



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
BALNEARIO EN LA PARROQUIA DE "EL LUCERO", CANTÓN  
CALVAS, PROVINCIA DE LOJA".**

Tesis, previa la obtención del Grado  
de Ingenieros Comerciales.

**Autores:**

**Enith Marina Gualán Ordoñez.**

**Luis Ángel Lozano Cortéz.**

**Director:**

**Ing. Com. Manuel Enrique Pasaca Mora.**

**LOJA – ECUADOR  
2013**

## CERTIFICACIÓN

Ing. Manuel Pasaca Mora, Docente del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja; y,

### DIRECTOR DE TESIS

#### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN LA PARROQUIA DE “EL LUCERO”, CANTÓN CALVAS, PROVINCIA DE LOJA”**. Realizado por los Egresados **Eníth Marina Gualán Ordóñez y Luis Ángel Lozano Cortéz** ha sido dirigido, orientado y revisado en todas sus partes, por lo que considero apto para su presentación, sustentación y defensa.

Loja, marzo del 2012.

**Ing. Manuel Pasaca Mora**

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Nosotros, **Enith Marina Gualán Ordoñez y Luis Ángel Lozano Cortéz**, declaramos ser autores del presente trabajo de tesis y eximimos expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

### **Autores.**

Enith Marina Gualán Ordoñez

.....  
C.I. 1104101686

Luis Ángel Lozano Cortéz

.....  
C.I.1104120504

Loja, 4 de abril del 2013.

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestros sentimientos de Gratitud van dirigidos al Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora en calidad de Director de Tesis, a los Miembros del Tribunal de Grado conformado por el Ing. Ramiro Guzmán como Presidente, Ing. Luis Erreyes, Ing. Ney Gallardo como Delegados, por las respectivas tutorías y sugerencias recibidas para finalizar favorablemente la presente tesis.

Agradecemos también al Lic. Alex Padilla Torres Alcalde del Gobierno Descentralizado del cantón Calvas, y al Señor Rigoberto Jaramillo, Presidente de la Junta Parroquial “El Lucero”, por permitirnos recabar la información concerniente al trabajo desarrollado, pues con este logro, se busca aportar a un mejor desarrollo económico, social, cultural y principalmente turístico – empresarial de la parroquia El Lucero, como de la provincia de Loja.

**LOS AUTORES**

## DEDICATORIA

Dedico a Dios, a mi mamá, hermanos y a todas las personas que fueron mi apoyo incondicional y estuvieron presentes con sus consejos y apoyo económico durante el desarrollo del presente proyecto para así concluir satisfactoriamente mis estudios universitarios que me orientarán a seguir aportando con mis conocimientos para un mejor crecimiento socio económico y empresarial de la provincia de Loja y del país.

**Enith Gualán**

Dedico a mi Dios, a mis padres, familiares, amigos y a todos quienes que con su apoyo económico moral, ético y sobre todo profesional, me condujeron para terminar favorablemente este proyecto y cumplir con el objetivo y propósito de servir. Asimismo dedico esta obra a todas las nuevas generaciones para que sirva como guía, forjando ideas de emprendimiento que conlleven a fomentar un mejor desarrollo social, económico, empresarial y turístico de la provincia de Loja y del País.

**a. Luis Lozano**

**a. TITULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
BALNEARIO EN LA PARROQUIA DE “EL LUCERO”, CANTÓN  
CALVAS, PROVINCIA DE LOJA”.**

## **b. RESUMEN**

La tecnología, actualmente, se encuentra fortaleciendo el rendimiento de las Instituciones, Empresas e Industrias del mundo, promovida por un Talento Humano, mejor capacitado y habilitado, acorde a los requerimientos que solicita el avance de la tecnología, para así llevar al mercado un producto o servicio en menor tiempo, a bajos costos y de mejor calidad y poder satisfacer las distintas necesidades que el consumidor o usuario final busca.

Así también está el Turismo en el Ecuador, que con el apoyo de Instituciones públicas y privadas, se encuentra habilitando zonas y lugares donde la población se pueda recrear y hacer turismo, diseñando y edificando espacios propicios para tal actividad, y es en la provincia de Loja, ubicada en la Región Sur del Ecuador y caracterizada al poseer climas fríos, templados, secos y tropicales, y una fauna y flora única en la región, en donde se está aprovechado sus recursos humanos y naturales para desarrollarlos con la apertura de empresas dedicada al turismo. Pero hay lugares en los cuales no se ha intervenido para ser impulsado, es el caso de la parroquia de “El Lucero”, ubicada en el cantón Calvas, que muestra un ambiente muy acogedor para ser visitada al poseer un clima seco – tropical adecuado para llevar a cabo actividades de recreación y turismo fomentando las actividades recreacionales y turísticas locales y

sea un atrayente para el turismo extranjero, en el cual su población sea el principal beneficiario.

Uno de los problemas que mayormente se suscita en el sector, es la falta de aptitudes y conocimiento de emprendimiento en la creación de empresas turísticas en la parroquia de “El Lucero”, cantón Calvas, el cual no ha generado el desarrollo social, cultural y empresarial en su población, se desaprovecha los atractivos que ofrece la naturaleza, específicamente con la unión de los ríos y el ambiente que ello genera.

Y para ello, se debe dar importancia a las ideas generadas por la población para impulsar de forma organizada objetivos que permitan alcanzar el fortalecimiento de la economía en el sector, otorgando fuentes de trabajo para sus habitantes con el desarrollo del turismo y el comercio, aprovechando sus recursos humanos y naturales y creando un ambiente de trabajo acogedor y eficiente que aportará al desarrollo económico, social, cultural y sobre todo turístico – empresarial de la provincia de Loja.

Luego de haber realizado un estudio de las problemáticas existentes, se ha visto la necesidad de proponer elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un balneario en la parroquia de “El Lucero”, cantón Calvas, provincia de Loja, dentro del cual, está incluido realizar el estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda de



recreación del Balneario, el estudio técnico para diseñar el tamaño, localización, la ingeniería y la estructura administrativa del Balneario, el estudio económico para determinar los costos y gastos de inversión como el establecimiento de precios, el estudio ambiental, la evaluación financiera a través del VAN, la TIR, R/B – C, Período de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

Estos objetivos se cumplieron a cabalidad conforme a la metodología utilizada para la obtención de resultados positivos para el buen aprovechamiento de la investigación.

Los materiales y métodos empleados para desarrollar el presente trabajo de investigación están:

### **Materiales**

- ❖ Útiles de oficina.
- ❖ Material fotográfico.
- ❖ Cuadernos académicos
- ❖ Esferográficos.

## **Métodos**

**Método Inductivo.** Este método se empleó para la formulación de la problemática referente a casos, hechos o fenómenos particulares tales como desempleo, pobreza, trabajo, etc., que existen en el sector, y permitió definir el problema de estudio, siguiendo con los objetivos que se plantearon para el buen desarrollo del proyecto.

