerca de la investigación realizada, en la cual se obtuvieron resultados claros y concretos.

Encuesta

Permitió recopilar información de los turistas nacionales como extranjeros, así como los habitantes de la localidad. El total de la población objeto de estudio está en función de los datos del Censo Poblacional del 2010, que en este caso es de 112.501, con una tasa de crecimiento del 5.2%.

Para determinar y cuantificar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z² = Nivel de Confianza

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

e = Error muestral o estándar.

$$n = \frac{(1,96)^2 (112.501)(0.5)(0.5)}{(0,05)^2 (112501 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.1329 \times 112501 \times 0.5 \times 0.5}{281.25 + 0.9604}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 112501 \times 0.5 \times 0.5}{(0.0025 \times 112500) + (3.18416 \times 0.5 \times 0.5)} = \frac{108.045.96}{282.21} = 382.85$$

n = 383 Encuestas

Cuadro 3: Población de la Investigación

SECTOR INVESTIGATIVO	CANTIDAD
<i>Turistas Nacionales</i>	<i>97.744</i>
<i>Turistas extranjeros</i>	<i>12.600</i>
<i>Población Económicamente Activa</i>	<i>8.157</i>
<i>TOTAL</i>	<i>112.501</i>

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 4: Distribución del Tamaño de la muestra

Sector investigado	Población	Porcentaje	No. Encuestas
Población Local	97.744	82%	316
Turistas nacionales	12.600	11%	41
Turistas internacionales	8157	7%	26
Total	118.501	100%	383

Fuente: INEC-PDOT-Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

PROCEDIMIENTO

Para la realización del estudio de mercado, se procedió a diseñar la encuesta para la recopilación de la información primaria, para en base a ello proceder a la sistematización, análisis e interpretación de la misma, y determinar los respectivos análisis de oferta, demanda, demanda insatisfecha y la propuesta de las estrategias del marketing Mix.

El Estudio Técnico se lo realizó en base al tamaño del centro turístico que se va a implementar considerando su capacidad instalada, utilizada, administrativa y financiera; así como la macro y microlocalización, la ingeniería del proyecto y su estructura orgánica-funcional.

El Estudio económico-financiero se lo realizó en base a los presupuestos que permitieron determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la misma, así como el análisis de los presupuestos de costos e ingresos que permitieron realizar el cálculo del punto de equilibrio y los estados financieros.

La Evaluación Financiera, se la realizó en base al flujo de caja, indicadores que permitieron determinar la viabilidad del proyecto, dentro de éstos

indicadores tenemos, El valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio/costo, el período de recuperación del capital y el análisis de sensibilidad.

Por último se plantearon las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de dos grandes análisis importantes cada año.

Producto Principal: Complejo Turístico

Es una Instalación abierta al socio o turista, que facilita en forma habitual el servicio de hospedaje y alimentación mediante el pago de una tarifa, pudiendo prestar otros servicios de carácter complementario.

Las áreas del Complejo Turístico incluyen piscina, parque infantil, Cancha Sintética, bar, restaurante y alojamiento, entre otras.

Foto 11: Diseño Complejo Turístico “Río Aguarico”



Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Análisis de los consumidores

Estudia el comportamiento de los usuarios para detectar sus necesidades de consumo y uso y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de un servicio que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Resultados de las encuestas a los usuarios

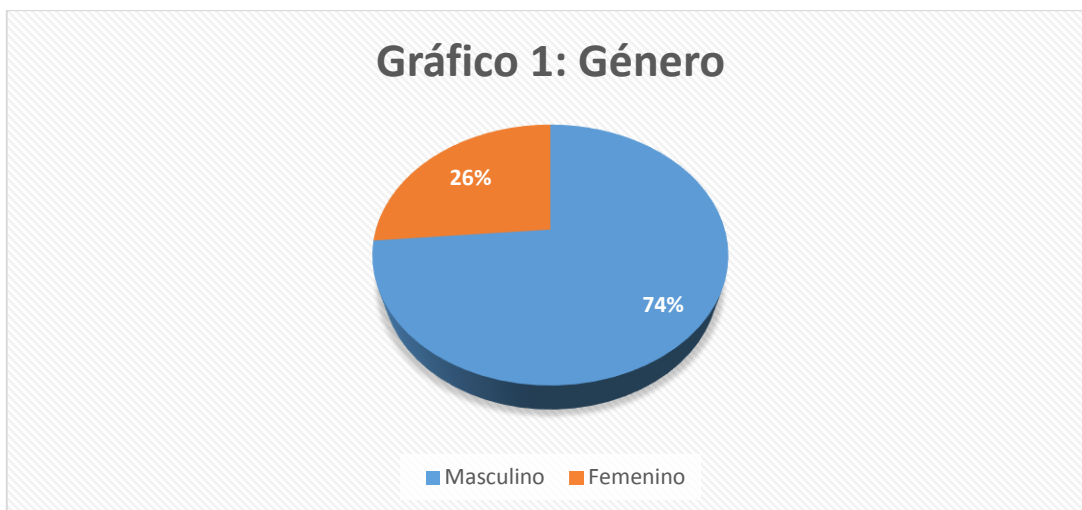
1.Cuál es su Genero

Cuadro 5: Genero

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	282	74%
Femenino	101	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

En lo que respecta al género de los encuestados el 74% es de sexo femenino y el 26% de sexo masculino. Esto nos determina que la mayor población de encuestados es de sexo femenino.

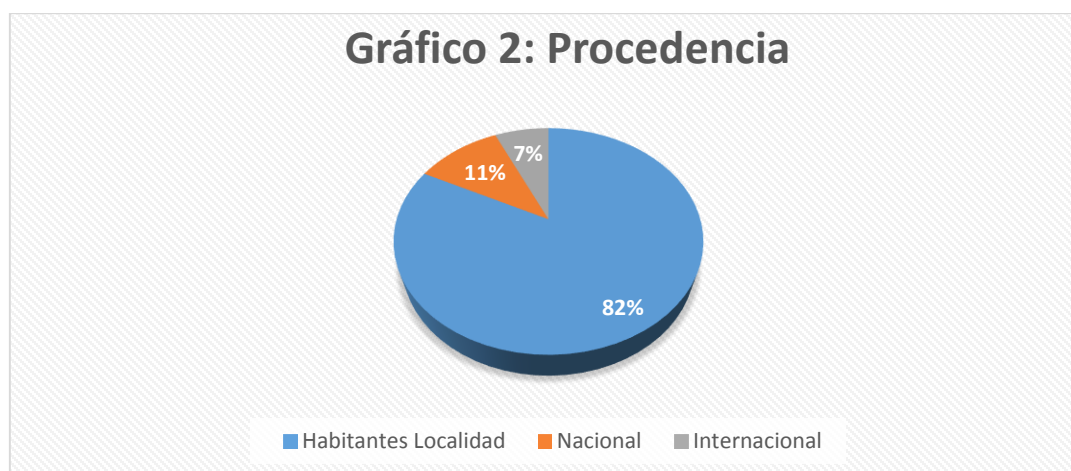
2. Cuál es su procedencia

Cuadro 6: Procedencia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Habitantes Localidad	316	83%
Nacional	41	11%
Internacional	26	7%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

La procedencia de los encuestados el 82% son habitantes de la localidad, el 11% turistas nacionales y el 7% turistas extranjeros. Esto nos determina que nuestros clientes potenciales van a ser habitantes del propio lugar y turistas cuando lleguen en determinadas temporadas.

3. Cuál es su edad

Cuadro 7: Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
18 a 28 años	195	51%	23	4485
29 a 39 años	127	33%	34	4318
40 a 50 años	29	8%	45	1305
51 a 61 años	17	4%	56	952
62 en adelante	15	4%	62	930
TOTAL	383	100%		11990

Fuente: Encuestas

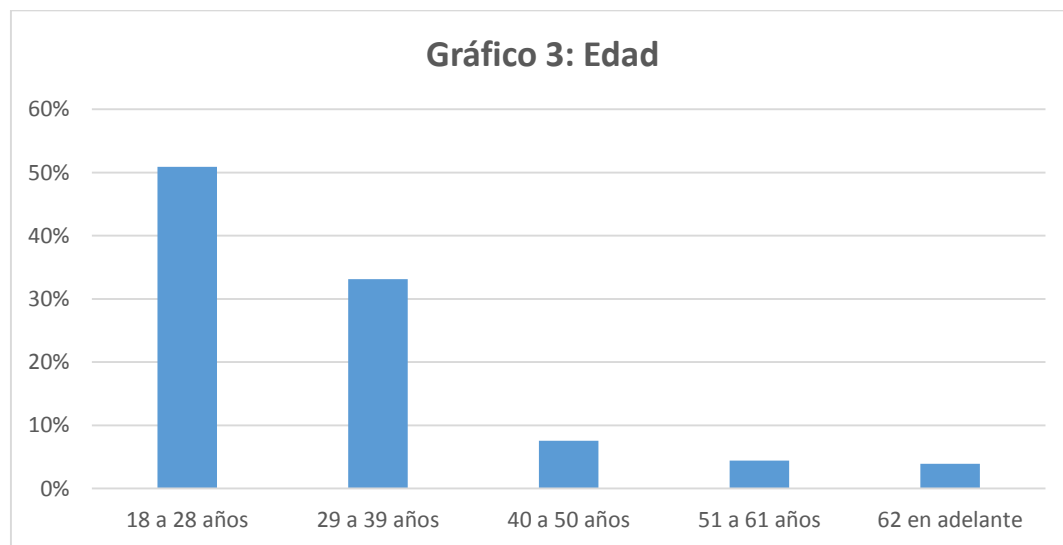
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

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

Promedio de Ingresos = 11,990/383

Promedio de Ingresos =

31 años



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

La edad promedio de los encuestados es de 31 años, por lo general los mismos son miembros de familia.

4. Cuál es su nivel de ingresos

Cuadro 8: Ingresos

INGRESOS (USD)	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
\$.376 A 576	25	7%	476	11900
\$.577 a 777	32	8%	677	21664
\$.778 a 978	125	33%	878	109750
\$.979 a 1179	172	45%	1079	185588
\$.1180 a 1380	16	4%	1280	20480
\$.1381 en adelante	13	3%	1381	17953
TOTAL	383	100%		367335

Fuente: Encuestas

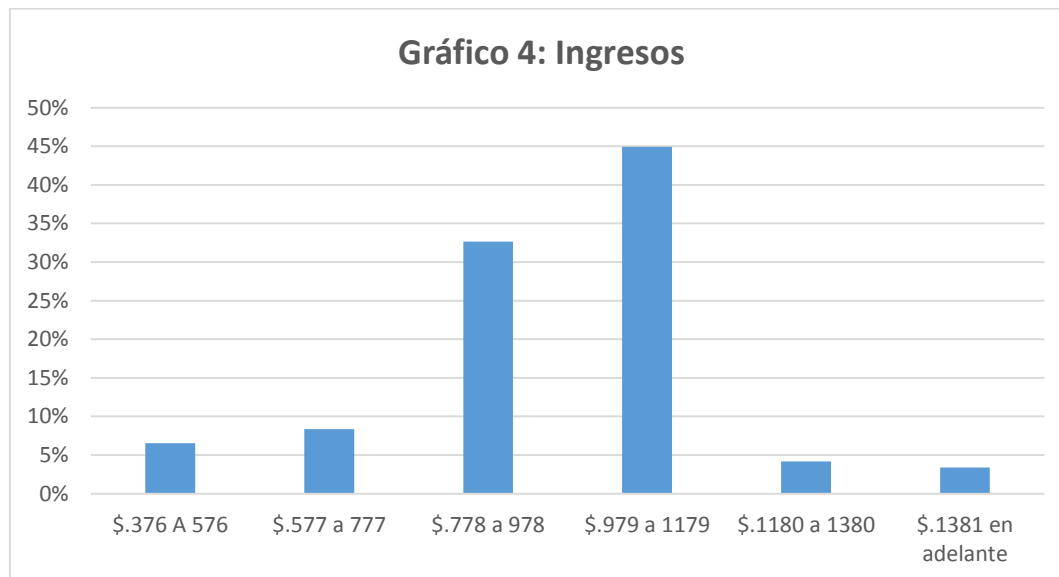
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

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

Promedio de Ingresos = $367,335/383$

Promedio de Ingresos =

959,10 Dólares americanos



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

El nivel de ingreso promedio de los encuestados es de \$.959.10, lo que significa que la mayoría de ellos pueden hacer uso de este servicio, ya que

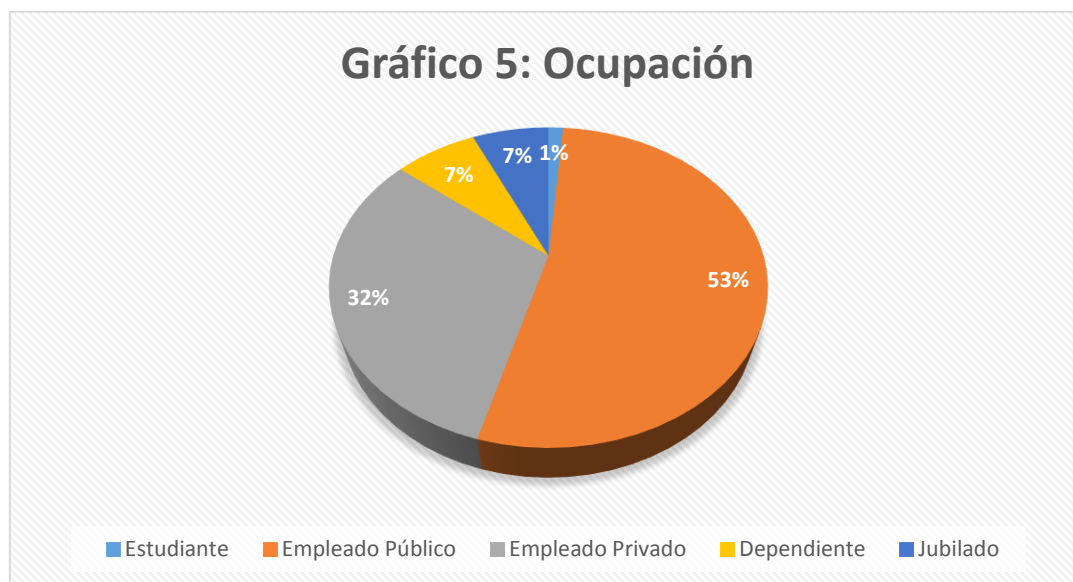
este salario sobrepasa el costo de la canasta familiar, y existe el excedente necesario para cubrir gastos adicionales como puede ser el turismo.

Cuadro 9: Ocupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	5	1%
Empleado Público	203	53%
Empleado Privado	121	32%
Dependiente	28	7%
Jubilado	26	7%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

El 53% de los encuestados pertenecen al sector público el 32% al sector privado, el 7% respectivamente son dependientes o jubilados, el 1% son estudiantes, esto nos determina que la mayor parte de nuestros clientes perciben un sueldo y pueden realizar sus prácticas turísticas.

Cuadro 10: De cuántos miembros está conformada su familia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Xm	f(Xm)
1 a 5	360	94%	3	1080
6 a 10	14	4%	8	112
11 en adelante	9	2%	11	99
TOTAL	383	100%		1291

Fuente: Encuestas

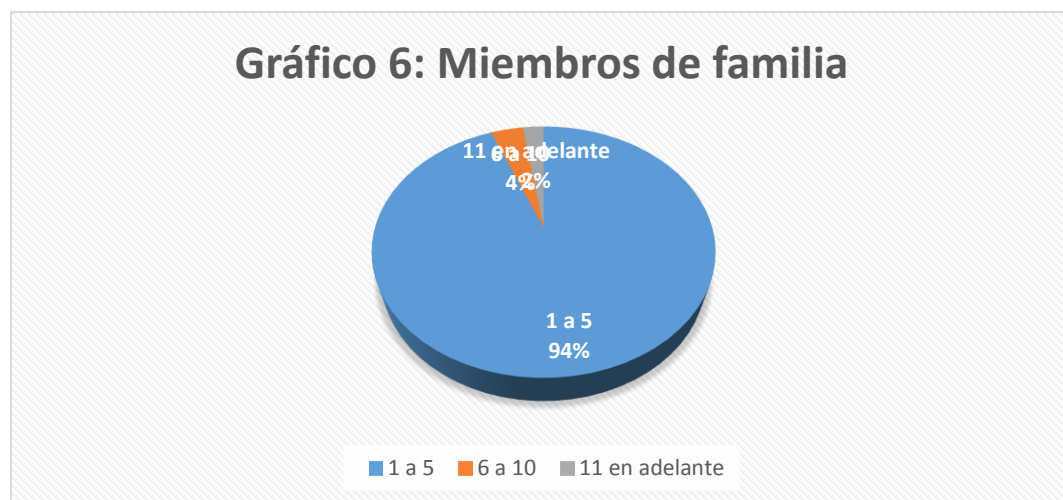
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Promedio miembros de familia: $\sum f(Xm)$

Promedio miembros de familia: 1291/383

Promedio miembros de familia =

3 miembros de familia

**Elaborado por:** Johana Victoria Ullauri Salgado

El promedio de miembros de familia de los encuestados son de tres personas, esto se lo considera con la finalidad de tener una visión de cuántas personas van a visitar el complejo turístico.

Cuadro 11: Ha visitado algún complejo turístico en el Cantón de Lago Agrio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	333	87%
NO	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

En lo que respecta a la pregunta de que si los encuestados han visitado un complejo turístico en un 87% manifiestan que si han visitado, mientras que el 13% indican que no. Esta interrogante nos permite determinar con quienes realmente vamos a contar para que sean nuestros clientes al implementar la nueva unidad productiva.

8. Si Ha visitado un complejo turístico, cuántas veces lo hace al año?.

Cuadro 12: Frecuencia de visitas

VISITAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1 a 3	67	20%	1,5	100,5
4 a 6	104	31%	3,5	364
7 a 9	61	18%	5,5	335,5
10 a 12	101	30%	7,5	757,5
TOTAL	333	100%		1557,5

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Promedio de visitas al año = $\sum F(X_m)/N$

Promedio de visitas al año = 1557,5/333

Promedio de visitas al año = 5 veces al año



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Las veces que visitan en el año la población local o los turistas nacionales o extranjeros manifiestan que lo hacen por lo menos 5 veces al año. Esto nos determina que se va a tener clientes durante todo el año, más específicamente de la población local.

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

Cuadro 13: Con personas que visita los complejos

ACOMPañANTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X_m	$f(X_m)$
1 a 2	192	58%	1,5	288
3 a 4	124	37%	3,5	434
5 a 6	16	5%	5,5	88
7 en adelante	1	0%	7	7
TOTAL	333	100%		529

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Promedio de personas = $\sum F(X_m)/N$

Promedio de personas = $529/333$

Promedio de personas = 2 personas



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Con relación al No. De personas que visitan los complejos turísticos, el promedio son de dos personas, datos que nos permiten proyectar la demanda futura.

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

Cuadro 14: Costo promedio de gasto por persona

COSTO (USD)	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X_m	$f(X_m)$
1 a 5	286	86%	3,00	858
6 a 10	37	11%	8,00	296
11 a 15	10	3%	13,00	130,00
TOTAL	333	100%		1.284,00

Fuente: Encuestas

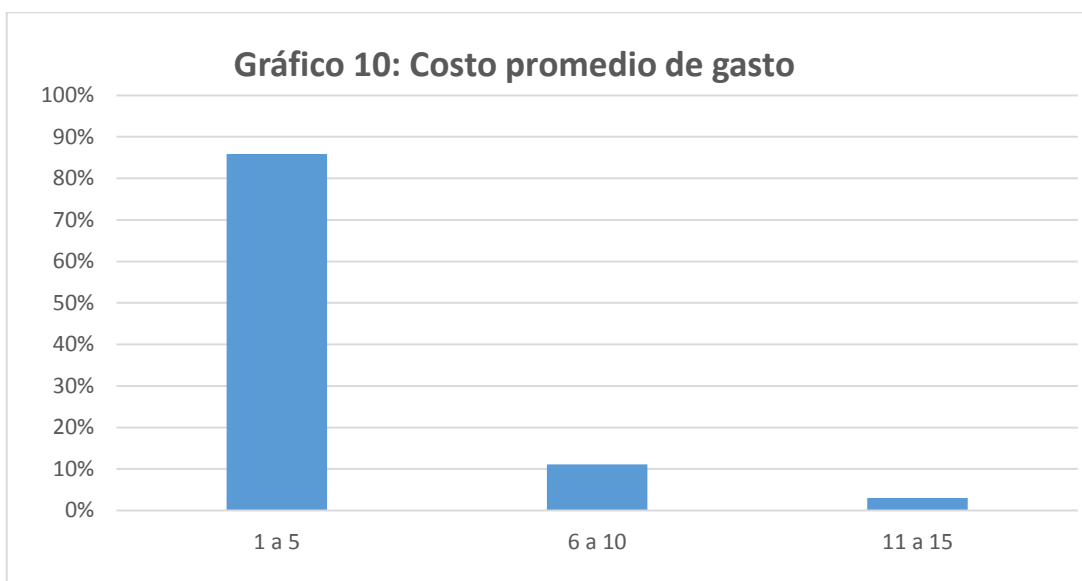
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

$$\text{Promedio de Costo} = \sum F(X_m)/N$$

$$\text{Promedio de Costo} = 1,284/333$$

$$\text{Promedio de Costo} = 4 \text{ dólares americanos}$$

El costo promedio que pagan por ingresar a un complejo turístico es de cuatro dólares americanos. Valor que nos permite determinar los costos de venta al público frente a la competencia.



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

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

Cuadro 15: Medios Turísticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	11	3%
Revistas	7	6%
Prensa	5	2%
Internet	333	100%
Familiares	125	38%
Amigos	210	63%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

El análisis de los medios de comunicación se la realiza a través de un análisis de relación horizontal, en razón de ser una pregunta de respuesta múltiple, por lo tanto los medios de comunicación que utilizan para seleccionar los destinos turísticos en un 100% manifiestan que lo hacen a través del internet, el 63% por medio de amigos, el 38% por familiares, el 6% en revistas y el 3% por la televisión. Dato que nos permite tener en cuenta para ver porque medios de comunicación son más revisados por los clientes.

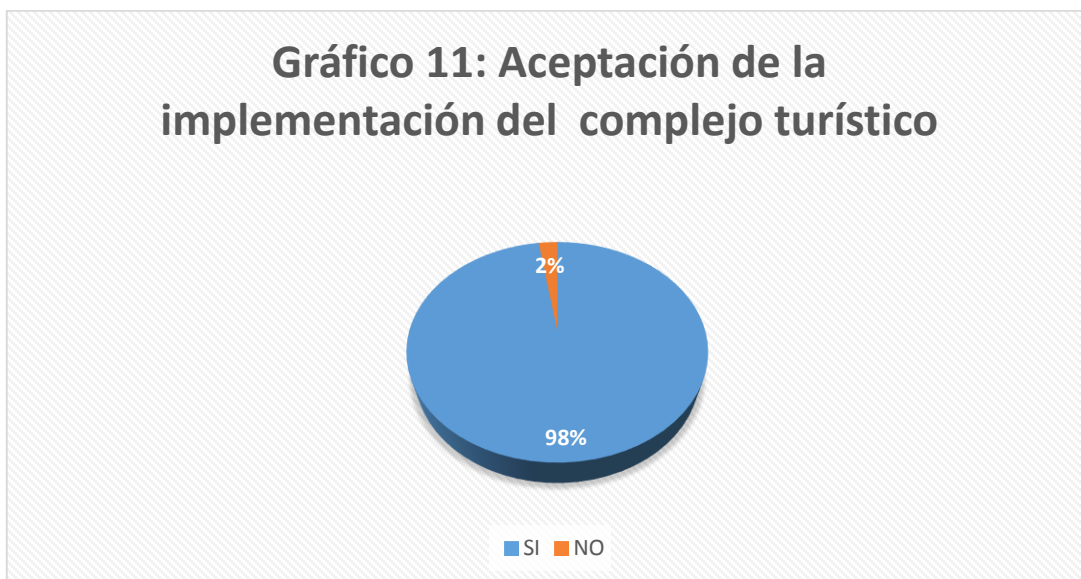
12. Le gustaría visitar un nuevo centro turístico en Lago Agrio

Cuadro 16: Aceptación del nuevo centro turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	325	98%
NO	8	2%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

En lo que respecta a la aceptación del nuevo complejo turístico, los encuestados manifiestan en un 98% que están de acuerdo que exista esta

nueva unidad productiva, mientras que el 2% indican que no. Esto nos determina que vamos a tener la acogida necesaria para implementar el complejo turístico en Lago Agrio.

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

Cuadro 16.1: Visita a un centro turístico en la Parroquia Puerto Limón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alojamiento	185	57%
Bar-Restaurante	250	77%
Piscinas	325	100%
Canchas	210	65%
Recorridos y caminatas	25	8%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Los encuestados indican que les gustaría que el complejo turístico en un 100% ofrezca el servicio de piscinas, el 65% canchas deportivas, el 77% Bar-Restaurante y el 57% alojamiento. Información que se la considera para ofrecer estos tipos de servicios y que el cliente se sienta satisfecho, análisis de tipo horizontal, en razón de que los encuestados responden a más de una opción en los resultados..

14. Qué características debe cumplir el centro turístico

Cuadro 17: Características que debe tener el centro turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de calidad	325	100%
Promociones	52	16%
Precios accesibles	172	53%
Paquetes turísticos	12	4%
Servicio de Guardianía	200	62%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Según los encuestados manifiestan que el Complejo turístico debe ofertar en un 100% un servicio de calidad, el 62% seguridad, el 52% precios accesibles el 16% promociones y el 4% paquetes turísticos.

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

Cuadro 18: Medios de comunicación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	12	4%
Revistas	25	8%
Prensa	18	6%
Internet	325	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Los medios de comunicación por los cuales los turistas desean enterarse del nuevo complejo turístico manifiestan que les gustaría que sea mediante el internet. Esto permite que la empresa se haga conocer mediante una página web.

16. Cómo le gustaría que se promocióne el nuevo centro turístico

Cuadro 19: Promoción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	12	4%
Camisetas	158	49%
Llaveros	325	100%
Gorras	325	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Con respecto a la promoción los encuestados manifiestan en un 100% que se lo haga a través de llaveros y gorras, mientras que el 49% a través de camisetas y el 4% con descuentos. Información que permite presupuestar la promoción del centro turístico.

ANALISIS DE LA DEMANDA

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores económicos, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo).

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

Demanda = CNA = producción nacional + importaciones – exportaciones

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula en razón de que los datos son hasta el 2010.

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

Donde:

Pf = Demanda futura

Db = Demanda base

I = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos

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

$$Pf = 97744 (1 + 0.052)^6$$

$$Pf = 97744 (1 + 0.052)^6$$

$$Pf = 97744(1,35548414)$$

$$Pf = 130.818$$

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado. En este caso el servicio del Complejo turístico.

Cuadro 20: Demanda Potencial

Años	Demanda Potencial (5,2%)	Turistas Nacionales 2%	Turistas Extranjeros 1.2%	Total Demanda Potencial
0	130.818	12.600	8.157	151.575
1	132.676	12.852	8.255	153.782
2	134.560	13.109	8.354	156.023
3	136.470	13.371	8.454	158.296
4	138.408	13.639	8.556	160.603
5	140.374	13.911	8.658	162.943

Fuente: INEC 2010. Proyección 2017

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Demanda Real

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

Cuadro 21: Demanda Real

Años	Demanda Potencial	Demanda Real 87%
0	151.575	131.870
1	153.782	133.791
2	156.023	135.740
3	158.296	137.717
4	160.603	139.724
5	162.943	141.761

Fuente: Encuesta. Cuadro 7

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Demanda Efectiva

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

Cuadro 22: Demanda Efectiva

Años	Demanda Potencial	Demanda Real 87%	Demanda Efectiva 98%	Veces que visita al año	No. Personas con las que visita	Demanda Futura
0	151.575	131.870	129.233	5	2	1.292.328
1	153.782	133.791	131.115	5	2	1.311.150
2	156.023	135.740	133.025	5	2	1.330.249
3	158.296	137.717	134.963	5	2	1.349.630
4	160.603	139.724	136.930	5	2	1.369.297
5	162.943	141.761	138.926	5	2	1.389.255

Fuente: Encuesta. Cuadro 8, 9 y 12

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto

Oferta de Complejos Turísticos en Lago Agrio (Competencia)

Lago Agrio es una puerta de la Amazonía y su gran movimiento comercial le da vitalidad a la ciudad, que nació en los años 70 con el boom petrolero, es por ello que al llegar a la ciudad de Nueva Loja podemos apreciar las instalaciones de las diferentes compañías petroleras nacionales e internacionales, que operan en la zona. Esta ciudad posee la infraestructura necesaria para acoger a los turistas que visitan la provincia; cuenta con hoteles, restaurantes, transporte aéreo, terrestre, fluvial, centros de diversión y mucho más para la comodidad y satisfacción de sus visitantes.

En lo que respecta a la infraestructura existen algunos lugares que se convierten en competencia para el nuevo centro turístico “Aguarico”.

Foto 10: Estadero San Jhon



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Se encuentra ubicado en la Vía a Pusino Km 6, cuenta con los servicios necesarios a orillas del Río Aguarico. Un colorido tobogán en forma de culebra

con la boca abierta despide a los bañistas que luego de subir ansiosos las escaleras se deslizan y caen a la piscina de adultos. Una caída de agua sobre piedra le da el toque natural y especial.

Se puede el sol y disfrutar del paisaje. La laguna con peces en la entrada o una fabulosa vista al río Aguarico es el atractivo que se aprecia desde el segundo piso del restaurante, un acabado en madera con decorado especial genera un ambiente acogedor apto para reuniones sociales, recibir a instituciones, colegios, grupos de amigos o familias. Además ofrece, alternativas gastronómicas en comida rápida, parrillada, maitos de tilapias y postres acompañados de fruta y helado que satisfacen los más exigentes paladares. (GADMunicipal, Turismo Lago Agrio, 2015)

El Estadero San Jhon, al año acoge a un promedio de 115.000 personas.

Foto 12: Choza de Mao



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

En la rivera del Río Aguarico se han levantado infraestructuras en forma de chozas individuales con área de parqueadero posterior, en este lugar la diversión es garantizada pues mientras los niños se divierten en un área de piscina cerrada y segura se han habilitado otras áreas cercanas y alejadas según las necesidades de los turistas, para pista de baile, karaoke, bar, restaurante y mirador.

La buena música, bebidas variadas y alegre ambiente son características propias de este lugar que cuando el calor y el sol amazónico son más intensos la playa del Río se vuelve una extensión de las chozas y tomar un baño en el Río es lo más delicioso para muchos. Durante feriados de Carnaval y Año Nuevo, miles de turistas llegan a este lugar en busca de diversión, música y rumba.

La choza de Mao, al año acoge un promedio de 120.000 personas

Laguna Azul

Ubicado en la vía Tarapoa Km 1 ½ margen izquierdo, tiene una extensión de 1.5 has. Considerando que la diversión no es algo exclusivo de niños y jóvenes, este establecimiento dispone de piscinas para adultos y niños, toboganes, resbaladeras, pista de baile, bar restaurant, duchas, parqueadero y cancha de indor. También se puede realizar parrilladas familiares acompañados de un relajante entorno natural y vista panorámica del lugar que cuenta con seguridad privada.

La Laguna Azul, al año acoge un promedio de 46.000 personas.

Foto 13: La Sirenita



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ubicado en el kilómetro 4 ½ de la vía a Colombia, con un acogedor entorno natural y lagunas de tilapias, el centro tiene como atractivo principal la pesca deportiva, posee tres estanques donde el turista lanza el anzuelo y mientras disfruta de buena música se divierte pescando las tilapias más grandes. El Centro Turístico ofrece el servicio de restaurante para preparar las tilapias con la receta especial o si usted prefiere, puede llevar a casa para prepararlas a su gusto.

La Sirenita, al año acoge un promedio de 51000 personas

Foto 14: Centro Turístico las Pirámides



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Confort y diversión en medio de la naturaleza, con una privilegiada vista al río Aguarico, una playa amplia arrullada por el correr del río y junto a cañales en gamas de verde y amarillo, Las Pirámides tiene opciones de descanso y 25 parrillas para momentos familiares o de amigos. Este atractivo sitio es de entrada gratuita, cuenta con pista de baile, música, canchas deportivas de fútbol y vóley, juegos de paintball y billa, además de 5 chozas individuales para grupos y familias que desean mayor independencia para vivir un buen momento.

El centro Turístico las Pirámides atiende al año un promedio un promedio de 60.000 personas

Foto 15: Parque Perla



Fuente: GADM- Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

En el área urbana periférica a la ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, se localiza el Parque Ecológico Recreativo Lago Agrio – PERLA, que ha prestado servicios de recreación, conservación y turismo desde el 19 de junio del 2009, cuenta con la Laguna de Lago Agrio y ofrece una alternativa de recreación familiar, donde se respetan las buenas prácticas de turismo sustentable, recogiendo a animales en peligro y generando con su actividad fuentes de empleo

El parque la Perla acoge al año un promedio de 120.000 personas

Oferta del servicio de los Complejos Turísticos en Lago Agrio

Cuadro 23: Oferta

Centros Turísticos	No. Personas atención al año
Estadero San John	115.000
Choza Mao	120.000
Laguna Azul	46.000
La Sirenita	51.000
Las Pirámides	60.000
Parque Perla	120.000
TOTAL	512.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Para determinar la oferta del servicio en Lago Agrio se procedió a realizar mediante la regla de tres simple en razón de no contar con la tasa de crecimiento anual, ni tampoco contar con registros de años anteriores.

$$\text{Oferta} = \frac{1.292.328}{512.000} \rightarrow 100\%$$

$$512.000 \rightarrow X$$

$$\text{Oferta} = \frac{(512000)(100)}{1292328}$$

$$\text{Oferta} = 40\%$$

Cuadro 24: Estimación de la Oferta

Años	Demanda	Oferta 40%
0	1.292.328	512000
1	1.311.150	524459,837
2	1.330.249	532099,448
3	1.349.630	539851,882
4	1.369.297	547718,835
5	1.389.255	555702,027

Fuente: Investigación Directa

Elaboración Johana Victoria Ullauri Salgado

Demanda Insatisfecha

Es aquella demanda que no se encuentra cubierta por el mercado.

Cuadro 25: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta 40%	Demanda Insatisfecha
0	1.292.328	512.000	780.328
1	1.311.150	524.460	786.690
2	1.330.249	532.099	798.149
3	1.349.630	539.852	809.778
4	1.369.297	547.719	821.578
5	1.389.255	555.702	833.553

Fuente: Investigación Directa

Elaboración Johana Victoria Ullauri Salgado

MARKETING MIX

Servicio

El Complejo turístico “Aguarico” contara con el servicio de Alojamiento, restaurante, piscina, toboganes, canchas deportivas, pistas de baile y área de recreación infantil brindando un servicio de excelente calidad. Las instalaciones como piscina y demás áreas de recreación como áreas verdes estarán sujetas a un mantenimiento constante con el fin de que aparte de brindar diversión, se puede ofertar salud y seguridad.