**Método Deductivo.** Empleando este método se pudo recolectar la teoría relacionada con el trabajo de investigación, utilizando las herramientas y técnicas para desarrollar el estudio, dando claridad a la idea en concreto.

**Método Descriptivo.** Este método ayudó a describir las cualidades más sobresalientes para determinar el lugar idóneo en la parroquia El Lucero, para crear la empresa, también para la descripción de todo lo que se necesitó en el estudio de mercado, técnico, financiero. Y para incluir la revisión de literatura más pertinente en el trabajo de investigación.

**Método Estadístico – Matemático.** Con la aplicación de este método facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos en la aplicación y tabulación de la encuesta, entrevista, proyecciones,

indicadores financieros como TIR, VAN, PE, indispensable para el proyecto.

## **TÉCNICAS**

**Observación.** Con la observación facilitó describir los elementos más relevantes que componen y caracterizan un servicio de balneario en cuanto a cualidades y factores que lo constituyen, recurriendo a Vilcabamba, Malacatos y Catamayo.

**Encuesta.** Aplicando esta técnica se pudo obtener información referente al tema planteado de investigación. **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Balneario en la Parroquia “El Lucero, Cantón Calvas, Provincia de Loja”**, que permitirá conocer si el estudio será factible o no para su implementación.

**Entrevista.** Aplicando esta técnica se obtuvo información básica sobre las cualidades, factores económicos, sociales, culturales de “El Lucero” entrevistando personalmente a la Licenciada Luz Castillo Vicepresidenta de la Junta Parroquial que brindó información relevante para el trabajo de investigación.

**La Muestra.** Con la aplicación de esta técnica se pudo conocer el número de encuestas a aplicarse en las poblaciones urbanas de Calvas, Quilanga, Gonzanamá y la Parroquia de “El Lucero”, se trabajó con el número de habitantes registrados en el censo 2001 y proyectados al año de estudio 2012 con la utilización de la tasa de crecimiento urbano de la provincia de Loja del 0.46%. De la Población Total de 16.429 habitantes del año 2012, se segmentó la Población comprendida en las edades de 15 a 65 años que representa el 58.30% de la población en estudio, dando **9.578 habitantes** que aplicando la fórmula del tamaño de la muestra se determinó un valor de 384 que representa al número de encuestas aplicadas en estos cantones.

## **RESULTADOS**

Para llevar a cabo el Estudio de Mercado, se aplicaron 384 encuestas a los habitantes urbanos de los cantones Gonzanamá, Quilanga, y del cantón Calvas, partiendo de la población de estudio de **9.578 habitantes**, que representa el 58.30% de la población total y comprende las edades de 15 a 65 años del año 2012, que señala las preguntas más sobresalientes del trabajo de investigación de la encuesta aplicada:

### **Así tenemos:**

De los 384 encuestados, 310 que representan el 81%, manifiestan que si asisten a un balneario en la parroquia El Lucero.

De los 310 encuestados, 285 que representan el 92%, apoyan a que en la parroquia de “El Lucero”, se pueda crear un balneario.

La frecuencia promedio de visitas es obtenida de la población que apoya a la creación de un balneario en la parroquia el Lucero, la cual es de 25 veces al año, es decir dos veces al mes.

### **DISCUSIÓN**

Con estos datos recabados se realizó e Análisis Socio Económico de la población encuestada para conocer el ingreso mensual promedio que generan los habitantes de la parte urbana de los cantones: Gonzanamá, Quilanga, Calvas y la parroquia de “El Lucero”, el cual es de \$.271.59 dólares. (Ver cuadro N° 6).

El monto promedio que destinan para recreación al mes es de \$.40.34 dólares. Deduciendo de los \$.271.59 dólares de ingreso mensual promedio que obtienen, realizan un gasto de \$.40.34 dólares, utilizados para actividades recreacionales y turísticas.

Así mismo se realizó el Estudio de la Demanda y el Estudio de la Oferta, que determinó una **Demanda Real** de **7.758 personas**, una **Demanda Efectiva** de **7.138 personas**, una **Demanda Percápita** de **25 veces al año**, para llegar a determinar una **Demanda Futura** de **178.450 personas**. En el caso de la **Oferta es cero** ya que en el sector no existe balneario organizado, pues cabe mencionar que al río a donde acude la población del sector, no constituye competencia alguna, por tanto se obtiene una **Demanda Insatisfecha** de **178.450 personas**.

En el Plan Comercial se definió el nombre que llevará el servicio del balneario **“SHARY’Z” CÍA. LTDA.**, **El Precio** del servicio será fijado conforme a los Costos de Producción y la Capacidad Instalada. La Plaza se encuentra direccionada hacia toda la población, principalmente hacia los cantones Gonzanamá, Quilanga y el cantón Calvas. **La Promoción** de los servicios y eventos que se programen en el **“SHARY’Z”**, se difundirá Publicidad en la Radio Ecuasur 102.1 FM y Diario La Hora. **El Canal de Comercialización** del servicio será entregar directamente al cliente. El principal factor estará en poder satisfacer necesidades de recreación y turismo, ofertando al turista servicios como: piscinas, cabañas, canchas deportivas, juegos infantiles, bar – restaurante, salón social, parqueadero propio, caracterizando la calidad en el servicio.

En el Estudio Técnico, la Capacidad Instalada está determinada por 300 personas diarias, y al año 78.000. La empresa se ubicará en el barrio Pindo Bajo, junto a la Quebrada el tablón y a 300 metros de distancia del puente El Pindo. Para llegar a las Instalaciones del balneario existen dos vías de acceso la primera es Gonzanamá – Quilanga – Río Pindo – El Lucero, y la segunda Cariamanga – El Lucero.

En el Estudio Organizacional se exponen los Organigramas Estructural y de Posición, así como también el Manual de Funciones con los requisitos y requerimientos para ocupar los cargos de Gerencia, Secretaría, Guardianía, Producción y Finanzas. Y la Estructura Jurídica y Mercantil.

En el Estudio Ambiental se indica la manera cómo se van a prestar los servicios del balneario para que sean bien acogidos por el cliente.

En el Estudio Financiero, se establece el valor en Activos fijos de \$.278.216.00 dólares, en Activos Diferidos de \$.2.805.00 dólares y en Capital de Trabajo de 3.931.36 dólares totalizando del monto de inversión que se requiere para crear la empresa de \$.284.952.36 dólares, cuyo financiamiento lo puede otorgar el Banco Nacional de Fomento dando como entrada un 20% del capital de \$.56.990.47 dólares y recibiendo el 100% del monto de inversión que se requiere para crear la empresa.

En los Costos e Ingresos de Producción, el Costo de producción para el primer año es de \$.106.424.26 dólares, que realizada la operación para la Capacidad Instalada del Año de 78.000 personas, tendría un costo por persona de \$1.36 dólares al cual se le ha sumado un 46.66% de margen de utilidad dando un costo de \$.2.00 dólares por persona, y obteniendo un Ingreso anual de \$156.000.00 dólares. Más el alquiler y Arriendo de Locales Comerciales de \$.3.400.00 anuales, se obtiene un Ingreso Anual de \$.159.400.00 dólares.

Para determinar el Punto de Equilibrio para el Primer Año, se especifica el Valor Total en Costos Fijos el cual es de \$.99.176.76, y en Costos Variables de \$.7.247.50.

En la Evaluación Financiera, el Valor Actual Neto del Proyecto es de \$.222.319.58 dólares; la Tasa Interna de Retorno de la inversión es de 24.78%; la Relación Beneficio Costo es de \$.1.79 dólares, que quiere decir que por cada dólar invertido quedan 79 centavos de utilidad; la inversión se recuperará en 3 años, 10 meses, 20 días; el proyecto por las condiciones en que se ejecutará soporta 11.29% de Incremento en los Costos con un coeficiente de sensibilidad de 0.99 menor a la unidad y 6.48% de Disminución en los Ingresos con un coeficiente de sensibilidad de 0.99 menor a la unidad.



## **Summary**

The technology, at the moment, is strengthening the yield of the Institutions, Companies and Industries of the world, promoted by a Human, better enabled Talent and paymaster, chord to the requirements that he requests the advance of the technology, stops this way to take to the market a product or service in smaller time, at low costs and of better quality and power to satisfy the different necessities that the consumer or end user looks for.

Likewise it is the Tourism in Ecuador that with the support of public and private Institutions, she is enabling areas and places where the population can relax and to make tourism, designing and building favorable spaces for such an activity, and you/he/she is in the county of Loja, located in the South Region of Ecuador and characterized when possessing cold, temperate, dry and tropical climates, and a fauna and unique flora in the region where is taken advantage of her human resources and natural to develop them with the opening of companies dedicated to the tourism. But there are places in which you have not intervened to be impelled; it is the case of "Lucero's" parish, located in the canton bald patch that shows a very welcoming atmosphere to be visited when possessing a dry climate. Tropical appropriate to take to end recreation activities and tourism fomenting the activities recreationalist and

tourist local and be an attractive one for the foreign tourism, in which their population is the main beneficiary.

One of the problems that mostly is raised in the sector, it is The lack of aptitudes and emprendimiento knowledge in the creation of tourist companies in "Lucero's" parish, canton Bald patches, which has not generated the social, cultural and managerial development in their population, is wasted the attractiveness that he/she offers the nature, specifically with the union of the rivers and the atmosphere that it generates it.

And for it, importance should be given to the ideas generated by the population to impel in way organized objectives that you allow to reach the invigoration of the economy in the sector, granting work sources for its inhabitants with the development of the tourism and the trade, taking advantage of its human resources and natural and creating an atmosphere of welcoming and efficient work that will contribute to the economic, social, cultural and mainly tourist development. Managerial of the county of Loja.

After having carried out a study of the existent problems, one has seen the necessity to intend to elaborate a study of feasibility for the creation of a spa in "Lucero's" parish, canton Bald patches, county of Loja,

inside the one which, it is included to carry out the market study to know the offer and the demand of recreation of the Spa, the technical study to design the size, localization, the engineering and the administrative structure of the Spa, the economic study to determine the costs and investment expenses like the establishment of prices, the environmental study, the financial evaluation through VAN, TIR, R/B. C, Period of Recovery of Capital and Analysis of Sensibility.

These objectives were completed to cabal dad according to the methodology used for the obtaining of positive results for the good use of the investigation.

The materials and methods used to develop the present investigation work are:

## **MATERIALS**

- ❖ Useful of office.
- ❖ Photographic material.
- ❖ Academic notebooks
- ❖ Esferográficos.

## **METHODS**

**Inductive Method.** This method was used for the formulation of the problem with respect to cases, facts or particular such phenomena as unemployment, poverty, work, etc. that they exist in the sector, and it allowed to define the study problem, continuing with the objectives that thought about for the good development of the project.

**Deductive Method.** Using this method you could gather the theory related with the investigation work, using the tools and techniques to develop the study, giving clarity in short to the idea.

**Descriptive Method.** This method helped to describe the most excellent qualities to determine the suitable place in the parish Lucero, to create the company, also for the description of all that was needed in the market study, technician, financial. And to include the revision of more pertinent literature in the investigation work.

**Statistical Method.** Mathematical. With the application of this method it facilitated the interpretation and understanding of statistical data in the application and tabulation of the survey, he/she interviews, projections, financial indicators as TIR, VAN, PE, indispensable for the project.

## **TECHNICAL**

**Observation.** With the observation it facilitated to describe the most outstanding elements that compose and they characterize a spa service as for qualities and factors that constitute it, appealing Vilcabamba, Malacatos and Catamayo.

**It interviews.** Applying this technique one could obtain information with respect to the outlined topic of investigation. "Study of Feasibility for the Creation of a Spa in the Parish "Lucero, Canton Bald patches, County of Loja" that will allow to know if the study will be feasible or it doesn't stop its implementation.

**She interviews.** Applying this technique basic information was obtained on the qualities, economic, social factors, cultural of "Lucero" interviewing Graduated Luz Castle Vice-president of the Parochial Meeting that offered outstanding information for the investigation work personally.

**The Sample.** With the application of this technique one could meet the number of surveys to be applied in the urban populations of Bald, Quilanga, Gonzanamá and "Lucero's" Parish, one worked with the number of inhabitants registered in the census 2001 and projected to the year of study 2012 with the use of the rate of urban growth of the county of Loja of

the one 0.46%. Of the Total Population of 16.429 inhabitants of the year 2012, the Population segmented understood in the ages from 15 to 65 years that he represents the one the population's 58.30% in study, giving 9.578 inhabitants that applying the formula of the size of the sample a value of 384 was determined that it represents to the number of surveys applied in these cantons.

## **RESULTS**

To carry out the Study of Market, 384 surveys were applied the urban inhabitants of the cantons Gonzanamá, Quilanga, and of the canton Bald patches, leaving of the study population of 9.578 inhabitants that it represents the one the total population's 58.30% and he/she understands the ages from 15 to 65 years of the year 2012 that it points out the most excellent questions in the work of investigation of the applied survey:

### **WE HAVE THIS WAY:**

Of the 384 interviewed, 310 that represent 81%, manifest that if they attend a spa in the parish Lucero.

Of the 310 interviewed, 285 that represent 92%, support to that in "Lucero's" parish, you can create a spa.

The frequency average of visits is obtained that is to say twice of the population that supports to the creation of a spa in the parish Lucero, which is from 25 times to year, a month.

## **DISCUSSION**

With these procured data he was carried out and the population's Analysis Economic Partner interviewed to know the entrance monthly average that the inhabitants of the urban part of the cantons generate: Gonzanamá, Quilanga, Bald and "Lucero's" parish, which is of \$.271.59 dollars. (To see squares N° 6).