Precio

El precio de los servicios que se determinará para el complejo turístico, será fijado en base a la competencia a fin de satisfacer las expectativas de los turistas quienes buscan servicios de calidad y precios accesibles, cabe

recalcar que los precios establecidos por el complejo “Aguarico” no sobrepasan los precios de la competencia.

Plaza

El complejo Turístico prestará sus servicios en la ciudad de Lago Agrio, Cantón Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.

Publicidad

El Complejo Turístico necesitará disponer de fuentes de información, para ello se usará las redes sociales tales como: Se creará una página Web del Complejo, así mismo se lo realizará por Facebook, twitter e Instagram, en donde se detallarán los servicios que se ofrecerán, precios y las instalaciones, podrá solicitar información y hacer reservaciones, además estará al día con las promociones periódicas que se realizarán.

Promoción

Las estrategias de promoción que se utilizarán para dar a conocer el complejo turístico buscan dar a conocer los servicios y así lograr captar el interés de los clientes. Para ello se tomará en consideración el criterio de los clientes de acuerdo a las encuestas realizadas.

Cuadro 26: Promoción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	12	4%
Camisetas	158	49%
Llaveros	325	100%
Gorras	325	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

ESTUDIO TECNICO

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

TAMAÑO

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

Capacidad

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

servicios que se ofertan.

Capacidad Instalada

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

La capacidad instalada del Complejo Turístico “Río Aguarico” en Lago Agrio va a estar en función de los servicios que va a ofertar el mismo, en este caso: El servicio de Restaurant, hospedaje, piscinas, canchas juegos infantiles.

Cuadro 27: Restaurante

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

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 28: Cabañas para hospedaje

N° Cabañas	N°. Camas	No. personas
2	3 dobles x2	12 personas
2	4 triples x 2	18 persona
2	Cabañas familiares	16 personas
TOTAL		46 personas

Fuente: Diseño Arquitectónico

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Capacidad Utilizada

Es el porcentaje de la capacidad instalada en lo que respecta a los servicios de ingreso al complejo, restaurante, utilización y cancha sintética, será del 100%, ya que se trabajará de jueves a domingo, y los que utilizaran éstos servicios, son personas de la localidad, y el servicio de alojamiento que se ofertará viernes y sábado, son turistas nacionales o extranjeros, que por lo general la afluencia de turistas son en éstos días, por consiguiente en lo que respecta a hospedaje se tendrá:

Cuadro 29: Capacidad utilizada para hospedaje

Descripción	Viernes	Sábado	Total Semanal	Total Anual
Huéspedes	9	9	18	936
TOTAL				936

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Capacidad Administrativa

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

El Complejo Turístico contará con el siguiente personal:

Cuadro 30: Personal Administrativo	
Cantidad	Descripción
1	Gerente
1	Secretaria-Contadora
2	Recepcionista (1 para hospedaje y 1 para restaurant).
1	Conserje-Guardián
1	Chofer

Fuente: Organigrama Estructural de la Empresa
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Capacidad Financiera

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

Cuadro 30: FINANCIAMIENTO

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

Fuente: Monto de la Inversión

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

LOCALIZACIÓN

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

LOCALIZACION DEL COMPLEJO TURISTICO.

Macrolocalización

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

Factores determinantes de la Macro localización

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

El Complejo Turístico “Río Aguarico” se ubicará en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, ciudad de Nueva Loja, donde se agrupa gran parte de su población total.

Mapa 3: División Política de Sucumbíos



Fuente: GAD Municipal de Sucumbíos
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Microlocalización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo, selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominado sitio, en que se localiza y operara el proyecto dentro de una macro zona.

Factores determinantes de la Micro localización

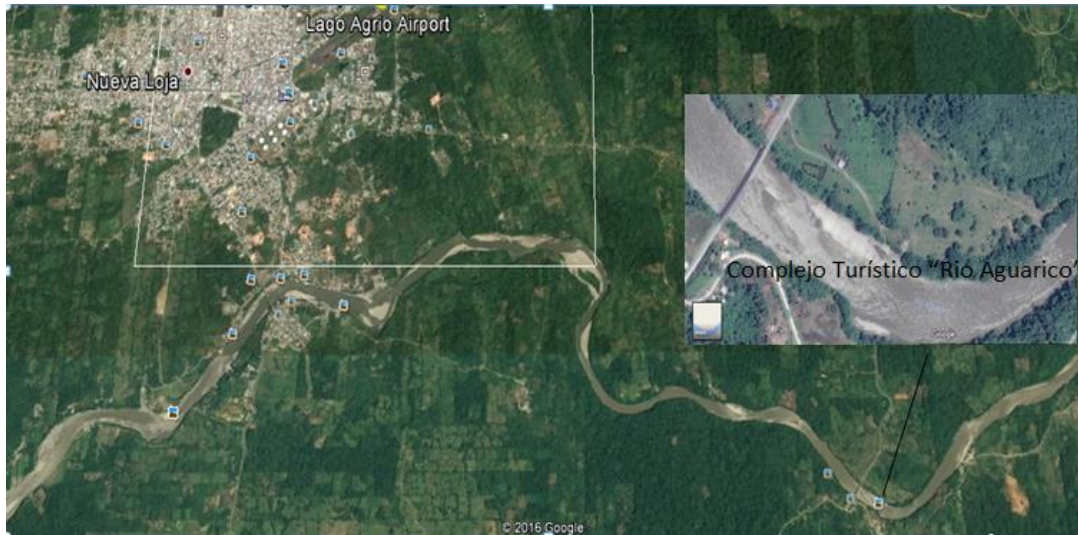
En la micro localización influyen los siguientes factores:

- a) Tipo de edificio;

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

El centro Turístico se encontrara ubicado en el recinto los Rivereños, Km. 12 vía al Coca de la parroquia Nueva Loja Cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

Mapa 4: Ubicación del área de estudio



Fuente: Google Earth Imagen Digital 2016

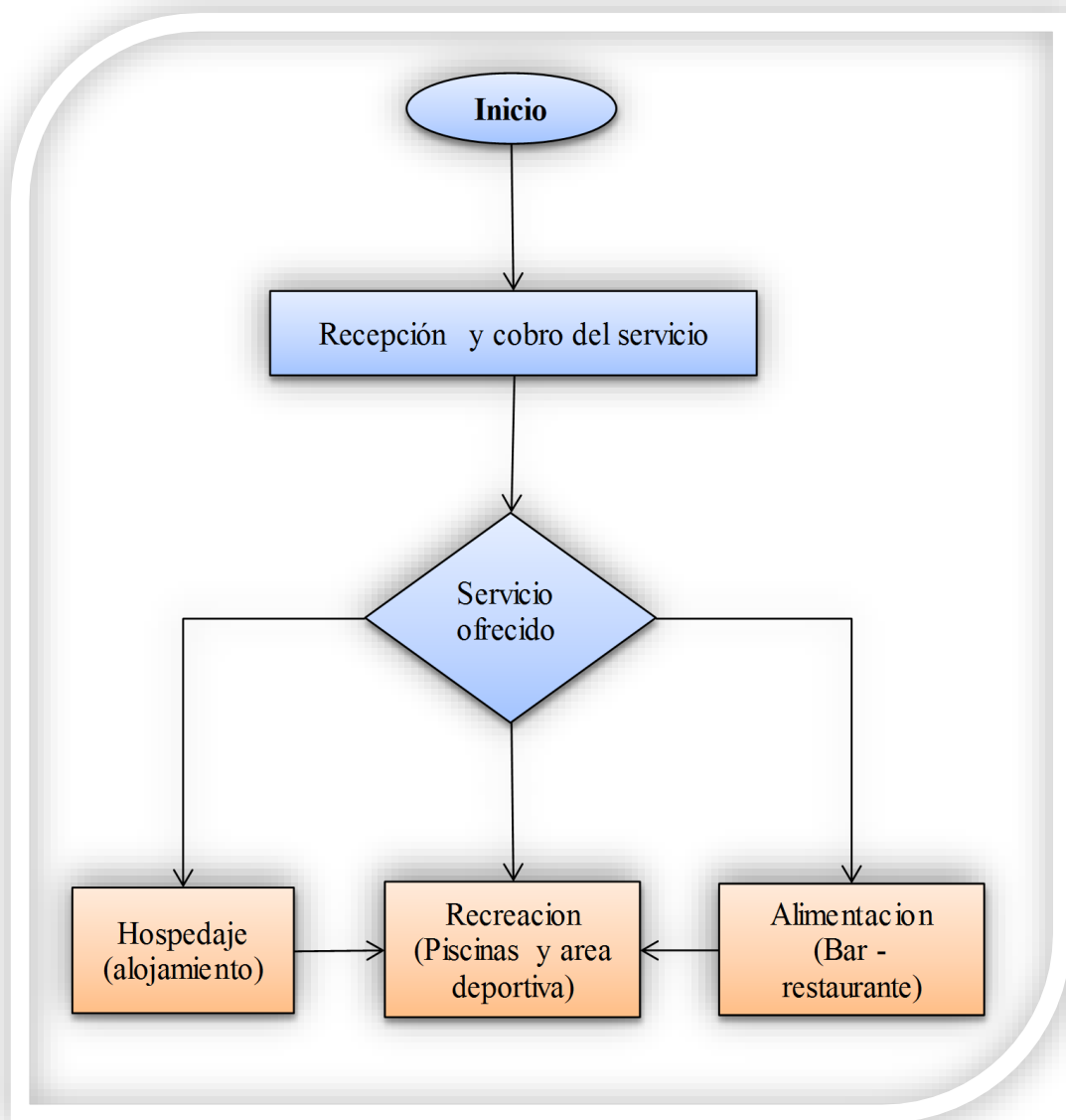
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

INGENIERIA DE PROCESOS

Flujograma de Procesos

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

Figura 1: Flujo grama general del complejo turístico “Río Aguarico”

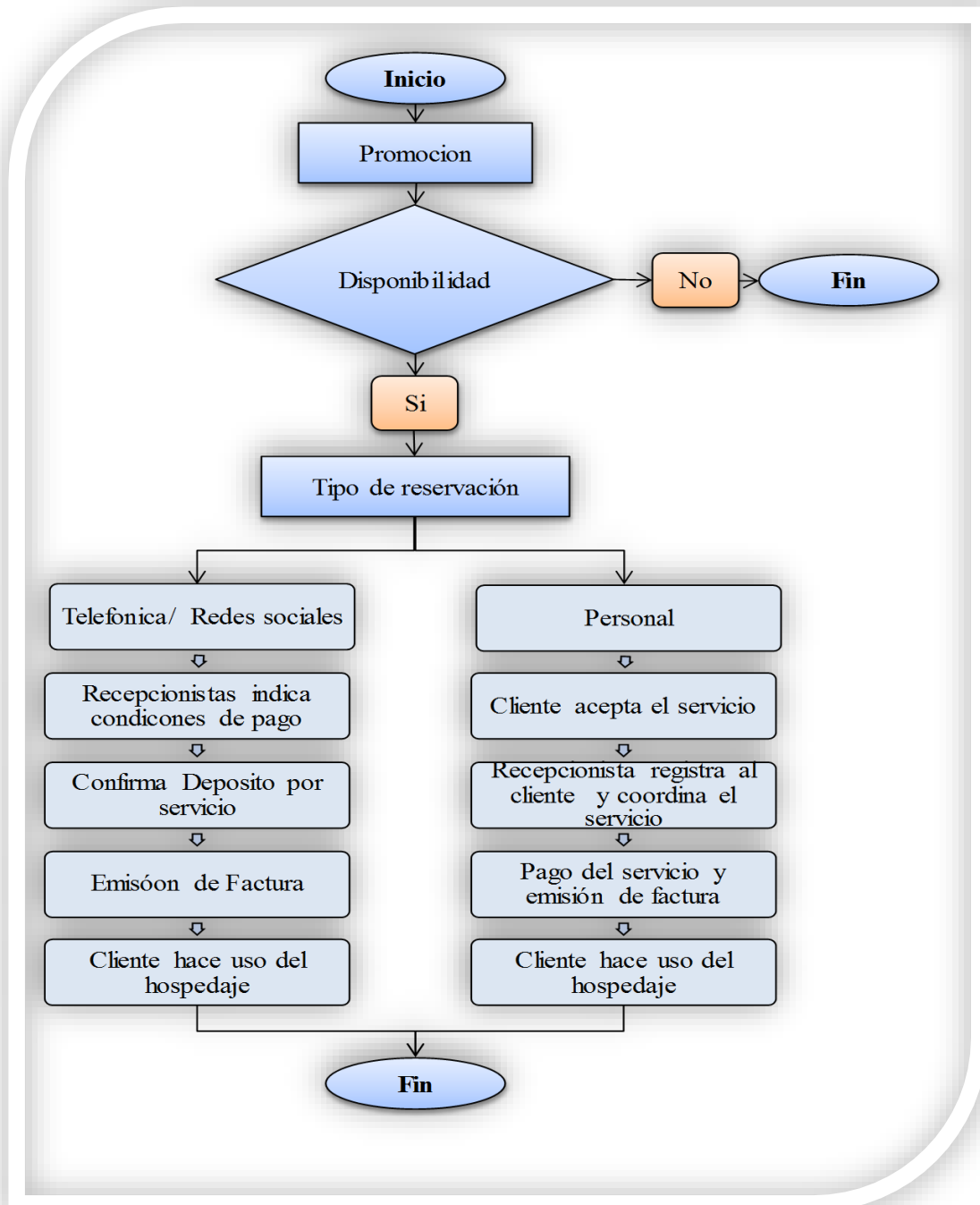


Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

b) Flujo grama del proceso área recreativa

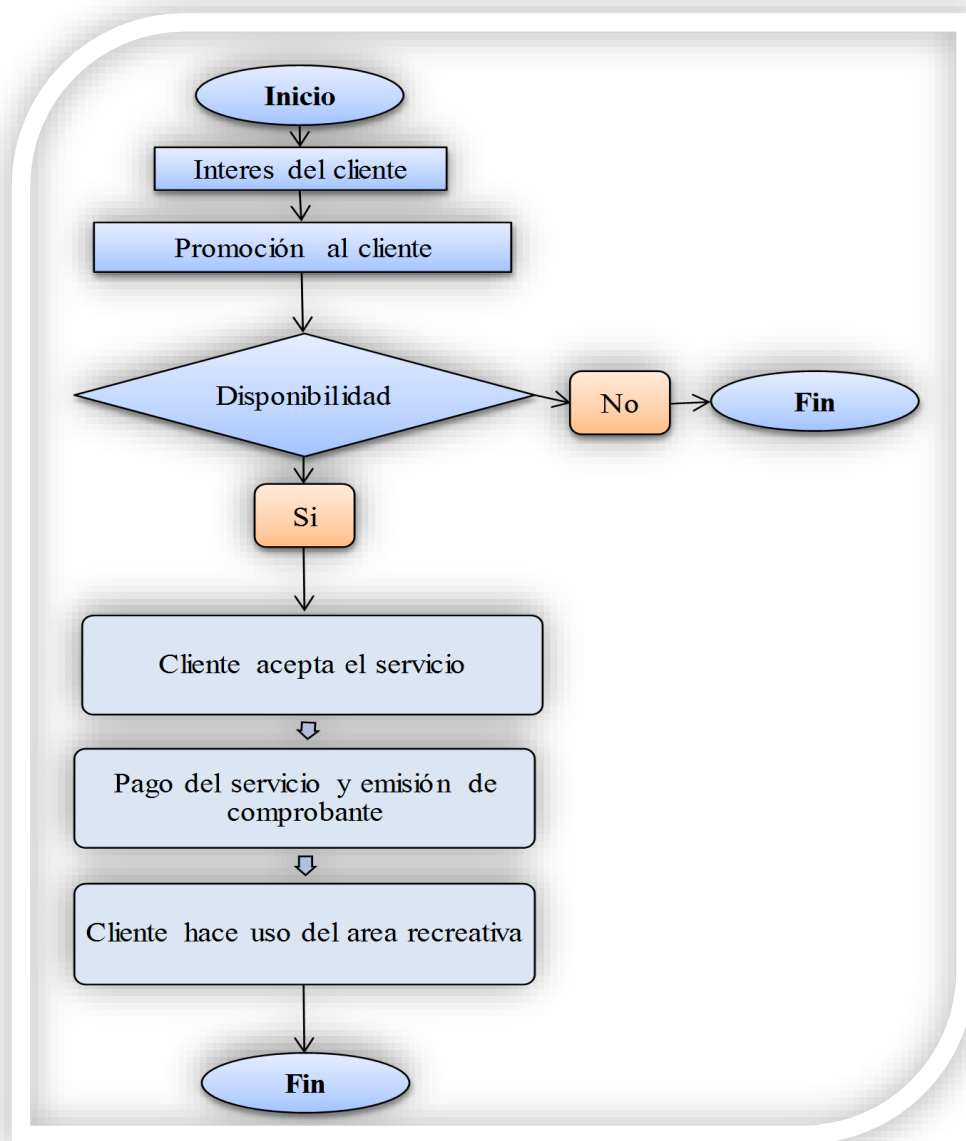
El área recreativa dispone de del servicio de Piscinas, juegos infantiles canchas deportivas.