He mounts average that you/they dedicate for recreation a month it is of \$.40.34 dollars. Deducing from \$.271.59 dollars of entrance monthly average that obtain, carry out an expense of \$.40.34 dollars, used for activities recreationalist and tourist.

Likewise she was carried out the **Study of the Demand** and the **Study of the Offer** that it determined a **Real Demand of 7.758 people**, an **Effective Demand of 7.138 people**, a **Demand Percápita of 25 times a year**, to end up determining a **Future Demand of 178.450 people**. In the case of the **Offer it is since zero** in the sector organized spa it doesn't exist, because it is necessary to mention that to the river to where the

population of the sector goes, you/he/she doesn't constitute competition some, **therefore an Unsatisfied Demand is obtained of 178.450 people.**

In the Commercial Plan he was defined the name that will take the service of the spa "**SHARY'Z**" **CÍA. LTDA.** **The Price** of the service will be fixed according to the Costs of Production and the Installed Capacity. **The Square** is addressed toward the whole population, mainly toward the cantons Gonzanamá, Quilanga and the canton Bald patches. **The Promotion** of the services and events that are programmed in "SHARY'Z" will spread Publicity in the Radio Ecuasur 102.1 FM and Newspaper the Hour. **The Channel of Commercialization** of the service will be to give to the client directly. The main factor will be in being able to satisfy recreation necessities and tourism, offering the tourist services like: pools, cabins, sport courts, infantile games, and bar. Restaurant, social living room, own parking lot, characterizing the quality in the service.

In the **Technical Study**, the Installed Capacity is determined by 300 daily people, and a year 78.000. The company will be located in the neighborhood Pindo Under, next to the Gulch the plank and to 300 meters of distance of the bridge Pindo. To arrive to the Facilities of the spa two access roads they exist the first it is Gonzanamá. Quilanga. I Laugh Pindo. Lucero and second Cariamanga. Lucero.



In the **Organizational Study** the Structural Flowcharts are exposed and of Position, as well as the Manual of Functions with the requirements and requirements to occupy the positions of Management, Secretary, Security, Production and Finances. And the Artificial and Mercantile Structure.

In the **Environmental Study** the way is indicated how they will lend the services of the spa so that they are very welcomed by the client.

In the **Financial Study**, the value settles down in Active fixed of \$.278.216.00 dollars, in Differed Assets of \$.2.805.00 dollars and in Capital of Work of 3.931.36 dollars totaling of the I mount of investment that is required to create the company of \$.284.952.36 dollars whose financing can grant it the National Bank of Development giving as entrance 20% of the capital of \$.56.990.47 dollars and receiving 100% of the I mount of investment that is required to create the company.

In the **Costs and Revenues of Production**, the production Cost for the first year is of \$.106.424.26 dollars that carried out the operation for the Installed Capacity of the Year of 78.000 people, he/she would have a cost for person of \$1.36 dollars to which has added it to him a 46.66% of margin of utility giving a cost of \$.2.00 dollars for person, and obtaining an Annual income of \$156.000.00 dollars. Plus the rent and Lease of Local

Commercial of \$3.400.00 annual, an Annual income of \$ is obtained.159.400.00 dollars.

To determine the Point of Balance for the First Year, the Total Value is specified in Fixed Costs which is of \$99.176.76, and in Variable Costs of \$7.247.50.

In the **Financial Evaluation**, the Current Net Value of the Project is of \$222.319.58 dollars; the Internal Rate of Return of the investment is of 24.78%; the Relationship Benefits Cost it is of \$1.79 dollars that he/she means that for each invested dollar they are 79 cents of utility; the investment will recover in 3 years, 10 months, 20 days; the project for the conditions in that it will be executed supports 11.29% of Increment in the Costs with a coefficient of sensibility of 0.99 minor to the unit and 6.48% of Decrease in the Revenues with a coefficient of sensibility of 0.99 minor to the unit.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Con la aparición de la tecnología y su aplicación en las grandes Industrias, Empresas e Instituciones del mundo, está favoreciendo sosteniblemente para ofrecer al mercado un producto o servicio de mejor calidad a un precio módico y adquirible para el consumidor o usuario final, que está siendo promovido por un Talento Humano, mejor capacitado y habilitado en conocimientos y destrezas, acorde a los requerimientos de la tecnología que fortifica a un mejor desarrollo productivo y de servicio, minorando costos y tiempos de producción y otorgando mejores remuneraciones salariales a sus empleados. De la misma manera en Ecuador se está habilitando zonas y lugares exclusivos, resaltando las costumbres y tradiciones de cada una de las regiones y ciudades del País enmarcándolos en un escenario denominado Turismo, el cual está siendo muy observado por la sociedad y abriendo la curiosidad para mejorarlo y atraer un mejor volumen de turistas locales como extranjeros para que sean parte de ello y puedan recorrer toda su inmensa biodiversidad que existe, impulsado con el apoyo de Instituciones de Turismo y de las propias comunidades beneficiarias.

Es así que optimistas por ser parte del desarrollo social, económico y sobre todo turístico – empresarial, en la provincia de Loja, respectivamente en el cantón Calvas, la parroquia de “El Lucero”, fue el

lugar elegido para allí proponer la elaboración del tema de tesis: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Balneario en la parroquia de “El Lucero, cantón Calvas, provincia de Loja”**. El cual ha sido muy acogido por parte de sus habitantes manifestando que con ello daría una mejor imagen al lugar y atractivo para el turista extranjero principalmente, el sector es propicio al poseer un clima seco – tropical, en donde fines de semana, en días feriados y festivos su población concurre al lugar denominado “Unión de los Ríos” para recrearse y hacer turismo en familia y amigos, aquí se une el río “Capilla”, proveniente del cantón Gonzanamá y Quilanga, el río “Chiriyacu”, proveniente del cantón Espíndola que forman el río Pindo, y permite observar en toda su trayectoria un sinnúmero de aves como gavilanes, pericos, palomas; animales como ardillas, ganado vacuno, equino, porcino, cabras; insectos como cigarras, abejas, luciérnagas, reptiles como: lagartijas, camaleones, guayazas, también árboles frutales como naranjos, mangos, guabos, guayabos, limones, papayos, ciruelos, productos agrícolas como el maíz, café, yuca, banano, caña, camote, maní, cereales. Quienes habitan en el Lucero muestran su amabilidad, su buena educación y generosidad.

Uno de los problemas que se ha detectado es **La falta de aptitudes y conocimientos de emprendimiento en la creación de empresas turísticas en la parroquia de “El Lucero”, cantón Calvas, no ha generado el desarrollo social, cultural y empresarial en su**

**población, se desaprovecha los atractivos que ofrece la naturaleza específicamente con la unión de los ríos y el ambiente que ello genera.**

Por tanto es importante rescatar las ideas que se generan de la población y conlleven a mejorar las actuales condiciones turísticas del sector con la creación de establecimientos turísticos, ya que fortalecerá no solo el turismo sino el comercio en el consumo y venta de los principales productos agrícolas y textiles que da el lugar otorgando ingresos económicos para el sustento familiar y desarrollo de la comunidad.

Los objetivos planteados en el trabajo son los siguientes:

### **Objetivo General**

Elaborar un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Balneario en la Parroquia de “El Lucero”, cantón Calvas, Provincia de Loja.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda de recreación del Balneario.

- Realizar un estudio técnico para diseñar el tamaño, la localización, la ingeniería e instalaciones y la estructura administrativa del Balneario.
- Realizar un estudio económico para determinar los costos y gastos de inversión como el establecimiento de precios.
- Realizar una evaluación financiera a través de los indicadores financieros como son el VAN, la TIR, R/B – C, período de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.
- Realizar una evaluación ambiental para la creación del Balneario.

Estos objetivos se cumplieron a cabalidad y en virtud de lo planificado se obtiene los siguientes resultados y su debida discusión en el que se incluye el estudio de los diferentes elementos del mercado tales como: la presencia de la demanda y su proyección, la oferta existente en el servicio, el nombre del balneario y los respectivos servicios a comercializar, indispensables para su desarrollo.

En el Estudio Técnico se presenta el tamaño, localización, los procesos de los servicios a ofrecer, la infraestructura del balneario.

En el Estudio Organizacional están los organigramas estructural y de posición, las funciones del personal administrativo y operativo de la empresa y la Estructura Jurídica.

En el Estudio Ambiental se indica la manera cómo van a funcionar los servicios del balneario para que permanezcan ecológicos y sean bien acogidos por el visitante.

En el Estudio Financiero se señala el valor y la cantidad de activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, requeridos para el servicio, las depreciaciones y los costos de producción fijos y variables por cada año de duración del proyecto.

En la Evaluación Financiera consta los indicadores económicos como el **VAN** el cual es positivo de \$.222.319.58, **TIR** de 24.78%, **R: B/C**, de \$.1.79 dólares, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 79 centavos de utilidad, **El Período de Recuperación del Capital** se establece en 3 años, 10 meses, 20 días, **El Análisis de Sensibilidad de Incremento en los Costos en 11.29% y Disminución en los Ingresos en 6.48%**.

Y para finalizar el trabajo de investigación, se han determinado conclusiones y recomendaciones para quienes tomen de guía y consideración este proyecto.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **d.1. Marco referencial**

#### **d.1.1. Turista**

Persona que visita distintos puntos de su país o del planeta, y que lo hace para aprender más o aumentar su conocimiento cultural.<sup>1</sup>

#### **d.1.2. Turismo**

Desplazamiento temporal de las personas, durante el periodo de vacaciones o tiempo libre, desde su lugar de residencia a otros lugares, por los que se sienten atraídos por razones diversas: culturales, deportivas, sociales, económicas, de ocio. Requiere la existencia de servicios para la organización del viaje y otros desplazamientos, para la estancia, la alimentación y la distracción de los turistas.<sup>2</sup>

#### **d.1.3. Turismo en el Ecuador**

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo

---

<sup>1</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Turista>

<sup>2</sup><http://www.ompib.org/index.php?key=25>



receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa y América Latina (principalmente colombianos).

También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24%) o por negocios o trabajo (62%). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, etc.<sup>3</sup>

El Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del sur, atravesado por la línea ecuatorial y hace que su territorio se encuentre dividido entre dos hemisferios: norte sur, otorgándole así una posición única en el mundo. Sin duda es uno de los países más ricos del planeta, gracias a sus grandes contrastes en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales (costa, sierra, oriente y región insular), que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. El Ecuador también es rico en su gente, su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones.

---

<sup>3</sup><http://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml>

Como muestra de la increíble flora más de 10 mil especies de plantas existen en la serranía ecuatoriana, 8.200 especies vegetales de la amazonia, de las que 2.725 pertenecen al grupo de las orquídeas y a las que se suman 600 especies nativas de la región insular. Ecuador es dueño del 8% de las especies animales y 18% de las aves del planeta. Se ha declarado la existencia de 10 parques nacionales, 14 reservas naturales y un refugio silvestre, todos protegidos por el gobierno.<sup>4</sup>

#### **d.1.4. Turismo en la provincia de Loja**

La provincia de Loja posee un capital turístico aún no analizado. Las empresas Tame e Ícaro sirven a Loja. Existen tres aeropuertos en Macará, Zapotillo y Catamayo, su clima es frío, templado, seco y tropical, posee una fauna y flora única que realmente es provocativa para ser visitada en Vilcabamba, Malacatos y otros sectores.

En la ciudad de Loja sus atractivos son la feria internacional, que inicia en septiembre de todos los años, que atrae gran cantidad de espectáculos. La advocación a la Virgen del Cisne invita a visitar su impresionante santuario, una catedral gótica anclada en un altísimo picacho de los andes, junto a un humilde pueblecito llamado El Cisne.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup><http://www.ecuador.us/turismo.htm>

<sup>5</sup><http://www.ecuaworld.com.ec/loja.htm>

#### d.1.4.1 Turismo en el cantón Calvas

Cariamanga, se encuentra a 106 km al sur de la ciudad de Loja y se conecta a través de una vía asfaltada. La mayoría de sus pobladores se dedican a la agricultura y a la ganadería. El cerro la Ahuaca es la atracción para propios y extraños considerada como la roca más grande del Ecuador.

#### Datos generales:

Cabecera cantonal	Cariamanga
Altitud	1932 m.s.n.m.
Temperatura promedio	20°C
Superficie	1700 km <sup>2</sup>
Clima	Templado seco
Ubicación	Al sur de la provincia de Loja

Los Curimangas fueron los primeros habitantes de este valle donde el Ahuaca reina como soberano.<sup>6</sup>

#### Límites:

Norte	Cantón Paltas
Sur	Cantón Espíndolas y el Perú
Este	Cantones Quilanga y Gonzanamá
Oeste	Cantón Sozoranga

#### División política:

3 parroquias urbanas, 4 parroquias rurales y 122 barrios

Parroquias urbanas: Cariamanga, Chile y San Vicente

Parroquias rurales: Colaisaca, **EL LUCERO**, Sanguillín y Utuana

<sup>6</sup><http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=12&ciudad=4qY5nrw2>

### **Fiestas tradicionales**

14 de octubre, aniversario de canonización;

24 de septiembre, fiesta comercial y religiosa dedicada a la virgen de las mercedes;

10 de junio, fiesta religioso-comercial de Corpus Cristi.