Figura 2: Flujo grama del proceso área recreativa



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

c) Figura 3: Flujo grama del proceso del área hospedaje

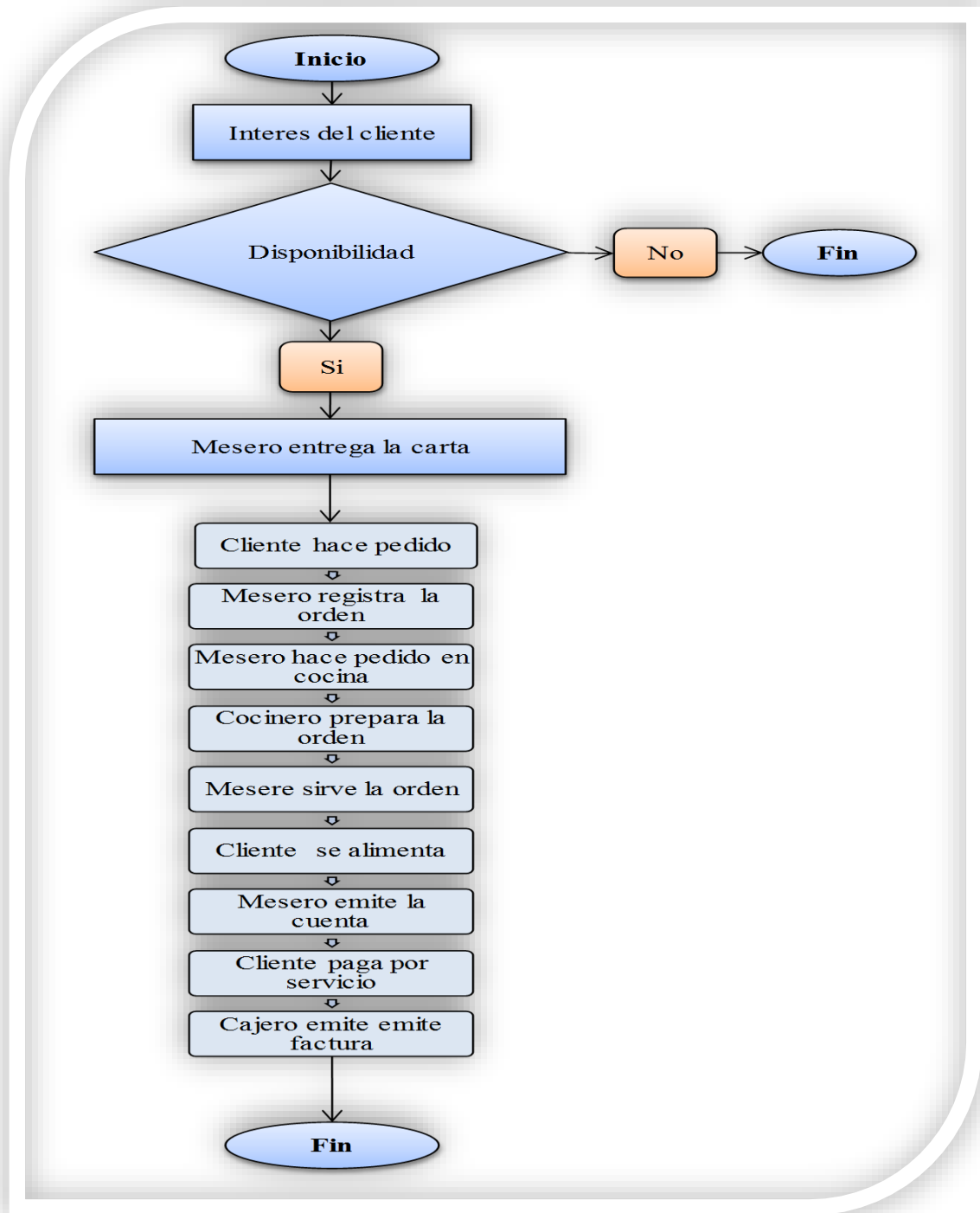


Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

4) Flujo grama del proceso área alimentación

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

Figura 4: . Flujo grama del área de alimentación



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

ESTRUCTURA ORGANICA FUNCIONAL

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

ESTUDIO LEGAL

Tipo de empresa

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

Requisitos para apertura del RUC (Registro Único del Contribuyente)

- ✓ Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- ✓ Original y copia de una planilla de un servicio certificada de la escritura pública de constitución.
- ✓ Original o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Original y copia de cédula de identidad, certificado de votación del

representante legal.

- Original o copia de las cartas de servicios básicos de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción

Requisitos para apertura del número patronal en el IESS.

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

Contrato de trabajo inscrito ante el inspector de trabajo estando de acuerdo con todas las cláusulas escritas a favor de ambas partes el empleador y empleado.

Cédula de identidad del representante legal de la compañía.

RUC

Posterior a todos estos pasos se procederá a la inscripción de cada uno de los empleados.

Certificado bancario.

Requisitos para afiliación a la cámara de turismo

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

Requisitos para licencia anual de funcionamiento

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

Beneficios Legales

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

- La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a

la renta año 2014 es 22%.

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

- Según el Capítulo II, Art. 62 del Reglamento del Código de la producción el estado apoyará al acceso de las mi pymes al financiamiento de la banca pública privada y estatal.
- Según el Art. 24 del Reglamento del Código de la producción el beneficio ambiental se da en un incentivo tributario como deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y la producción eco-eficiente.

g) Obligaciones Legales.

Según el Código Tributario las empresas tienen la obligación de: Presentar la declaración del impuesto a la Renta. Presentar la declaración del impuesto al IVA, mensualmente. Presentar los anexos transaccionales mensuales (ATS). Anexos redep (relación dependencia) una vez al año en el mes febrero.

Según el Código Laboral las empresas tienen la obligación de: Afiliar a los trabajadores desde el primer día de trabajo al IESS.

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

Organigramas

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

Niveles Jerárquicos

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

➤ Nivel directivo

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

➤ Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas,

reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

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

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

➤ **Nivel asesor**

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

➤ **Nivel auxiliar o de apoyo**

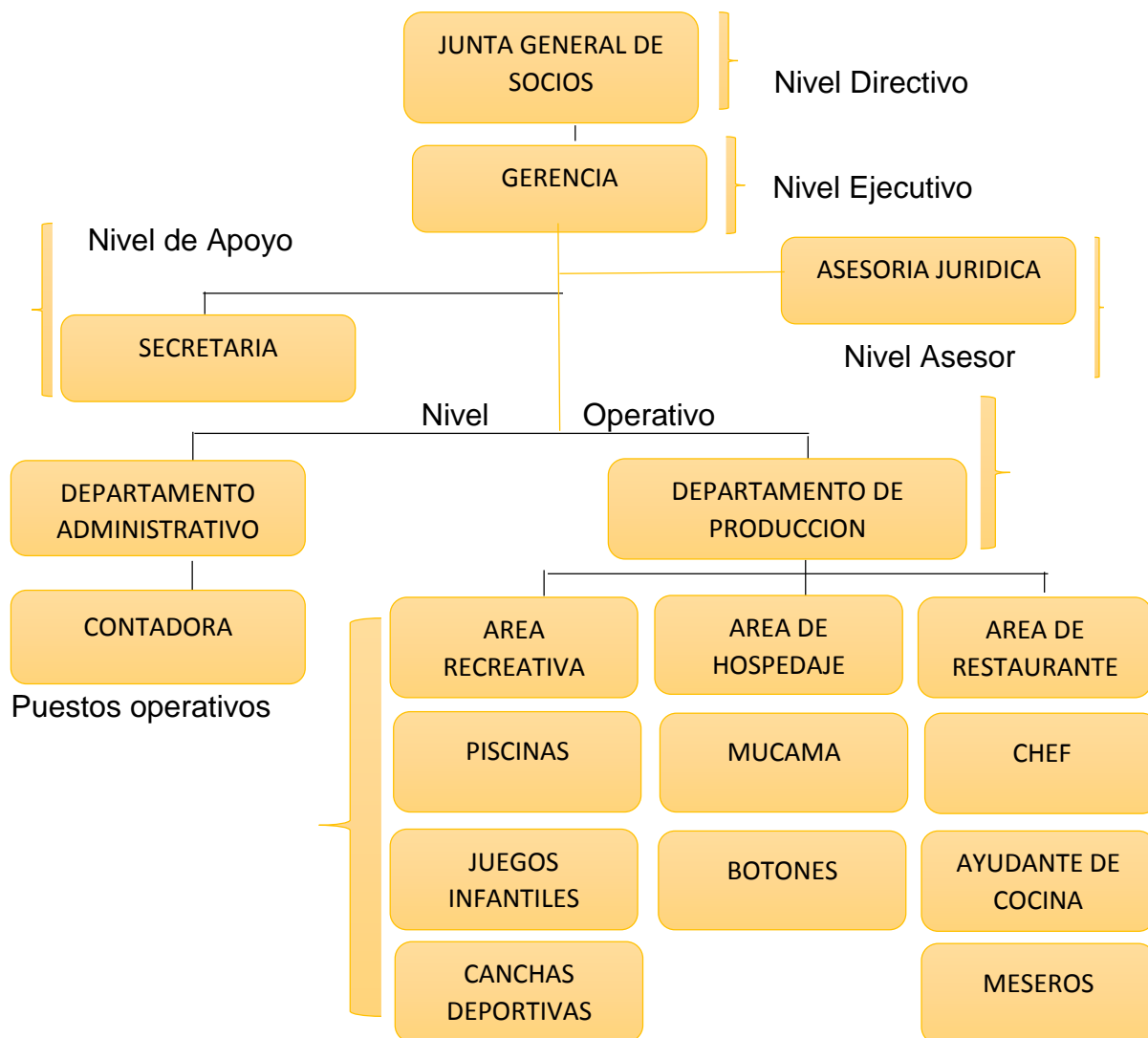
Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente. Apoya a los otros niveles administrativos, en la empresa.

➤ **Nivel operativo**

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

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

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURISTICO “RIO AGUARICO”. CIA.LTDA



Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

MANUAL DE FUNCIONES

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

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

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

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

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

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

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

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Definido el mercado, los requerimientos técnicos y administrativos para la implementación del Complejo Turístico “Río Aguarico” Cia. Ltda., es necesario determinar la suma de las inversiones requeridas para ponerlo en funcionamiento, así como la forma del financiamiento del mismo en base a precios del mercado 2017, de tal manera que permita evaluar la factibilidad para su creación. “La preparación operativa del proyecto debe realizarse a nivel micro y macro, tomando en cuenta las diversas variables que influyen en su apertura “ (CALDAZ, 2006).

INVERSION Y FINANCIAMIENTO

INVERSION

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, incluyendo el capital de trabajo”³

Para efectos del presente trabajo, la inversión comprende la intervención de activos fijos, el valor de la maquinaria, equipos y enseres hoteleros, terreno, construcciones, muebles y enseres para administración; un activo diferido que incluye gastos pre operacionales de adecuaciones temporales, trámites legales para la constitución de la compañía; un capital de trabajo que estima los costos que demandarían las operaciones de arranque de esta nueva empresa. Se determina así, el monto de las inversiones que se van a efectuar en el proyecto.

³ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos de Inversión. 3ra. Edición. Editorial Mc-Graw Hill. México 1999. Pág. 169

Inversiones fijas o tangibles

Son aquellos bienes que no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta

Eventualmente, los activos fijos pueden ser dados de baja o vendidos, ya sea por obsolescencia o actualidad tecnológica. La vida útil de un activo fijo es el tiempo durante el cual la empresa hace uso de él hasta que ya no sea útil para la empresa.

Cuadro 31: PRESUPUESTO DE TERRENO

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
5000	m ²	Terreno	7,00	35.000,00
		TOTAL		35.000,00

Fuente: GAD Municipal de Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 32: Construcciones

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	256,50	Piscinas	265,00	67.972,50
1	420,00	Cancha sintética	80,00	33.600,00
1	420,00	Cancha de básquet	60,00	25.200,00
10	22,50	Vestidores	100,00	2.250,00
1	280,00	Restaurant	250,00	70.000,00
2	20,00	Cabañas individuales	250,00	5.000,00
2	30,00	Cabañas triples	250,00	7.500,00
2	88,00	Cabañas familiares	250,00	22.000,00
1	375,00	Área de parqueo	50,00	18.750,00
1	36,00	Caseta de vigilancia	150,00	5.400,00
1	120,00	Área Administrativa	210,00	25.200,00
1	30,00	Área de recolección de desechos	50,00	1.500,00
1	40,00	Fosa séptica	195,00	7.800,00
2	800,00	Área Juegos Infantiles	30,00	24.000,00
1	300,00	Caminerías y áreas de conexión	75,00	22.500,00
1	20,00	Cuarto máquinas Piscinas	145,00	2.900,00
	35,00	Area se servicios	145,00	5.075,00
4	120,00	Servicios higiénicos 30m2	250,00	30.000,00
1	25,00	Cuarto de máquinas	170,00	4.250,00
1	10,00	Cuarto de equipos	170,00	1.700,00
1	120,00	Sala de juegos	210,00	25.200,00
	3.568,00	TOTAL		407.797,50

Fuente: Cámara de la Construcción de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 33: Maquinaria y Equipos para piscinas

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

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 34: Vehículo

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Camioneta doble Cabina, Chevrolet, año 2017	23.000,00	23.000,00
		TOTAL		23.000,00

Fuente: Concesionaria Chevrolet

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 35: Herramientas de operación : Recreación

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1		Caja de herramientas	250,00	250,00
1		Podadora 22 5.7. Hp. Porten	380,00	380,00
		TOTAL		630,00

Fuente: Ferretería Lago

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 36: Equipos de oficina para área recreativa

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Teléfono	18,00	18,00
1	Unidad	Caja registradora boletería	110,00	110,00
1	Unidad	Sumadora	65,00	65,00
4	Unidad	Pantallas LCD 42"	550,00	2.200,00
		TOTAL		2.393,00

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 37: Muebles y enseres área recreativa

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
12	Unidad	Parasoles con sillas	49,99	599,88
1	Unidad	Sillón giratorio	110,00	110,00
1	Unidad	Escritorio pequeño	135,00	135,00
6	Unidad	Perezosas	150,00	900,00
12	Unidad	Sillas	70,00	840,00
		TOTAL		2.584,88

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 38: Maquinaria y Equipos Restaurant

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Cocina Industrial con freidora	600,00	600,00
1	Unidad	Licadora Oster	130,00	130,00
1	Unidad	Microondas industrial	280,00	280,00
1	Unidad	Congelador Horizontal	990,00	990,00
1	Unidad	Ollas industriales de 60 cm. Unco	160,00	160,00
1	Unidad	Pailas industrial grande de aluminio	110,00	110,00
1	Unidad	Tostadora Continental	75,00	75,00
		TOTAL		2.345,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 39: Muebles y enseres Restaurant

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
8	unidad	Mesas de madera para cuatro, seis y ocho personas	110,00	880,00
40	unidad	Sillas de madera	65,00	2.600,00
1	unidad	Counter	360,00	360,00
1	unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
		TOTAL		3.935,00

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 40: Equipos para el restaurant

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Caja registradora	110,00	110,00
1	unidad	Teléfono	18,00	18,00
5	unidad	Ventiladores de pared	35,00	175,00
2	unidad	Ventiladores de techo	52,00	104,00
1	Unidad	Reloj de pared	9,00	9,00
		TOTAL		416,00

Fuente: Centro Comercial Popular

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 41: Maquinaria y Equipos Cabañas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
6	Unidad	Televisor 32"	380,00	2.280,00
2	Unidad	Refrigerar pequeño	210,00	420,00
4	Unidad	Refrigeradora de 12 pies	850,00	3.400,00
6	Unidad	Ventiladora de Techo	132,00	792,00
2	Unidad	Lavadoras industriales	620,00	1.240,00
2	Unidad	Secadoras	753,00	1.506,00
		TOTAL		9.638,00

Fuente: Centro Comercial Popular

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 42: Muebles y enseres Cabañas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	unidad	Camas literas de 2 plazas	160,00	480,00
10	unidad	Camas de madera de 2 plazas	210,00	2.100,00
8	Unidad	Peinadoras	165,00	1.320,00
16	Unidad	Veladores	55,00	880,00
12	unidad	Sillas	65,00	780,00
8	Unidad	Mesas pequeñas.	60,00	480,00
		TOTAL		6.040,00

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 43: Equipos de seguridad

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
5	Unidad	Extintores DE 10 LBS	25,00	125,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad	210,00	210,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad clientes en los juegos.	210,00	210,00
		TOTAL		545,00

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 44: Muebles y Enseres de Oficina

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	unidad	Escritorios estilo gerente	250,00	750,00
3	unidad	Sillones giratorios	150,00	450,00
2	Unidad	Archivadores de 5 gavetas	210,00	420,00
1	Juego	Sala de oficina	380,00	380,00
12	Unidad	Sillas de oficina	65,00	780,00
		TOTAL		2.780,00

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 45: Equipo de computación

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	unidad	Computadores de escritorio	850,00	2.550,00
3	unidad	Impresora	110,00	330,00
		TOTAL		2.880,00

Fuente: Centro Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 46: Equipo de oficina

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Sumadora	110,00	110,00
3	unidad	Ventilador pedestal	95,00	285,00
3	unidad	Teléfono	18,00	54,00
		TOTAL		449,00

Fuente: Centro Comercial Popular

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 47: Equipo de Telecomunicaciones

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

Fuente: CNT

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 48: Resumen Activos Fijos

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terrenos	35.000,00
Construcciones	407.797,50
Maquinaria y equipos	13.385,85
Vehículos	23.000,00
Herramientas de operación: recreación	630,00
Equipos de oficina: recreación	2.393,00
Muebles y Enseres Recreación	2.584,88
Maquinaria restaurant	2.345,00
Muebles y Enseres Restaurant	3.935,00
Equipo: Restaurant	416,00
Maquinaria y Equipo: Cabañas	9.638,00
Muebles y Enseres: Cabañas	6.040,00
Equipos de Seguridad	545,00
Muebles y Enseres de Oficina	2.780,00
Equipo de computación	2.880,00
Equipo de oficina	449,00
Equipo de Telecomunicaciones	250,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	514.069,23

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado**ACTIVOS DIFERIDOS**

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.