#### **d.1.4.2. Parroquia El Lucero**

Fue creada mediante ordenanza municipal el 20 de agosto de 1974, está ubicada al sur occidente del cantón Calvas a 135 km de distancia de la ciudad de Loja, Su centro parroquial es El Lucero.<sup>7</sup> Su temperatura fluctúa entre 18°C y 26°C de clima cálido seco, con una superficie de aproximadamente 92.32 km<sup>2</sup>, posee una altitud de 1400 msnm, su ubicación astronómica es 04° 21' 01" hasta los 04° 26' 58" de longitud sur, y 79° 27' 03" a los 79° 33' 19" de longitud occidental.<sup>8</sup> Antiguamente la parroquia de "El Lucero", se conocía con el nombre del barrio "Las Cochass", debido a que la marca del ganado vacuno existente en dicha hacienda tenía la figura de un lucero.

Los barrios que conforman la parroquia El Lucero son: La Palma, San José, Pindo Alto, Centro Cívico, San Roque, Tungani, El Lucero, La Ramada, Santa Ana, Naypongo, Tierras Coloradas, La Unión, Pindo Bajo, Quizanga, El Tablón, El Sauco, El Arrayán.

---

<sup>7</sup><http://www.spanatura.com/glosario/>

<sup>8</sup><http://www.lojaturistico.com/?q=taxonomy/term/73>

Los límites de la parroquia El Lucero son: Por el Norte, con el Río Guayuco por división con el cantón Quilanga, Quebrada Arrayán, Quebrada San Carlos, con la parroquia Urbana San Vicente. Por el Sur Quebrada San Joaquín, Quebrada Quisanga y Quebrada Camayos, por división parroquial rural Sanguillín. Por el Este Río Pindo por división de los cantones Quilanga y Espíndola; y, por el Oeste, Quebrada Alcaparrosas y Quebrada La Palma, por división de la Parroquia Urbana San Vicente, barrios Naypongo, Chalacaluma, Los Guabos, El Toldo y Quebrada Piedra Liza por división de la parroquia Urbana Cariamanga.

#### **d.1.4.2.1. Gastronomía**

La mayoría de la población se sirve tres comidas por día. Café, almuerzo y merienda, sin dejar de lado el entre día. Las Bebidas que se consumen son, café, horchata (bebida aromática compuesta de varias plantas medicinales), la chicha, jugo de frutas de naranja, jugo de maduro y de papaya, productos muy particulares de la zona.

Cuero de chancho; el molo, guineo o plátano verde, acompañado de arroz blanco, yuca, carne o chicharrones; el picadillo, riquísimo plato consistente en menudo de chivo, cocido y guisado, acompañado de arroz blanco, yuca y una buena taza de café del lugar; los sambates, o humitas preparadas con maíz tierno molido y condumio de queso y cebolla, se sirve con una taza de café; puro, asustado o filtrado. Arroz con pollo,

Menestra de zarandaja, Menestra con carne asada, Aguado de gallina criolla, sango preparado con harina de maíz tostado, entre otros platos y bebidas.

#### **d.1.4.2.2. Festividades**

En las fiestas se organizan grandes concursos de pelea de gallos, campeonatos de ecuavoley e indor. Las fiestas de Parroquialización se realizan cada 3 de Diciembre donde se elige la Reina de la parroquia, en las cuales se ofrece un gran baile popular para que disfruten los habitantes.

De manera acostumbrada también se celebra el Carnaval donde mucha gente de los sectores aledaños visita especialmente sus dos ríos, se organizan grandes espectáculos artísticos y gastronómicos, Semana Santa, Día de las Cruces, Difuntos, el Pase del Niño, Año Viejo, Año Nuevo.

En la parroquia se realizan distintos actos recreativos, culturales, sociales, deportivos y religiosos. Junto a las celebraciones indicadas, en la parroquia se practica un sin número de juegos tradicionales tanto para niños como para adultos. Los jóvenes y adultos juegan billar, casino, indor fútbol, ecuavoley. Es importante señalar que los jóvenes se trasladan a participar en jornadas deportivas fuera de la parroquia e incluso del

cantón, momentos que los consideran importantes para intercambio social.

#### **d.1.4.2.3. Fechas Importantes y Celebradas en la Parroquia**

Durante los días festivos acude gran cantidad de residentes del cantón en otras ciudades del país y el mundo así como vecinos y turistas extranjeros. Orquestas reconocidas y el mejor disco móvil de la ciudad son contratados para animar las fiestas. En los encuentros deportivos de ecuavoley, fútbol e indor participan la mayoría de clubes del sector urbano rural donde lucen vistosos uniformes.

El día 03 de diciembre de 1975 se decreta la creación de la parroquia, por este motivo se desarrolla el desfile cívico por las principales calles de la parroquia; participan autoridades locales, cantonales y provinciales, así como las instituciones educativas de la urbe, parroquias aledañas y barrios rurales. Otro aspecto importante es la sesión solemne donde por lo general se hace una rendición de cuentas a la ciudadanía y se firman convenios de cooperación, por la noche se cierran las fiestas con un baile popular.

También se realizan fiestas religiosas y comerciales: el día 2 de agosto la fiesta religiosa de Nuestra Señora de los Ángeles Patrona de

nuestra parroquia y el 29 y 30 de Agosto Fiesta religiosa y comercial en honor a Santa Rosa.

#### **d.1.4.2.3. Actividad Turística**

El turismo en la zona es muy escaso debido a las malas condiciones de las vías. El Lucero es la única parroquia del cantón que tiene algo de actividad turística, la cual se caracteriza por ser de recreación y de fin de semana.

La infraestructura turística con la que cuenta la parroquia es un balneario junto al río Pindo, el cual es administrado por los Militares y pobladores de la zona.

Los principales turistas son de las zonas cercanas, como Cariamanga, Quilanga y de los barrios del Cantón Espíndola. Por sus condiciones climáticas se presta favorablemente para desarrollar la actividad turística.

Otro de los aspectos que promueven el uso inadecuado de los recursos naturales es la carencia de ordenamiento de la actividad turística en el área y su zona de influencia, debido a la inexistencia de lineamientos y normas para el desarrollo de esta actividad. A esto se suma la falta de infraestructura y capacitación, y la débil coordinación con



empresas, propietarios, comunidades e instituciones vinculadas con esta actividad.

Esto ha provocado un turismo desordenado, que a su vez implica la contaminación con desechos sólidos, procesos erosivos por sobrecarga a lo que se suma la contaminación de los recursos hídricos (con basura).

La parroquia de El Lucero no dispone de establecimientos que proporcionen alojamiento, sin embargo estos servicios lo suple la gente amable y hospitalaria de El Lucero, que suelen disponer de algún lugar en sus casas para dar posada a los caminantes, existe solamente dos restaurantes que venden comida a los visitantes.

#### **d.1.4.2.4. Actividad Comercial**

La producción agrícola y ganadera se comercializa especialmente en las ferias libres en la ciudad de Cariamanga y Catamayo. La comercialización de la mayoría de los productos agrícolas de la zona se realiza principalmente a través de intermediarios, los mismos que obtienen grandes utilidades al comercializar los productos obtenidos en la zona.