Cuadro 49: Activos Diferidos

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
Estudios Preliminares	1.500,00	1.500,00
Gastos de Constitución	1.100,00	1.100,00
Puesta en marcha	650,00	650,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.250,00	3.250,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio, Molina, lo define de la manera siguiente: “El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.

Una empresa para lograr seguir en la marcha de su negocio, necesita de recursos para cubrir insumos, materias prima, pago de mano de obra compra de activos fijos, pago de gastos de operación etc. Este capital debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Costo del Servicio

El costo del servicio es el valor monetario de los recursos que se utilizan para producir un bien o un servicio. De manera que el resultado de la cuantificación del valor financiero de la mano de obra, materiales, entre otros, que son

necesarios para brindar una prestación sanitaria, constituyen el costo de la misma.

Cuadro 50: Mano de Obra Área recreativa

CANTIDAD	PERSONAL	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Socorrista	380,00	31,67	31,25	46,17	489,09
1	Recepcionista y control	380,00	31,67	31,25	46,17	489,09
1	Jefe de Mantenimiento	400,00	33,33	31,25	48,60	513,18
	TOTAL MENSUAL					1.491,36
	TOTAL ANUAL					17.896,28

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 51: Mano de Obra Restaurante

CANTIDAD	PERSONAL	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Chef	800,00	66,67	31,25	97,20	995,12
1	Ayudante de Cocina	450,00	37,50	31,25	54,68	573,43
2	Meseros	400,00	33,33	31,25	48,60	513,18
1	Recepcionista	400,00	33,33	31,25	48,60	513,18
	TOTAL MENSUAL					2.594,91
	TOTAL ANUAL					31.138,90

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 52: Mano de Obra Cabañas

CANTIDAD	PERSONAL	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Mucama	400,00	33,33	31,25	48,60	513,18
1	Recepcionista	400,00	33,33	31,25	48,60	513,18
	TOTAL MENSUAL					1.026,37
	TOTAL ANUAL					12.316,40

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 53: Insumos para Mantenimiento de piscinas

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

Fuente: IQUISA- México

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 54: Menaje de cocina

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
4	docenas	Vajilla para Restaurant	80,00	320,00
2	Juegos	Cubiertos (cucharas, tenedores, cuchillos) 42 piezas	50,99	101,98
5	docenas	vasos para jugo	6,85	34,25
1	docena	ensaladeras	1,80	1,80
2	Juegos	Pírex	32,00	64,00
2	Juegos	Cuchillos para cocina	38,00	76,00
2	Juegos	Cucharetas para cocina	9,35	18,70
24	unidades	manteles	8,00	192,00
10	Unidades	Floreros	2,25	22,50
10	Unidad	Azucareras	1,80	18,00
10	unidades	Saleros	0,50	5,00
10	unidades	Servilleteros	0,50	5,00
		TOTAL ANUAL		859,23
		TOTAL MENSUAL		71,60

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 55: Menaje e insumos para cabañas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
12	Unidad	Colchones de 2 plazas Chaide-Chaide	135,00	1.620,00
24	Unidad	Almohadas	4,50	108,00
48	Juegos	Sábanas	12,00	576,00
12	Unidad	Edredones	15,00	180,00
25	docenas	Jabón de baño	1,00	25,00
25	docenas	Shampoo sachet	1,25	31,25
12	Paquetes	Papel Higiénico	7,80	93,60
12	Juegos	Toallas para baño	19,00	228,00
		TOTAL ANUAL		2.861,85
		TOTAL MENSUAL		238,49

Fuente: Supermercados Coflhisa

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 56: Fuerza Motriz

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
2800	watio	Energía Eléctrica para motores y alumbrado parque	0,05	140,00
		TOTAL MENSUAL		140,00
		TOTAL ANUAL		1.680,00

Fuente: Empresa Eléctrica de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 57: Energía Eléctrica

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
1500	watio	Energía Eléctrica para restaurante	0,01	15.00
1800	watio	Energía Eléctrica para cabañas	0,01	18.00
850	watio	Energía Eléctrica oficinas	0,01	8,50
		TOTAL MENSUAL		41,50
		TOTAL ANUAL		498.00

Fuente: Empresa Eléctrica de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 58: Agua potable para piscinas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
2964	metros cúbicos	Agua (741 m3 cada tres meses)	0,06	189,70
		TOTAL MENSUAL		189,70
		TOTAL ANUAL		2.276,35

Fuente: Gad Municipal de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 59: Agua potable para Restaurant, Cabañas y oficinas

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
420	Metros cúbicos	Agua para Restaurant	0,03	12,60
420	Metros cúbicos	Agua para cabañas y oficinas	0,03	12,60
		TOTAL MENSUAL		25,20
		TOTAL ANUAL		302,40

Fuente: Gad Municipal de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 60: Insumos de Limpieza

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
4	Galones	Desinfectantes	7,20	28,80
24	Unidad	Escobas para cabañas y restaurant	2,80	67,20
12	unidad	Trapeadores	3,80	45,60
5	metros	Franelas	1,00	5,00
12	unidad	Escobas grandes para limpieza del parque	8,50	102,00
		TOTAL ANUAL		248,60
		TOTAL MENSUAL		20,72

Fuente: Comercial Lago Agrio

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 61: Útiles de oficina

Cantidad	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
4	Resmas	Papel bond (área recreativa, restaurant, hospedaje)	3,20	12,80
1	Caja	Esferos (rojo, azul, negro)	2,80	2,80
1	Caja	Lápices	1,60	1,60
3	Unidad	Borradores	0,25	0,75
3	Unidad	Engrapadora	6,20	18,60
3	Unidad	Perforadora	5,30	15,90
3	Unidad	Basurero	7,00	21,00
5	Juegos	Tinta para impresora	35,00	175,00
		TOTAL ANUAL		248,45
		TOTAL MENSUAL		20,70

Fuente: Librería Sucumbíos

Cuadro 62: Insumos para alimentación

Cantidad	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
6	Quintales	Arroz	56,00	336,00
2	Quintales	Azúcar	62,00	124,00
30	Fundas Kilo	Sal:	0,68	20,40
2	Canecas	Aceite	125,00	250,00
10	Kilos	Especies	2,80	28,00
100	Kilos	Verduras	1,50	150,00
100	Kilos	Frutas	4,00	400,00
300	Kilos	Carnes Rojas	4,00	1.200,00
90	Kilos	Embutidos	2,80	252,00
520	Kilos	Pollo	1,45	754,00
80	Cubetas	Huevos	3,30	264,00
		TOTAL ANUAL		3.778,40
		TOTAL MENSUAL		314,87

Fuente: Supermercados Coflhisa

Cuadro 63: Bebidas

Cantidad	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
24	Pacas	Agua Mineral (24 unidades)	8,25	198,00
24	Pacas	Agua Embotellada (24 unidades)	6,90	165,60
100	Pacas	Cerveza Personal (12 unidades)	11,50	1.150,00
2	Cajas	Gatorade	16,00	32,00
10	cajas	Colas personales	3,80	38,00
		TOTAL ANUAL		1.583,60
		TOTAL MENSUAL		131,97

Fuente: Supermercados Coflhisa

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 64: Resumen del Costo del Servicio

DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
Mano de obra recreación parque acuático	1.491,36	17.896,28
Mano de obra Restaurant	2.594,91	31.138,90
Mano de obra cabañas	1.026,37	12.316,40
Insumos mantenimiento de piscina	39,17	470,00
Menaje de cocina	71,60	859,23
Menaje de cabañas	238,49	2.861,85
Fuerza Motriz	140,00	1.680,00
Energía Eléctrica	41,50	498,00
Agua parque	189,70	2.276,35
Agua restaurante, cabañas	25,20	302,40
Insumos de limpieza	20,72	248,60
Útiles de oficina	20,70	248,45
Insumos de alimentación	314,87	3.778,40
Bebidas	131,97	1.583,60
TOTAL	6.346,54	76.158,46

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Gastos de Administración

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro 65: Sueldos y Salarios

CANTIDAD	PERSONAL	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Gerente o Administrador	850,00	70,83	31,25	103,28	1.055,36
1	Secretaria Contadora	450,00	37,50	31,25	54,68	573,43
	TOTAL MENSUAL					1.628,78
	TOTAL ANUAL					19.545,40

Fuente: Tabla de sueldos y salarios

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 66: Gastos de Internet

Cantidad	Descripción	V/MENSUAL	V/ANUAL
1	Paquete de Internet	65,00	780,00
	TOTAL	65,00	780,00

Fuente: CNT

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 67: Gastos de Teléfono

Cantidad	Descripción	V7Mensual	V/Anual
1	Pago de Teléfono	30,00	360,00
	TOTAL MENSUAL	30,00	360,00

Fuente: CNT

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 68: Resumen Gastos de Administración

DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
Sueldos y Salarios	1.628,78	19.545,40
Gastos de Internet y TV Cable	65,00	780,00
Gastos de Teléfono	30,00	360,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.723,78	20.685,40

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Gastos de Venta

Los gastos de venta son los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

Cuadro 69: Gastos de Combustibles y Lubricantes

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
884	Galones de Gasolina Eco a 1.48 c/g	1,48	1.308,32
6	Cambio de aceite	48,00	288,00
	TOTAL ANUAL		1.596,32
	TOTAL MENSUAL		133,03

Fuente: Gasolineras de Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 70: Útiles de oficina

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
20	Libretines de facturas	7,20	144,00
	TOTAL ANUAL		144,00
	TOTAL MENSUAL		12,00

Fuente: Imprenta Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 71: Publicidad

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
1	Plan Anual de publicidad	1.100,00	1.100,00
2	Vallas publicitarias	500,00	1.000,00
1	Diseño de una página web	520,00	520,00
	TOTAL ANUAL		2.620,00
	TOTAL MENSUAL		218,33

Fuente: Medios de comunicación de la localidad

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 72: Promoción

Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
24	Docenas de esferos	6,80	163,20
24	Llave Docenas de llaveros	6,80	163,20
	TOTAL ANUAL		326,40
	TOTAL MENSUAL		27,20

Fuente: Imprenta Sucumbíos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 73: Resumen Gastos de Venta

DESCRIPCION	V/Mensual	V/Anual
Combustibles y Lubricanes	133,03	1.596,32
Útiles de oficina+	12,00	144,00
Publicidad	218,33	2.620,00
Promoción	27,20	326,40
TOTAL GASTOS DE VENTA	390,56	4.686,72

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

MONTO DE LA INVERSION

Es la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio.

Cuadro 74: Inversión

DESCRIPCION	V/PARCIAL	V/TOTAL	MONTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Terrenos		35.000,00	
Construcciones		407.797,50	
Maquinaria y equipos		13.385,85	
Vehículos		23.000,00	
Herramientas de operación: recreación		630,00	
Equipos de oficina: recreación		2.393,00	
Muebles y Enseres Recreación		2.584,88	
Maquinaria restaurant		2.345,00	

Muebles y Enseres Restaurant		3.935,00	
Equipo: Restaurant		416,00	
Maquinaria y Equipo: Cabañas		9.638,00	
Muebles y Enseres: Cabañas		6.040,00	
Equipos de Seguridad		545,00	
Muebles y Enseres de Oficina		2.780,00	
Equipo de computación		2.880,00	
Equipo de oficina		449,00	
Equipo de Telecomunicaciones		250,00	
TOTAL ACTIVOS			514.069,23
ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudios Preliminares		1.500,00	
Gastos de Constitución		1.100,00	
Puesta en marcha		650,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			3.250,00
CAPITAL DE TRABAJO (MENSUAL)			
Costo del Servicio			
Mano de obra recreación	1.491,36		
Mano de obra Restaurant	2.594,91		
Mano de obra cabañas	1.026,37		
Insumos mantenimiento de piscina	39,17		
Menaje de cocina	71,60		
Menaje de cabañas	238,49		
Fuerza Motriz	140,00		
Energía Eléctrica	41,50		
Agua parque	189,70		
Agua restaurant, cabañas	25,20		
Insumos de limpieza	20,72		
Útiles de oficina	20,70		
Insumos de alimentación	314,87		
Bebidas	131,97		
TOTAL COSTO DEL SERVICIO			6.346,54
COSTOS OPERATIVOS			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	1.628,78		
Gastos de Internet y TV Cable	65,00		
Gastos de Teléfono	30,00		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		1.723,78	

Gastos de Venta			
Combustibles y Lubricanes	133,03		
Útiles de oficina+	12,00		
Publicidad	218,33		
Promoción	27,20		
TOTAL GASTOS DE VENTA		390,56	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			2.114,34
MONTO TOTAL DE LA INVERSIÓN			525.780,11

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

FINANCIAMIENTO

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Fuentes de financiamiento

Identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas. Dichos recursos son indispensables para llevar a cabo una actividad económica, ya que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Fuentes internas: Generadas dentro de la empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, entre éstas están:

- a. **Aportaciones de los Socios:** Referida a las aportaciones de los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad (capital social) o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentar éste.
- b. **Utilidades Reinvertidas:** Esta fuente es muy común, sobre todo en las empresas de nueva creación, y en la cual, los socios deciden que en los primeros años, no repartirán dividendos, sino que estos son invertidos en la organización mediante la programación predeterminada de adquisiciones o construcciones (compras calendarizadas de mobiliario y equipo, según necesidades ya conocidas)
- c. **Depreciaciones y Amortizaciones:** Son operaciones mediante las cuales, y al paso del tiempo, las empresas recuperan el costo de la inversión, porque las provisiones para tal fin son aplicados directamente a los gastos de la empresa, disminuyendo con esto las utilidades, por lo tanto, no existe la salida de dinero al pagar menos impuestos y dividendos.
- d. **Incrementos de Pasivos Acumulados:** Son los generados íntegramente en la empresa. Como ejemplo tenemos los impuestos que deben ser reconocidos mensualmente, independientemente de su pago, las pensiones, las provisiones contingentes (accidentes, devaluaciones, incendios), etc.)
- e. **Venta de Activos** (desinversiones): Como la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

Fuentes externas: Aquellas otorgadas por terceras personas tales como:

- a) **Proveedoras:** Esta fuente es la más común. Generada mediante la adquisición o compra de bienes y servicios que la empresa utiliza para sus operaciones a corto y largo plazo. El monto del crédito está en función de

la demanda del bien o servicio de mercado. Esta fuente de financiamiento es necesaria analizarla con detenimiento, para de determinar los costos reales teniendo en cuenta los descuentos por pronto pago, el tiempo de pago y sus condiciones, así como la investigación de las políticas de ventas de diferentes proveedores que existen en el mercado.

El Complejo Turístico “Río Aguarico”, se financiará con fuentes internas y externas.

Cuadro 75: Financiamiento

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	175.780,11	33%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	350.000,00	67%
	525.780,11	100%

Fuente: Monto de la Inversión

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

ANALISIS DE COSTOS

Para realizar el análisis de costos nos tenemos que basar en la contabilidad de costos, también llamada contabilidad analítica, es una rama de la contabilidad que acumula internamente la información relacionada con los costos y tiene como propósito predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento para el uso interno de los directivos. Así, la contabilidad de costos sirve para evaluar la eficiencia de la gestión que se está realizando y suministrar información financiera y no

financiera de forma clara, comparable y útil para el proceso de toma de decisiones. (ZANATTA, 2017)

Depreciaciones

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia.

Para la presente investigación de acuerdo a los diferentes cálculos para la depreciación se lo realizará por el método de porcentaje fijo, que es el que determina el Servicio de Rentas Internas.

Cuadro 76: Depreciaciones

BIENES	MONTO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR EN LIBROS
Depreciación de Construcciones	407.797,50	5%	20 años	20.389,88	203.898,75
Depreciación de Maquinaria y equipos	13.385,85	10%	10 años	1.338,59	
Depreciación de Vehículos	23.000,00	20%	5 años	4.600,00	-
Dep. Herramientas de operación: recreación	630,00	10%	10 años	63,00	-
Depreciación Equipos de oficina: recreación	2.393,00	10%	10 años	239,30	-
Depreciación de Muebles y Enseres Recreación	2.584,88	10%	10 años	258,49	-
Depreciación de Maquinaria restaurant	2.345,00	10%	10 años	234,50	-
Depreciación de Muebles y Enseres Restaurant	3.935,00	10%	10 años	393,50	-
Depreciación Equipo: Restaurant	416,00	10%	10 años	41,60	-
Depreciación Maquinaria y Equipo: Cabañas	9.638,00	10%	10 años	963,80	-
Depreciación Muebles y Enseres: Cabañas	6.040,00	10%	10 años	604,00	-
Depreciación de Equipos de Seguridad	545,00	10%	10 años	54,50	-
Depreciación Muebles y Enseres de Oficina	2.780,00	10%	10 años	278,00	
Depreciación Equipo de computación	2.880,00	33%	3 años	950,40	28,80
Depreciación Equipo de oficina	449,00	10%	10 años	44,90	

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Reinversión activos fijos

Una vez que el activo fijo ha culminado con su vida útil, la empresa procede a reponer el mismo, para lo cual se tiene que hacer la adquisición de nuevos activos y reponer a los que se les da de baja. En este caso el activo fijo que se tiene que aplicar la reinversión es el equipo de computación

Cuadro 77: Reinversión de Activos Fijos

ACTIVOS	Monto	% de Dep.	Vida Util	Dep. Anual	V/Residual
Equipos de computación 4 año	3.168,00	33%	3 años	1.045,44	31,68
Equipos de computación 7 año	3.484,80	33%	3 años	1.149,98	34,85
Equipos de computación 10 año	3.833,28	33%	3 años	1.264,98	2.568,30
Vehículos	25.300,00	20%	5 años	5.060,00	-

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Gastos Financieros

Se denominan gastos financieros a todos aquellos gastos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos.

Amortización del crédito

Las amortizaciones son los abonos que se hacen para reducir el monto de dinero que se solicitó inicialmente en préstamo; es decir, los pagos que son amortizaciones no se usan para el pago de otros conceptos (como los intereses), únicamente para reducir el monto inicialmente solicitado en

préstamo. Generalmente, estos abonos de dinero se hacen periódicamente; sin embargo, al igual que otras características de los créditos, pueden variar según el crédito. A medida que se realizan las amortizaciones, la cantidad de dinero que aún se debe disminuye a este dinero se le llama saldo, que viene a ser el dinero correspondiente al monto inicial solicitado que aún no se le ha reembolsado al prestamista.

El monto solicitado: Es la cantidad de dinero que se solicita en préstamo. En este caso que es de \$.350.000.00.

Cuadro 78: Tabla de amortización

Monto	350.000,00
Tasa de interés	9,00%
Plazo	10 años
Entidad Financiera	CFN
Pagos:	Anuales

AÑOS	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	VALOR EN LIBROS
0					350.000,00
1	350.000,00	39.025,00	35.000,00	74.025,00	315.000,00
2	315.000,00	35.122,50	35.000,00	70.122,50	280.000,00
3	280.000,00	31.220,00	35.000,00	66.220,00	245.000,00
4	245.000,00	27.317,50	35.000,00	62.317,50	210.000,00
5	210.000,00	23.415,00	35.000,00	58.415,00	175.000,00
6	175.000,00	19.512,50	35.000,00	54.512,50	140.000,00
7	140.000,00	15.610,00	35.000,00	50.610,00	105.000,00
8	105.000,00	11.707,50	35.000,00	46.707,50	70.000,00
9	70.000,00	7.805,00	35.000,00	42.805,00	35.000,00
10	35.000,00	3.902,50	35.000,00	38.902,50	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Otros Gastos

Dentro de este rubro se encuentra la amortización de activos diferidos, que no se deprecian ni pierden su valor en el tiempo, pero al momento de ser pagados por anticipado, es indispensable que su valor se recupere mediante amortizaciones en la fase de operación de la empresa.

Cuadro 79: AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCION	MONTO	AMORTIZACION
Estudios Preliminares	1.500,00	300,00
Gastos de Constitución	1.100,00	220,00
Puesta en marcha	650,00	130,00
TOTAL		650,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Presupuesto Proformado

Dentro de este documento financiero se considera los ingresos que se obtendría en el proyecto como también los costos en que incurre, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. La proyección para los diez años de la vida útil del proyecto se consideró la tasa de inflación con su debido rango de holgura, por la inestabilidad económica en la que vive el país.

Cuadro 80: Presupuesto Proformado										
Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Mano de obra recreación	17.896,28	18.791,09	19.730,65	20.717,18	21.753,04	22.840,69	23.982,73	25.181,86	26.440,96	27.763,00
Mano de obra Restaurant	31.138,90	32.695,85	34.330,64	36.047,17	37.849,53	39.742,00	41.729,10	43.815,56	46.006,34	48.306,65
Mano de obra cabañas	12.316,40	12.932,22	13.578,83	14.257,77	14.970,66	15.719,19	16.505,15	17.330,41	18.196,93	19.106,78
Insumos mantenimiento de piscina	470,00	493,50	518,18	544,08	571,29	599,85	629,84	661,34	694,40	729,12
Menaje de cocina	859,23	902,19	947,30	994,67	1.044,40	1.096,62	1.151,45	1.209,02	1.269,47	1.332,95
Menaje de cabañas	2.861,85	3.004,94	3.155,19	3.312,95	3.478,60	3.652,53	3.835,15	4.026,91	4.228,26	4.439,67
Fuerza Motriz	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05	2.144,15	2.251,36	2.363,93	2.482,13	2.606,23
Energía Eléctrica	498,00	522,90	549,05	576,50	605,32	635,59	667,37	700,74	735,77	772,56
Agua parque	2.276,35	2.390,17	2.509,68	2.635,16	2.766,92	2.905,27	3.050,53	3.203,06	3.363,21	3.531,37
Agua restaurant, cabañas	302,40	317,52	333,40	350,07	367,57	385,95	405,24	425,51	446,78	469,12
Insumos de limpieza	248,60	261,03	274,08	287,79	302,17	317,28	333,15	349,81	367,30	385,66
Útiles de oficina	248,45	260,87	273,92	287,61	301,99	317,09	332,95	349,59	367,07	385,43
Insumos de alimentación	3.778,40	3.967,32	4.165,69	4.373,97	4.592,67	4.822,30	5.063,42	5.316,59	5.582,42	5.861,54
Bebidas	1.583,60	1.662,78	1.745,92	1.833,21	1.924,88	2.021,12	2.122,18	2.228,28	2.339,70	2.456,68
Depreciación de Construcciones	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88
Depreciación de Maquinaria y equipos	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59
Depreciación de Vehículos	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00
Dep. Herramientas de operación: recreación	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
Depreciación Equipos de oficina: recreación	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30
Depreciación de Muebles y Enseres Recreación	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49
Depreciación de Maquinaria restaurant	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50
Depreciación de Muebles y Enseres Restaurant	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50
Depreciación Equipo: Restaurant	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60
Depreciación Maquinaria y Equipo: Cabañas	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80
Depreciación Muebles y Enseres: Cabañas	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00
Depreciación de Equipos de Seguridad	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	105.339,61	109.147,53	113.145,85	117.344,09	121.752,23	126.840,79	131.700,77	136.803,75	142.161,88	147.787,92
GASTOS DE OPERACIÓN										
Sueldos y Salarios	19.545,40	20.522,67	21.548,80	22.626,24	23.757,56	24.945,43	26.192,71	27.502,34	28.877,46	30.321,33
Gastos de Internet y TV Cable	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
Gastos de Telefono	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Depreciación Muebles y Enseres	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00
Depreciación Equipo de computación	950,40	950,40	950,40	1.045,44	1.045,44	1.045,44	1.149,98	1.149,98	1.149,98	1.264,98
Depreciación de Equipo de Oficina	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90
TOTAL GASTOS ADMINISTR.	21.958,70	22.953,97	23.999,00	25.191,33	26.343,48	27.553,24	28.928,02	30.261,78	31.662,22	33.247,69
Gastos de ventas										
Combustibles y Lubricanes	1.596,32	1.676,14	1.759,94	1.847,94	1.940,34	2.037,35	2.139,22	2.246,18	2.358,49	2.476,42
Útiles de oficina	144,00	151,20	158,76	166,70	175,03	183,78	192,97	202,62	212,75	223,39
Publicidad	2.620,00	2.751,00	2.888,55	3.032,98	3.184,63	3.343,86	3.511,05	3.686,60	3.870,93	4.064,48
Promoción	326,40	342,72	359,86	377,85	396,74	416,58	437,41	459,28	482,24	506,35
TOTAL GASTOS DE VENTA	4.686,72	4.921,06	5.167,11	5.425,46	5.696,74	5.981,57	6.280,65	6.594,69	6.924,42	7.270,64
Gastos Financieros										
Intereses	39.025,00	35.122,50	31.220,00	27.317,50	23.415,00	19.512,50	15.610,00	11.707,50	7.805,00	3.902,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	39.025,00	35.122,50	31.220,00	27.317,50	23.415,00	19.512,50	15.610,00	11.707,50	7.805,00	3.902,50
Otros Gastos										
Amortización de Activos Diferidos	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
TOTAL OTROS GASTOS	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
TOT. COSTO DE OPERACIÓN	66.320,42	63.647,53	61.036,11	58.584,29	56.105,22	53.047,31	50.818,67	48.563,96	46.391,64	44.420,83
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	171.660,03	172.795,06	174.181,96	175.928,38	177.857,45	179.888,10	182.519,44	185.367,71	188.553,52	192.208,75
Reinversión Equipo de Computación				3.168,00			3.484,80			3.833,28
Reinversión de Vehículo						25.300,00				
TOTAL EGRESOS	171.660,03	172.795,06	174.181,96	179.096,38	177.857,45	205.188,10	186.004,24	185.367,71	188.553,52	196.042,03
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado										

Costo total del servicio

Es aquel valor que se obtiene de la suma total del costo del servicio, más los gastos de administración, de venta, financieros y otros gastos.

Tabla 81: Costo Total de Producción					
CT =	CS +	G.ADM. +	G.VENTA +	G.FINANC. +	OTROS GAST.
CT =	105.339,61	21.958,70	4.686,72	39.025,00	650,00
	171.660,03				

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Establecimiento de precios

Son aquellos valores que se van a cobrar por los diferentes servicios que va a ofrecer el Complejo Turístico "Río Aguarico".

Ingresos por Entradas

Cuadro 82: No. Personas que ingresan al Parque, los días de atención

Días	No de personas	Semana	Total Anual
Jueves	50	52	2600
Viernes	100	52	5200
Sábado	150	52	7800
Domingo	150	52	7800
TOTAL	450		23400

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 83: Establecimiento de ingresos por entradas

AÑOS	No. Personas	Precio de Venta	Ingresos Totales
1	23.400	4,00	93.600,00
2	23.400	4,50	105.300,00
3	23.400	5,00	117.000,00
4	23.400	5,50	128.700,00
5	23.400	6,00	140.400,00
6	23.400	6,50	152.100,00
7	23.400	7,00	163.800,00
8	23.400	7,50	175.500,00
9	23.400	8,00	187.200,00
10	23.400	8,50	198.900,00

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Ingresos por alimentación

Cuadro 84: Costos por alimentación

Costo de los menús	No. Personas por 4 días	52 semanas	Precio	Total
Desayunos	80	4.160,00	3,00	12.480,00
Almuerzos	300	15.600,00	3,50	54.600,00
Cenas	160	8.320,00	3,50	29.120,00
Platos a la carta	80	4.160,00	5,00	20.800,00
TOTAL	620	32.240,00		117.000,00

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 85: Establecimiento de ingresos por restaurant

AÑOS	No. Servicios	Ingresos (4,160 desayunos)	Ingresos (15600 Almuerzos)	Ingresos (8320 Cenas)	Ingresos (4160) Platos Fuertes	Ingresos por Alimentación
1	42.640	12.480	54.600	29.120,00	20.800,00	117.000,00
2	42.640	14.040	57.330	30.576,00	21.840,00	122.850,00
3	42.640	15.600	60.197	32.104,80	22.932,00	128.992,50
4	42.640	17.160	63.206	33.710,04	24.078,60	135.442,13
5	42.640	18.720	66.367	35.395,54	25.282,53	142.214,23
6	42.640	20.280	69.685	37.165,32	26.546,66	149.324,94
7	42.640	21.840	73.169	39.023,59	27.873,99	156.791,19
8	42.640	23.400	76.828	40.974,76	29.267,69	164.630,75
9	42.640	24.960	80.669	43.023,50	30.731,07	172.862,29
10	42.640	26.520	84.703	45.174,68	32.267,63	181.505,40

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 86: Costo de cabañas por persona

No. Cabañas	No. Personas	Costo por persona/día	Estadía	Semana	Ingreso Total	No. Personas
2 individuales	2	25	3	52	7800	104,00
2 dobles	4	20	3	52	12480	208,00
2 familiares	12	18	3	52	33696	624,00
TOTAL					53976	936,00

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 87: Ingreso por Cabañas

AÑOS	No. Personas	Cabañas individuales (104 personas)	Cabañas triples (208 personas)	Cabañas Familiares (624 personas)	Ingresos por Cabañas
1	936	7.800	12.480	33.696,00	53.976,00
2	936	8.190	13.104	35.380,80	56.674,80
3	936	8.600	13.759	37.149,84	59.508,54
4	936	9.029	14.447	39.007,33	62.483,97
5	936	9.481	15.170	40.957,70	65.608,17
6	936	9.955	15.928	43.005,58	68.888,57
7	936	10.453	16.724	45.155,86	72.333,00
8	936	10.975	17.561	47.413,66	75.949,65
9	936	11.524	18.439	49.784,34	79.747,14
10	936	12.100	19.361	52.273,56	83.734,49

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 88: Ingreso por cancha sintética

No. Horas diarias	No. Equipos	Costo por equipo	No. Días	Ingreso anual
4	4	20	157	50.240,00
TOTAL				50.240,00

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 89: Establecimiento de ingresos por entradas cancha sintética (8 horas)

AÑOS	No. De Servicios	Precio de Venta/hora	Ingresos Totales
1	1.664	20	33.280,00
2	1.664	21	34.944,00
3	1.664	22	36.691,20
4	1.664	23	38.525,76
5	1.664	24	40.452,05
6	1.664	26	42.474,65
7	1.664	27	44.598,38
8	1.664	28	46.828,30
9	1.664	30	49.169,72
10	1.664	31	51.628,20

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 90 : Establecimiento de ingresos por Bar

AÑOS	No. Personas Servicios	Promedio de Venta USD	Ingresos Totales
1	1.248	2,00	2.496
2	1.248	3,00	3.744
3	1.248	4,00	4.992
4	1.248	5,00	6.240
5	1.248	6,00	7.488
6	1.248	7,00	8.736
7	1.248	8,00	9.984
8	1.248	9,00	11.232
9	1.248	10,00	12.480
10	1.248	11,00	13.728

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Cuadro 91: Resumen Ingresos Totales

AÑOS	Ingreso por Entradas	Ingreso por Restaurant	Ingreso por Cabañas	Ingreso por Cancha Sintética	Ingreso por Bar	TOTAL INGRESOS
1	93.600,00	117.000,00	53.976,00	33.280,00	2.496,00	300.352,00
2	105.300,00	122.850,00	56.674,80	34.944,00	3.744,00	323.512,80
3	117.000,00	128.992,50	59.508,54	36.691,20	4.992,00	347.184,24
4	128.700,00	135.442,13	62.483,97	38.525,76	6.240,00	371.391,85
5	140.400,00	142.214,23	65.608,17	40.452,05	7.488,00	396.162,44
6	152.100,00	149.324,94	68.888,57	42.474,65	8.736,00	421.524,17
7	163.800,00	156.791,19	72.333,00	44.598,38	9.984,00	447.506,58
8	175.500,00	164.630,75	75.949,65	46.828,30	11.232,00	474.140,70
9	187.200,00	172.862,29	79.747,14	49.169,72	12.480,00	501.459,14
10	198.900,00	181.505,40	83.734,49	51.628,20	13.728,00	529.496,10

Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado

Costos

Es aquel gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, al determinar el precio de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien o servicio en cuestión.

Clasificación de costos

Costos Fijos

Son aquellos costos que no son sensibles a cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables antes esos cambios. Por lo tanto en conclusión tenemos que los costos fijos son aquello que no varían y se mantienen constantes exista o no producción, dentro estos costos tenemos: sueldos y salarios, arriendos, entre otros.

Costos Variables

Son los gastos que cambian en proporción de acuerdo a la actividad de una empresa, en conclusión estos costos varían de acuerdo al nivel de producción. Dentro estos costos tenemos: materia prima, mano de obra, costos indirectos de producción entre otros.

Costos Totales

Es la suma de los costos fijos y los costos variables.