El Lucero cuenta con una pequeña área comercial conformada por pequeñas tiendas que no abastecen el consumo local, lo que hace que sus habitantes salgan a la cabecera cantonal Cariamanga a comercializar

sus productos y a comprar productos básicos para el consumo semanal especialmente los días domingos. En la parroquia el comercio es escaso, no existe interés por los moradores en establecer un comercio local ya que no existe organización entre ellos<sup>9</sup>.

#### **d.1.5. Balneario**

Es un lugar para baños públicos, ya sea de piscina, río o mar. Conocido como un lugar dedicado al reposo y la curación a través de la utilización de las aguas, sobre todo termales o minerales, con un edificio para el hospedaje no necesariamente cercanos al mar.

### **d.2. Marco Conceptual**

#### **d.2.1. Estudio de Prefactibilidad**

Consiste en la evaluación preliminar de la viabilidad técnica y económica de un proyecto propuesto. Se comparan enfoques alternativos de varios elementos del proyecto y se recomiendan las alternativas más adecuadas para cada elemento a fin de efectuar análisis ulteriores. También se estiman los costos de desarrollo y operaciones, y se hace una evaluación de los beneficios previstos a fin de poder calcular algunos criterios económicos preliminares de evaluación.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia el Lucero año 2011 – 2016. Pág. 41 - 70

<sup>10</sup><http://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea72s/ch24.htm>

### **d.2.2. Estudio de Factibilidad**

Es la determinación final de la viabilidad de un proyecto de inversión propuesto. En un estudio de factibilidad sólo se desarrolla la mejor alternativa identificada en un estudio de prefactibilidad. La necesidad de un proyecto es analizada junto con la disponibilidad de recursos, y se efectúan estimaciones refinadas de beneficios del proyecto, costos de construcción, costos anuales de operación y mantenimiento, parámetros económicos para la evaluación, como por ejemplo el valor actual neto y la tasa interna de retorno u otros, y las probabilidades de amortización de la deuda.

### **d.2.3. Proyecto de Inversión**

Es un conjunto de informaciones que permiten tomar decisiones para la asignación de recursos humanos, materiales, económicos a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor a la tasa de interés de oportunidad (tio), el costo de oportunidad de la inversión (co), o el costo de capital (ck).<sup>11</sup>

### **d.2.4. Mercado Meta**

Es el conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la empresa decide servir.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>MÓDULO DIEZ, edición año 2010.

<sup>12</sup> Fundamentos de Marketing. Autores: Philip Kotler y Gary Armstrong. Glosario de términos. Pág. G1 – G8.

### **d.2.5. Estudio de Mercado**

Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: objetivos, métodos, análisis de la oferta y la demanda, determinación del precio de un servicio, presentación de un estudio de mercado.

#### **d.2.5.1. Objetivo del Estudio de Mercado**

Sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo determinado y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Indica las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada. Se lo hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa. Y deberá exponer los canales de distribución apropiados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar con su funcionamiento.

## **d.2.5.2. Segmentación de Mercados**

### **d.2.5.2.1. Demografía**

El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad.

### **d.2.5.2.2. Geografía**

Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios.

### **d.2.5.3. Mercado Objetivo**

Designa al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. Tiene directa relación con el marketing y el merchandising.<sup>13</sup>

## **d.2.6. Demanda**

Se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio en un determinado periodo.

---

<sup>13</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado\\_Objetivo](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_Objetivo).

### **d.2.7. Oferta**

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento, también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos.

Se expresa gráficamente por medio de la *curva de la oferta*. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien.<sup>14</sup>

### **d.2.8. Marketing Mix**

Es el conjunto de herramientas tácticas controlables como son: producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.

#### **d.2.8.1. Servicio**

Es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo.

---

<sup>14</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

#### **d.2.8.2. Precio**

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

#### **d.2.8.3. Plaza**

Consiste en hacer llegar el producto, bien o servicio a su mercado meta. Es decir, llevar su venta del fabricante al consumidor o usuario final, como *promover* el producto, servicio o bien, almacenarlo y correr parte del riesgo financiero durante el proceso de distribución.

#### **d.2.8.4. Promoción**

Son los incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.<sup>15</sup>

##### **d.2.8.7.1. Estrategias de Promoción**

Trata de identificar todos los aspectos relacionados con mecanismos de promoción que la empresa utilizará. Como:

1. Mecanismos y/o medios para llevar el producto a la atención de los posibles compradores.
2. Ideas básicas para presentar en la promoción.

---

<sup>15</sup> Fundamentos de Marketing. Autores: Philip Kotler y Gary Armstrong. Glosario de términos. Pág. G1 – G8. (marketing, marketing Mix, producto, servicio, precio, promoción).

3. Mecanismos de ayuda a la venta.
4. Programas de medios (frecuencia, valor).

#### **d.2.8.8. Publicidad**

Es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.<sup>16</sup>

Denominada como un fenómeno por el que una marca comercial “nace, se posiciona en el mercado y crece”.

Esta aparece en la televisión, el cine, la radio, los periódicos, las marquesinas de los autobuses, las vallas de calles y carreteras, las columnas para pegar carteles, los luminosos de las azoteas; y también llega por correo ordinario o electrónico.

Su objetivo es convencer al mercado para que compre lo que se anuncia.

Un eslogan es una fórmula breve y original utilizada muy a menudo en la publicidad.

#### **d.2.8.9. Cliente**

Un cliente (del latín *cliens – entis*), es alguien que compra o alquila algo a un individuo u organización.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Fundamentos de marketing. Glosario de términos, Philip Kotler – Gary Armstrong, pág. g1 – g2.

<sup>17</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)



### **d.2.8.9.1. Tipos de Clientes**

#### **d.2.8.9.1.1. Clientes Complacidos**

Son aquellos que percibieron que el desempeño de la empresa, el producto y el servicio han excedido sus expectativas. Genera una afinidad emocional con la marca, no solo una preferencia racional, y da lugar a una gran lealtad de los consumidores.

#### **d.2.8.9.1.2. Clientes Satisfechos**

Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas. Este tipo de clientes se muestra poco dispuesto a cambiar de marca, pero puede hacerlo si encuentra otro proveedor que le ofrezca una oferta mejor.

#### **d.2.8.9.1.3. Clientes insatisfechos**

Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, el producto y/o el servicio por debajo de sus expectativas; por tanto, no quieren repetir esa experiencia desagradable y optan por otro proveedor.

### **d.2.8.9.2. Necesidades y Expectativas**

Las necesidades y las expectativas de las personas varían con el tiempo, ya sea por el crecimiento y desarrollo normal del individuo o por la influencia del entorno. Algunas necesidades se denominan "básicas"

porque perduran con el tiempo y se relacionan con aspectos físicos y ambientales como la necesidad de comer o la necesidad de tener un lugar en donde vivir. Otras necesidades aparecen con el tiempo como la necesidad de ser amado o la necesidad de ser reconocido.