Cuadro 92. Clasificación de Costos										
Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS										
Sueldos y Salarios	19.545,40	20.522,67	21.548,80	22.626,24	23.757,56	24.945,43	26.192,71	27.502,34	28.877,46	30.321,33
Amortización Activo Diferido	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00					
Intereses	39.025,00	35.122,50	31.220,00	27.317,50	23.415,00	19.512,50	15.610,00	11.707,50	7.805,00	3.902,50
Publicidad	2.620,00	2.751,00	2.888,55	3.032,98	3.184,63	3.343,86	3.511,05	3.686,60	3.870,93	4.064,48
Útiles Oficina Gs. Administración	248,45	260,87	273,92	287,61	301,99	317,09	332,95	349,59	367,07	385,43
Gastos de internet y TV Cable	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
Gasto de Telefono	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Depreciación Construcciones	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88	20.389,88
Dep.Maquinaria y equipos	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59	1.338,59
Depreciación Vehículos	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00	5.060,00
Dep. Herramientas de operación	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
Dep. Equipos de oficina: recreación	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30	239,30
Dep. Muebles y Enseres Recreación	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49	258,49
Depreciación Maquinaria restaurant	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50	234,50
Dep. Muebles y Enseres Restaurant	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50	393,50
Dep. Equipo: Restaurant	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60
Dep. Maquinaria y Equipo: Cabañas	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80	963,80
Dep. Muebles y Enseres: Cabañas	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00
Dep. Equipos de Seguridad	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50
Depreciación Muebles y Enseres	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00
Depreciación Equipo de computación	950,40	950,40	950,40	1.045,44	1.045,44	1.045,44	1.149,98	1.149,98	1.149,98	1.264,98
Depreciación de Equipo de Oficina	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90	44,90
TOT. COSTOS FIJOS	93.683,30	90.919,49	88.212,62	85.660,57	83.076,25	80.367,83	78.023,17	75.646,62	73.346,38	71.241,24
COSTOS VARIABLES										
Mano de obra recreación area recreativa	17.896,28	18.791,09	19.730,65	20.717,18	21.753,04	22.840,69	23.982,73	25.181,86	26.440,96	27.763,00
Mano de obra Restaurant	31.138,90	32.695,85	34.330,64	36.047,17	37.849,53	39.742,00	41.729,10	43.815,56	46.006,34	48.306,65
Mano de obra cabañas	12.316,40	12.932,22	13.578,83	14.257,77	14.970,66	15.719,19	16.505,15	17.330,41	18.196,93	19.106,78
Insumos mantenimiento de piscina	470,00	493,50	518,18	544,08	571,29	599,85	629,84	661,34	694,40	729,12
Menaje de cocina	859,23	902,19	947,30	994,67	1.044,40	1.096,62	1.151,45	1.209,02	1.269,47	1.332,95
Menaje de cabañas	2.861,85	3.004,94	3.155,19	3.312,95	3.478,60	3.652,53	3.835,15	4.026,91	4.228,26	4.439,67
Fuerza Motriz	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05	2.144,15	2.251,36	2.363,93	2.482,13	2.606,23
Energía Eléctrica	498,00	522,90	549,05	576,50	605,32	635,59	667,37	700,74	735,77	772,56
Agua para piscinas	2.276,35	2.390,17	2.509,68	2.635,16	2.766,92	2.905,27	3.050,53	3.203,06	3.363,21	3.531,37
Agua restaurant, cabañas	302,40	317,52	333,40	350,07	367,57	385,95	405,24	425,51	446,78	469,12
Insumos de limpieza	248,60	261,03	274,08	287,79	302,17	317,28	333,15	349,81	367,30	385,66
Útiles de oficina ventas	144,00	151,20	158,76	166,70	175,03	183,78	192,97	202,62	212,75	223,39
Insumos de alimentación	3.778,40	3.967,32	4.165,69	4.373,97	4.592,67	4.822,30	5.063,42	5.316,59	5.582,42	5.861,54
Bebidas	1.583,60	1.662,78	1.745,92	1.833,21	1.924,88	2.021,12	2.122,18	2.228,28	2.339,70	2.456,68
Promoción	326,40	342,72	359,86	377,85	396,74	416,58	437,41	459,28	482,24	506,35
Combustibles y Lubricantes	1.596,32	1.676,14	1.759,94	1.847,94	1.940,34	2.037,35	2.139,22	2.246,18	2.358,49	2.476,42
TOTAL COSTOS VARIABLES	77.976,73	81.875,57	85.969,35	90.267,81	94.781,21	99.520,27	104.496,28	109.721,09	115.207,15	120.967,50
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	171.660,03	172.795,06	174.181,96	175.928,38	177.857,45	179.888,10	182.519,44	185.367,71	188.553,52	192.208,75
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado										

Determinación del punto de equilibrio

Es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

El punto de equilibrio se lo puede calcular por los siguientes métodos:

1. En Función de la Capacidad Instalada

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

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

2. En Función de las Ventas o Ingresos

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

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

CFT = costo fijo total

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

3. En Función de la Producción

Determina hasta cuántas unidades tiene que producir la empresa para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

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

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

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

4. Representación Gráfica

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

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1. En Función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{93.683.30}{203.060.00 - 77.976.73} \times 100$$

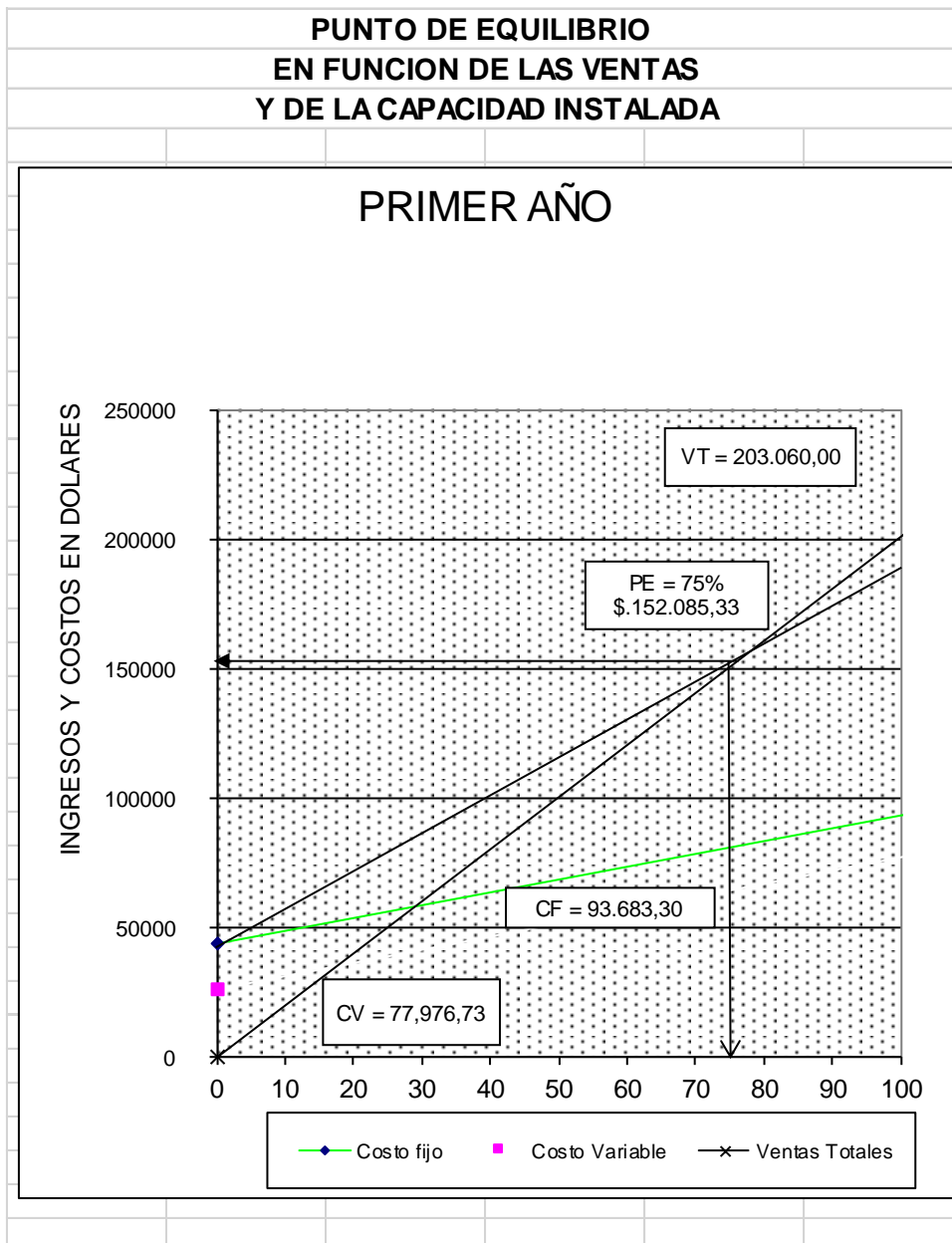
$$Pe = 75.00\%$$

2. En Función de las Ventas o Ingresos

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

$$PE = \frac{93.683.30}{1 - \frac{77.976.73}{203.060.00}}$$

$$PE = \$152.085.33$$



El complejo turístico “Río Aguarico”, para que no tenga pérdida ni ganancia, debe ocupar el 75% de su capacidad instalada y obtener unos ingresos de \$.152.085.33.

ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros básicos o estados contables básicos los podemos definir como un registro formal de las actividades financieras de una empresa, persona o entidad.

Estado de Pérdidas o Ganancias (Estado de Resultados)

En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Cuadro 93 : Estado de Perdidas y Ganancias										
INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	300.352,00	323.512,80	347.184,24	371.391,85	396.162,44	421.524,17	447.506,58	474.140,70	501.459,14	529.496,10
Otros Ingresos			28,80			31,68			34,85	206.467,05
TOTAL DE INGRESOS	300.352,00	323.512,80	347.213,04	371.391,85	396.162,44	421.555,85	447.506,58	474.140,70	501.493,99	735.963,15
Costo del servicio	105.339,61	109.147,53	113.145,85	117.344,09	121.752,23	126.840,79	131.700,77	136.803,75	142.161,88	147.787,92
UTILIDAD BRUTA	195.012,39	214.365,27	234.067,19	254.047,76	274.410,21	294.715,06	315.805,80	337.336,95	359.332,11	588.175,23
Costo de operación	66.320,42	63.647,53	61.036,11	58.584,29	56.105,22	53.047,31	50.818,67	48.563,96	46.391,64	44.420,83
Reinversión equipo computación				3.168,00			3.484,80			3.833,28
Reinversión de Vehículo						25.300,00				
TOTAL COST. OPER. y REINV.	66.320,42	63.647,53	61.036,11	61.752,29	56.105,22	53.047,31	54.303,47	48.563,96	46.391,64	48.254,11
UTILIDAD OPERATIVA	128.691,97	150.717,74	173.031,08	192.295,47	218.304,99	241.667,75	261.502,33	288.772,99	312.940,47	539.921,12
15% utilidad trabajadores	19.303,80	22.607,66	25.954,66	28.844,32	32.745,75	36.250,16	39.225,35	43.315,95	46.941,07	80.988,17
UTILIDAD ANT.IMPTO	109.388,17	128.110,08	147.076,41	163.451,15	185.559,25	205.417,59	222.276,98	245.457,04	265.999,40	458.932,95
22% impuesto a la renta	24.065,40	28.184,22	32.356,81	35.959,25	40.823,03	45.191,87	48.900,94	54.000,55	58.519,87	100.965,25
UTILIDAD ANT.RESERVA	85.322,78	99.925,86	114.719,60	127.491,90	144.736,21	160.225,72	173.376,05	191.456,49	207.479,53	357.967,70
10% Reserva Legal	8.532,28	9.992,59	11.471,96	12.749,19	14.473,62	16.022,57	17.337,60	19.145,65	20.747,95	35.796,77
UTILIDAD LIQUIDA	76.790,50	89.933,28	103.247,64	114.742,71	130.262,59	144.203,15	156.038,44	172.310,84	186.731,58	322.170,93
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado										

Flujo de Caja

En finanzas se entiende por flujo de caja (en inglés *cash flow*) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del valor actual neto y de la tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Cuadro 94: Flujo de Caja											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Ventas		300.352,00	323.512,80	347.184,24	371.391,85	396.162,44	421.524,17	447.506,58	474.140,70	501.459,14	529.496,10
Valor residual				28,80			31,68			34,85	206.467,05
Corporación Financiera	350.000,00										
Capital Propio	175.780,11										
TOTAL DE INGRESOS	525.780,11	300.352,00	323.512,80	347.213,04	371.391,85	396.162,44	421.555,85	447.506,58	474.140,70	501.493,99	735.963,15
EGRESOS											
Activo Fijo	514.069,23										
Activo Diferido	3.250,00										
Costo del servicio.	6.346,54	105.339,61	109.147,53	113.145,85	117.344,09	121.752,23	126.840,79	131.700,77	136.803,75	142.161,88	147.787,92
Costo de operación	2.114,34	66.320,42	63.647,53	61.036,11	58.584,29	56.105,22	53.047,31	50.818,67	48.563,96	46.391,64	44.420,83
Reinversión Equipo computación					3.168,00			3.484,80			3.833,28
Reinversión de Vehículo							25.300,00				
EGRESO TOTAL	525.780,11	171.660,03	172.795,06	174.181,96	179.096,38	177.857,45	179.888,10	186.004,24	185.367,71	188.553,52	196.042,03
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.		128.691,97	150.717,74	173.031,08	192.295,47	218.304,99	241.667,75	261.502,33	288.772,99	312.940,47	539.921,12
15% Utilidad Trabajadores		19.303,80	22.607,66	25.954,66	28.844,32	32.745,75	36.250,16	39.225,35	43.315,95	46.941,07	80.988,17
UTILIDAD ANT. IMPTO.		109.388,17	128.110,08	147.076,41	163.451,15	185.559,25	205.417,59	222.276,98	245.457,04	265.999,40	458.932,95
22% Impto a la Renta		24.065,40	28.184,22	32.356,81	35.959,25	40.823,03	45.191,87	48.900,94	54.000,55	58.519,87	100.965,25
UTILIDAD GRAVABLE		85.322,78	99.925,86	114.719,60	127.491,90	144.736,21	160.225,72	173.376,05	191.456,49	207.479,53	357.967,70
Amortización de diferidos		650,00	650,00	650,00	650,00	650,00					
Depreciaciones		30.454,45	30.454,45	30.454,45	30.549,49	30.549,49	31.009,49	31.114,03	31.114,03	31.114,03	31.229,03
UTILIDAD NETA		116.427,22	131.030,31	145.824,05	158.691,39	175.935,70	191.235,21	204.490,07	222.570,52	238.593,56	389.196,73
Amortización del crédito		35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
FLUJO DE CAJA	0	81.427,22	96.030,31	110.824,05	123.691,39	140.935,70	156.235,21	169.490,07	187.570,52	203.593,56	354.196,73
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado											

g. DISCUSION

EVALUACION FINANCIERA

La tarea fundamental de los analistas de proyectos es contribuir directa o indirectamente a que los recursos disponibles en la economía sean asignados en la forma más racional entre los distintos usos posibles. Quienes deben decidir entre las diversas opciones de inversión o quienes deban sugerir la movilización de recursos hacia un determinado proyecto, asumen una gran responsabilidad, pues sus recomendaciones pueden afectar en forma significativa los intereses de los inversionistas (públicos o privados), al estimular la asignación de recursos hacia unos proyectos en detrimento de otros.

Valor Actual Neto o el Valor del dinero en el tiempo

Es el cambio de valor que sufre el dinero al considerarlo en diferentes momentos.

El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.

CRITERIOS DE DECISIÓN

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

La fórmula para determinar el VANP es la siguiente:

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

Cuadro 95: Valor Actual Neto

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR 9%	VALOR ACTUAL
	525.780,11		
1	81.427,22	0,9174	74.703,88
2	96.030,31	0,8417	80.826,79
3	110.824,05	0,7722	85.576,50
4	123.691,39	0,7084	87.626,10
5	140.935,70	0,6499	91.598,53
6	156.235,21	0,5963	93.157,95
7	169.490,07	0,5470	92.716,87
8	187.570,52	0,5019	94.135,32
9	203.593,56	0,4604	93.740,13
10	354.196,73	0,4224	149.616,53
			943.698,59
Inversión			551.901,60

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

$$\text{VANP} = 943698,59 - 525.780,11$$

$$\text{VANP} = 391.796,99$$

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

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

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

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

En donde:

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO.

Tm = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

DT = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

VAN Tm = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

VAN TM = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

CRITERIOS DE DECISION

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

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

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

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

Cuadro 96: Tasa Interna de Retorno

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

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		21,00%		22,00%	
0	-525.780,11		-525.780,11		-525.780,11
1	81.427,22	0,826446	67.295,23	0,819672	66.743,63
2	96.030,31	0,683013	65.589,99	0,671862	64.519,15
3	110.824,05	0,564474	62.557,29	0,550707	61.031,57
4	123.691,39	0,466507	57.702,94	0,451399	55.834,18
5	140.935,70	0,385543	54.336,81	0,369999	52.146,10
6	156.235,21	0,318631	49.781,35	0,303278	47.382,71
7	169.490,07	0,263331	44.632,03	0,248589	42.133,30
8	187.570,52	0,217629	40.820,81	0,203761	38.219,58
9	203.593,56	0,179859	36.618,09	0,167017	34.003,65
10	354.196,73	0,148644	52.649,09	0,136899	48.489,34
			6.203,53		-15.276,90

$$TIR = 21 + 1 \left(\frac{6203,53}{6.203,53 + 15.276,90} \right)$$

$$TIR = 21,29\%$$

Período de Recuperación de Capital

El periodo de 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.

Cuadro 97. Período de Recuperación del Capital

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
	(525.780,11)	
1	81.427,22	81.427,22
2	96.030,31	177.457,53
3	110.824,05	288.281,59
4	123.691,39	411.972,97
5	140.935,70	552.908,67
6	156.235,21	
7	169.490,07	
8	187.570,52	
9	203.593,56	
10	354.196,73	

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

$$PRC = 5 + ((525780,11 - 552908,67) / 140935,70)$$

$$PRC = 5 - 0,1925$$

$$PRC = 4,81$$

4 años

$$0,81 \times 12 = 9,72 \quad 9 \text{ meses}$$

$$9,72 \quad 9 \text{ meses}$$

$$0,72 \times 30 =$$

$$21,6 \quad 22 \text{ días}$$

Significa que la inversión se recupera en 4 años, 9 meses y 22 días.

Relación Beneficio/Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

CRITERIOS DE DECISIÓN

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.

- Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

98. Relación Beneficio/Costo (actualización de in				Cuadro 98,1. Actualización de Egresos			
ACTUALIZACIÓN				ACTUALIZACIÓN			
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 9%	VALOR ACTUAL	AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 9%	VALOR ACTUAL
1	300.352,00	0,9174	275.552,29	1	171.660,03	0,9174	157.486,27
2	323.512,80	0,8417	272.294,25	2	172.795,06	0,8417	145.438,14
3	347.184,24	0,7722	268.089,93	3	174.181,96	0,7722	134.500,44
4	371.391,85	0,7084	263.103,35	4	179.096,38	0,7084	126.876,39
5	396.162,44	0,6499	257.478,41	5	177.857,45	0,6499	115.595,14
6	421.524,17	0,5963	251.341,09	6	205.188,10	0,5963	122.346,96
7	447.506,58	0,5470	244.801,42	7	186.004,24	0,5470	101.750,69
8	474.140,70	0,5019	237.955,23	8	185.367,71	0,5019	93.029,81
9	501.459,14	0,4604	230.885,72	9	188.553,52	0,4604	86.815,28
10	529.496,10	0,4224	223.664,87	10	196.042,03	0,4224	82.810,27
TOTAL			2.525.166,57	TOTAL			1.166.649,38
Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado				Elaborado por: Johana Victoria Ullauri Salgado			
RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) -1							
RBC =	2,164460554						
RBC =	1,164460554						
Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene un dólar con dieciseis centavos de dólar americano de rentabilidad.							

Análisis de sensibilidad

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

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien nos da el porcentaje de cambio. La fórmula a utilizar es la siguiente: $(VAN_n - VAN_e)$. Donde VAN_n es el nuevo VAN obtenido y VAN_e es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

Pesimista: Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

Probable: Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.

Optimista: Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

Así podremos darnos cuenta que en dos inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

Cuadro 99. Análisis de Sensibilidad con el incremento del 46,4% en los Costos

AÑOS	COSTO TOTAL		INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		46,40%			17,00%		18,00%	
						-525.780,11		-525.780,11
1	171.660,03	251.310,28	300.352,00	49.041,72	0,85470	41.916,00	0,84746	41.560,78
2	172.795,06	252.971,97	323.512,80	70.540,83	0,73051	51.531,03	0,71818	50.661,33
3	174.181,96	255.002,40	347.184,24	92.181,84	0,62437	57.555,63	0,60863	56.104,72
4	179.096,38	262.197,10	371.391,85	109.194,75	0,53365	58.271,78	0,51579	56.321,44
5	177.857,45	260.383,31	396.162,44	135.779,14	0,45611	61.930,38	0,43711	59.350,31
6	205.188,10	300.395,38	421.524,17	121.128,79	0,38984	47.220,68	0,37043	44.869,92
7	186.004,24	272.310,21	447.506,58	175.196,36	0,33320	58.374,62	0,31393	54.998,52
8	185.367,71	271.378,33	474.140,70	202.762,37	0,28478	57.743,15	0,26604	53.942,53
9	188.553,52	276.042,36	501.459,14	225.416,78	0,24340	54.867,29	0,22546	50.821,58
10	196.042,03	287.005,53	529.496,10	242.490,57	0,20804	50.447,10	0,19106	46.331,33
						14.077,55		-10.817,65
$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$								
14,077,55								
NTIR = 17+ 1(-----)								
			14.077,55	10817,65				
NTIR =			17,57%	TIR DEL PROYECTO =			21,29%	
1)	DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD			
	Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir			
	Dif.Tir.= 3,72%		% Var. = 17,49%		Sensibilidad = 0,9956808			

Cuadro 100. Análisis de Sensibilidad con la disminución del 22% en los Ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			22,00%		17,00%		18,00%	
						-525.780,11		-525.780,11
1	171.660,03	300.352,00	234.274,56	62.614,53	0,8547	53.516,69	0,8475	53.063,16
2	172.795,06	323.512,80	252.339,98	79.544,92	0,7305	58.108,65	0,7182	57.127,93
3	174.181,96	347.184,24	270.803,71	96.621,74	0,6244	60.327,77	0,6086	58.806,98
4	179.096,38	371.391,85	289.685,64	110.589,26	0,5337	59.015,97	0,5158	57.040,71
5	177.857,45	396.162,44	309.006,71	131.149,26	0,4561	59.818,64	0,4371	57.326,55
6	205.188,10	421.524,17	328.788,85	123.600,75	0,3898	48.184,34	0,3704	45.785,62
7	186.004,24	447.506,58	349.055,13	163.050,88	0,3332	54.327,80	0,3139	51.185,75
8	185.367,71	474.140,70	369.829,75	184.462,03	0,2848	52.531,54	0,2660	49.073,94
9	188.553,52	501.459,14	391.138,13	202.584,60	0,2434	49.309,85	0,2255	45.673,93
10	196.042,03	529.496,10	413.006,95	216.964,93	0,2080	45.136,82	0,1911	41.454,29
						14.497,95		-9.241,26
$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$								
			14.497,95					
NTIR = 17+1 (-----)								
	14.497,95			9.241,26				
	NTIR =	17,61%				TIR DEL PROYECTO =	21,29%	
1)	DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN			3) SENSIBILIDAD		
	Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100			Sensib. = % Var./ Nueva Tir		
	Dif.Tir.=	3,68%	% Var. =	17,28%	Sensibilidad =	0,9810545		

h. CONCLUSIONES

Una vez de haber concluido el trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- Que Lago Agrio es un cantón de la Provincia de Sucumbíos perteneciente a la Amazonía Ecuatoriana que posee diversidad de atractivos turísticos naturales, culturales y religiosos, mismos que pueden ser visitados por turistas Nacionales y Extranjeros.
- Que al ser visitado por una gran cantidad de turistas locales, nacionales y extranjeros se hace necesario la implementación de infraestructura adecuada para la satisfacción de los mismos.
- Que existe demanda insatisfecha en lo que respecta a la atención del cliente con respecto a áreas recreativas, alimentación y hospedaje y que ésta puede ser cubierta con la implementación del nuevo Complejo Turístico “Río Aguarico”.
- El tamaño del Complejo Turístico está en función de la capacidad que puede satisfacer a los turistas, para que se sientan satisfechos y tener clientes fieles; la localización se encuentra en un lugar en donde se cuenta con todos los servicios básicos y vías de primer orden.
- La Inversión del Proyecto que es de \$.575.780.1, la misma que estará financiada con el 33% de capital propio \$.175.780.11 y el 67% con un crédito de la Corporación Financiera Nacional, \$.350.000,00 a una tasa de interés del 9% y a 10 años plazo.
- Los presupuestos de costos e ingresos nos arrojan resultados favorables, ya que se va a trabajar en función de la competencia.
- El Complejo Turístico para que no tenga ni pérdida ni ganancia, debe utilizar el 75% de la capacidad instalada y obtener unos ingresos de \$.152.085.32.
- La Evaluación Financiera proyecta resultados positivos como son el VAN que es de \$.391.796,99 valor que es mayor a la inversión, la TIR, que es del 21.29% que es mayor al costo de oportunidad del 9%, la Relación beneficio/costo que es de un dólar con dieciséis centavos de dólar

americano por cada dólar invertido, la inversión se recupera en 4 años, 9 meses y 22 días, y el proyecto soporta un incremento en los costos del 46.4% y una disminución en los ingresos del 22%.

i. RECOMENDACIONES

- Que el presente proyecto se lo socialice a nivel de inversionistas y de autoridades municipales para que de ser posible se lo ejecute.
- Que al momento de ejecutarse el presente proyecto se proceda a realizar los ajustes correspondientes al presupuesto.
- Que se analice las mejores fuentes de financiamiento, a fin de que la inversión se la pueda recuperar en el menor tiempo posible.
- Que se realice una campaña agresiva para posicionar el complejo turístico en el mercado, si se decide implementarlo.
- Que se contrate personal de la localidad, con la finalidad de que se coadyuve a mejorar el nivel de vida de los habitantes del sector.
- Que el presente trabajo sirva de guía para futuros profesionales que deseen trabajar sobre proyectos de inversión de ésta índole.

j. BIBLIOGRAFIA

BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc.Graw Hill.

CALDAZ, M. (2006). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito.

GADMunicipal, L. A. (2015). *Lago Agrio*. Obtenido de <http://www.turismo.lagoagrio.gob.ec/turismo-lago-agrio/espacios>

GADMunicipal, L. A. (2015). *Turismo Lago Agrio*. Obtenido de <http://www.turismo.lagoagrio.gob.ec/>

GAVILANES, J. (30 de junio de 2012). *NIVELES JERARQUICOS DE LA EMPRESA U ORGANIZACION*. Obtenido de Mensaje de Blog: Recuperado de: <http://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/>

NASSIR SAPAG, C. (2005). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Pearson.

PASACA MORA, M. (2017). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja.: Grafimundo.

Turismo, M. d. (2014). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de Panorama del Turismo Mundial: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

ZANATTA, M. (9 de Agosto de 2017). *DEFINICION Y OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSOTS*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Contabilidad_de_costos

ZAPATA SANCHEZ, P. (2016). *Contabilidad General*. México: Mc. Graw Hill.

k. ANEXOS

Anexo 1: Diseño de la Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Con la finalidad de recabar información para el trabajo de investigación titulado **DISEÑO DEL COMPLEJO TURISTICO "RIO AGUARICO", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL CANTON LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS**, que me permitirá obtener el grado de Ingeniera en Administración Turística, solicito a usted muy comedidamente dar contestación a las siguientes interrogantes:

DATOS GENERALES:

Género:

Masculino () Femenino ()

Cuál es su procedencia

Habitantes de la localidad ()

Turistas Nacionales ()

Turistas Extranjeros ()

Edad: -----

Nivel de ingresos: -----

Ocupación:

Estudiante ()

Empleado Público ()

Empleado Privado ()

Dependiente ()

Jubilado ()

De cuántos miembros está conformada su familia?: -----

DATOS ESPECIFICOS:

1. Ha visitado algún complejo Turístico en el Cantón Lago Agrio?.

SI () NO ()

2. Con cuántas personas suele realizar sus visitas a los complejos turísticos?.

3.Cuál es el costo promedio que paga por persona por el ingreso a estos complejos turísticos?.

\$-----

4. Cuáles son los medios que utiliza para seleccionar el destino turístico que visita?.

Televisión ()

Revistas ()

Prensa ()

Internet ()

Familiares ()

Amigos ()

5. Le gustaría visitar un nuevo complejo turístico en Lago Agrio?.

SI () NO ()

6. Qué servicios le gustaría que se oferten en el centro turístico?

Alojamiento ()

Bar-Restaurante ()

Piscinas ()

Canchas ()

Recorridos ()

7. Qué características debe cumplir en centro turístico?

- Servicio de calidad ()
- Promociones ()
- Precios accesibles ()
- Paquetes Turísticos ()
- Servicio de guardianía ()

8. Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el nuevo centro turístico?.

- Televisión ()
- Revistas ()
- Prensa ()
- Internet ()

9. Cómo le gustaría que se promocioe el nuevo centro turístico?

- Descuentos ()
- Camisetas ()
- Llaveros ()
- Gorras ()

Gracias por su colaboración

INDICE DE CONTENIDOS		
DESCRIPCION		PÁGINA
PORTADA.....		i
CERTIFICACION.....		ii
AUTORIA.....		iii
CARTA AUTORIZACION.....		iv
DEDICATORIA.....		v
AGRADECIMIENTO.....		vi
a. TITULO.....		1
b. RESUMEN.....		2
c. INTRODUCCIÓN.....		4
d. REVISION DE LITERATURA.....		7
d1. MARCO REFERENCIAL.....		7
Antecedentes del Cantón Lago Agrio.....		7
Ubicación Política.....		7
Análisis Geográfica.....		8
Reseña Histórica del Cantón Lago Agrio.....		9
Destinos Turísticos en el Centro de Sucumbíos.....		17
d.2. MARCO TEORICO.....		29
Proyectos de Inversión.....		29
Estudio de Mercado.....		29
Estudio Técnico.....		33
Ingeniería del Proyecto.....		36
Estudio Administrativo.....		39
Estudio Financiero.....		42
e. MATERIALES Y METODOS.....		55
Materiales.....		55
Métodos.....		56
Técnicas.....		56
f. RESULTADOS.....		61
ESTUDIO DE MERCADO.....		61
Aplicación de las encuestas.....		61
Análisis de la demanda.....		75
Análisis de la oferta.....		78
Marketing Mix.....		88
ESTUDIO TECNICO.....		90
Tamaño del Proyecto.....		91
Localización del Proyecto.....		93
INGENIERIA DEL PROYECTO.....		97
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....		102
Manual de Funciones.....		111
ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO.....		118
Inversión.....		118
Financiamiento.....		139

Análisis de Costos.....	141
Presupuesto Proformado.....	147
Análisis del Punto de Equilibrio.....	154
Estado Financieros.....	158
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	158
Flujo de Caja.....	160
g. DISCUSION.....	162
EVALUACION FINANCIERA.....	162
Valor Actual Neto.....	162
Tasa Interna de Retorno.....	163
Relación Beneficio/Costo.....	164
Período de Recuperación del Capital.....	168
Análisis de sensibilidad incremento costos.....	171
Análisis de sensibilidad disminución ingresos.....	172
h. CONCLUSIONES.....	173
i. RECOMENDACIONES.....	175
j. BIBLIOGRAFIA.....	176
k. ANEXOS.....	177

INDICE DE CUADROS

No.	DESCRIPCION	PÁGINA
CUADRO		
Cuadro 1	Población por parroquias Lago Agrio.....	12
Cuadro 2	Población Urbana y Rural.....	13
Cuadro 3	Población de la Investigación.....	59
Cuadro 4	Distribución del tamaño de la muestra.....	59
Cuadro 5	Genero.....	61
Cuadro 6	Procedencia.....	62
Cuadro 7	Edad.....	63
Cuadro 8	Ingresos.....	64
Cuadro 9	Ocupación.....	65
Cuadro 10	Promedio miembros de familia.....	66
Cuadro 11	Visita centros turísticos Lago Agrio.....	67
Cuadro 12	Frecuencia de visitas.....	68
Cuadro 13	Número personas que visitan los complejos.....	69
Cuadro 14	Costo promedio de gasto por persona.....	70
Cuadro 15	Medios Turísticos.....	71
Cuadro 16	Aceptación del nuevo centro turístico.....	72
Cuadro 17	Características que debe tener el nuevo centro turístico.....	73
Cuadro 18	Medios de comunicación.....	74
Cuadro 19	Promoción.....	74
Cuadro 20	Demanda Potencial.....	76
Cuadro 21	Demanda Real.....	77
Cuadro 22	Demanda Efectiva.....	78
Cuadro 23	Oferta.....	87
	Estimación de la	
Cuadro 24	oferta.....	88
Cuadro 25	Demanda Insatisfecha.....	88
Cuadro 26	Promoción.....	90
	Capacidad instalada	
Cuadro 27	restaurante.....	92
Cuadro 28	Capacidad instalada para hospedaje.....	92
Cuadro 29	Personal Administrativo.....	93
Cuadro 30	Financiamiento.....	93
Cuadro 31	Terreno.....	119
Cuadro 32	Construcciones.....	120
Cuadro 33	Maquinaria y equipos para piscinas.....	121
Cuadro 34	Vehículos.....	121
Cuadro 35	Herramientas de operación: Recreación.....	121
Cuadro 36	Equipo de oficina para área recreativa.....	122
Cuadro 37	Muebles y enseres área recreativa.....	122
Cuadro 38	Maquinaria y Equipos restaurante.....	122
Cuadro 39	Muebles y Enseres Restaurante.....	123
Cuadro 40	Equipos para el restaurante.....	123

Cuadro 41	Maquinaria y equipos cabañas.....	123
Cuadro 42	Muebles y Enseres Cabañas.....	124
Cuadro 43	Equipos de seguridad.....	124
Cuadro 44	Muebles y Enseres de oficina.....	124
Cuadro 45	Equipo de computación.....	125
Cuadro 46	Equipo de oficina.....	125
Cuadro 47	Equipo de Telecomunicaciones.....	125
Cuadro 48	Resumen de activos fijos.....	126
Cuadro 49	Activos diferidos.....	127
Cuadro 50	Mano de obra área recreativa.....	128
Cuadro 51	Mano de obra restaurante.....	128
Cuadro 52	Mano de obra cabañas.....	129
Cuadro 53	Insumos para mantenimiento de piscinas.....	129
Cuadro 54	Menaje de cocina.....	130
Cuadro 55	Menaje e insumos para cabañas.....	130
Cuadro 56	Fuerza motriz.....	131
Cuadro 57	Energía Electrica.....	131
Cuadro 58	Agua potable para piscinas.....	131
Cuadro 59	Agua para restaurante, cabañas y oficinas.....	132
Cuadro 60	Insumos de limpieza.....	132
Cuadro 61	Útiles de oficina.....	132
Cuadro 62	Insumos para alimentación.....	133
Cuadro 63	Bebidas.....	133
Cuadro 64	Resumen costo del servicio.....	134
Cuadro 65	Sueldos y salarios.....	135
Cuadro 66	Gastos de internet.....	135
Cuadro 67	Gastos de Teléfono.....	135
Cuadro 68	Resumen Gastos de Administración.....	135
Cuadro 69	Combustibles y lubricantes.....	136
Cuadro 70	Útiles de oficina.....	136
Cuadro 71	Publicidad.....	136
Cuadro 72	Promoción.....	137
Cuadro 73	Resumen gastos de venta.....	137
Cuadro 74	Inversión.....	137
Cuadro 75	Financiamiento.....	141
Cuadro 76	Depreciaciones.....	143
Cuadro 77	Reinversión activos fijos.....	144
Cuadro 78	Tabla de amortización.....	145
Cuadro 79	Amortización de activos diferidos.....	146
Cuadro 80	Presupuesto Proformado.....	147
Cuadro 81	Costo total de producción.....	148
Cuadro 82	No. Personas que ingresan al parque los días de atención.....	148
Cuadro 83	Establecimiento de ingresos por entradas.....	148
Cuadro 84	Ingresos por alimentación.....	149

Cuadro 85	Ingresos por restaurante.....	149
Cuadro 86	Costos de cabañas por personas.....	149
Cuadro 87	Ingresos por cabañas.....	150
Cuadro 88	Ingresos por cancha sintética.....	150
Cuadro 89	Establecimiento de ingresos proyectados cancha sintética.....	150
Cuadro 90	Ingresos por bar.....	151
Cuadro 91	Resumen ingresos totales.....	151
Cuadro 92	Clasificación de costos.....	153
Cuadro 93	Estado de pérdidas y ganancias.....	159
Cuadro 94	Flujo de caja.....	161
Cuadro 95	Valor actual neto.....	163
Cuadro 96	Tasa interna de retorno.....	165
Cuadro 97	Período de recuperación del capital.....	166
Cuadro 98	Relación beneficio/Costo.....	168
Cuadro 99	Análisis de sensibilidad con incremento en los costos.....	171
Cuadro 100	Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos.....	172