Las necesidades no se presentan necesariamente de manera escalonada o secuencial, muchas veces podemos tener varias necesidades de manera simultánea, como la necesidad de aprender y la de descansar, las cuales se pueden dar al mismo tiempo sin que se afecte la una u la otra. En otras oportunidades la limitación de recursos puede generar la necesidad de priorizar, es el caso de necesitar pagar el estudio o necesitar la compra de un televisor para distraerse, la persona deberá elegir entre una u otra, si no cuenta con el dinero para satisfacer las dos.<sup>18</sup>

#### **d.2.9. Estudio Técnico**

El objetivo del estudio técnico es determinar la función de producción óptima para la utilización de los recursos disponibles del bien o servicio deseado.

---

<sup>18</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente\\_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_(econom%C3%ADa)).

#### **d.2.9.1. Tamaño**

El tamaño de un proyecto o de la planta es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

También se puede definir el tamaño de un proyecto por indicadores indirectos, como el monto de su inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.<sup>19</sup>

#### **d.2.9.2. Localización**

Es el lugar donde se instalará la empresa, para ello se debe realizar una evaluación de los:

1. Factores geográficos, relacionados con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones (carreteras, vías férreas, y rutas aéreas), etc.
2. Factores institucionales, que son planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial.
3. Factores sociales, relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad. Específicamente, se refiere al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad, como escuelas (y su nivel), hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otros.

---

<sup>19</sup> Evaluación de Proyectos, autora Gabriela Baca Urbina, pág. 86 – 112.

### **d.2.9.3. Ingeniería del Proyecto**

El objetivo de la ingeniería del proyecto es el de resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

### **d.2.9.4. Distribución de la Planta**

Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores, tales como:

1. Una integración total, que consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Una mínima distancia de recorrido. Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
3. La utilización del espacio físico cúbico. Posee tres dimensiones y pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta opción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.

4. Seguridad y bienestar para el trabajador. Que debe ser uno de los objetivos principales en toda la distribución.<sup>20</sup>
5. Flexibilidad. Se debe obtener una distribución que pueda reajustarse fácilmente a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

#### **d.2.9.5. Capacidad Instalada**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades en una determinada unidad de tiempo.

#### **d.2.9.6. Capacidad Utilizada**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo determinado. En proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Evaluación de Proyectos, autora Gabriela Baca Urbina, pág. 86 - 112,

<sup>21</sup> Módulo 10. Elaboración de Proyectos de Inversión, pág. 40. Edición 2010.

#### **d.2.9.7. Capacidad Técnica**

Es el conjunto de conocimientos y habilidades que poseen los miembros de la empresa para realizar o ejecutar algo.<sup>22</sup>

#### **d.2.10. Estudio Organizacional**

##### **d.2.10.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad**

###### **d.2.10.1.1. Nivel Legislativo**

Está representado por la Junta General de socios, establece y propone estrategias y políticas de la empresa, norma los procedimientos y programa los planes a implementarse.

###### **d.2.10.1.2. Nivel Ejecutivo**

Lo representa la Gerencia, que tiene como función ejecutar políticas y planes con el propósito de alcanzar metas y objetivos. Es el representante legal.

---

<sup>22</sup> [www/promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definición-concepto.html](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definición-concepto.html)

#### **d.2.10.1.3. Nivel Asesor**

Está representado por la Asesoría Jurídica, es el nivel encargado de asesorar y aconsejar tanto a la gerencia como a los socios de la empresa, en aspectos legales.

#### **d.2.10.1.4. Nivel de Apoyo**

Está representado por la secretaría – contadora y tiene como objetivo apoyar a los demás niveles administrativos.

#### **d.2.10.1.5. Nivel Operativo**

Está constituido por las áreas operativas de la empresa, es decir con los departamentos de producción, ventas, mercadotecnia, finanzas, RR.HH.<sup>23</sup>

#### **d.2.10.2. Organigramas**

Son representaciones gráficas de la estructura organizativa; da una visión rápida y resumida de la estructura de una organización o por parte de ella. Un organigrama debe suministrar un cuadro donde puedan ver: la articulación de las distintas funciones de la estructura, los puestos de trabajo y las unidades existentes y su posición estructural, las relaciones formales, las líneas de comunicación y las conexiones existentes entre los distintos puestos y unidades.

---

<sup>23</sup> Tesis. Implementación de una empresa de servicios domiciliarios en instalaciones eléctricas, plomería, albañilería y carpintería en la Ciudad de Loja. Plan de Negocios. pág.44.Edición 2009.

#### **d.2.10.2.1. Organigrama Estructural**

Representa el esquema básico de una organización, permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas.

#### **d.2.10.2.2. Organigrama Funcional**

Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa, se determina qué es lo que se hace.

#### **d.2.10.2.3. Organigrama de Posición**

Representa la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, e indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.<sup>24</sup>

#### **d.2.10.3. Manuales Administrativos**

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación donde se registra y se transmite en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

---

<sup>24</sup> MÓDULO 10. Elaboración de Proyectos de Inversión, pág. 52 - 53. Edición 2010.



#### **d.2.10.3.1. Objetivos**

1. Instruye al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
2. Precisa las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
3. Coadyuva a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
4. Sirve como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
5. Proporciona información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
6. Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
7. Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
8. Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
9. Interviene en la consulta de todo el personal:
10. Que se desee emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad, etc.

11. Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
12. Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
13. Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
14. Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
15. Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
16. Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
17. Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

#### **d.2.10.4. Manual de Bienvenida**

Es el documento que se entrega cada vez que se incorpora un nuevo empleado en la empresa, en él se incluyen todas las cosas que el nuevo colaborador debe saber respecto al conjunto de la empresa y a sus funciones.<sup>25</sup>

Partes que lo conforman:

- Portada

---

<sup>25</sup>[http://www.venmas.com/venmas/recursos\\_humanos/manuales\\_y\\_soportes/manual\\_de\\_bienvenida](http://www.venmas.com/venmas/recursos_humanos/manuales_y_soportes/manual_de_bienvenida)

- Palabras de bienvenida
- Historia de la empresa
- Objetivos
- Reglamentos
- Políticas
- Organigrama
- Descripción de puestos
- Directorio
- Índice<sup>26</sup>

#### **d.2.10.5. Manual de Funciones**

Es el documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía. El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aún de una misma sección.

Los elementos que complementan un manual de funciones para proceder a su implementación son los siguientes:

---

<sup>26</sup><http://www.mitecnologico.com/Main/ManualesDeBienvenida>

1. Descripción básica del cargo
2. Objetivo estratégico del cargo
3. Funciones básicas
4. Personal relacionado con el cargo
5. Perfil del cargo

#### **d.2.10.6. Estructura Orgánica de la Empresa**

Es el documento donde consta la gráfica del organigrama oficial de la empresa y debe estar acompañado por un documento que permanentemente se mantiene actualizando el movimiento del personal de dirección entre los cargos. El documento anexo debe incluir los movimientos que se deben presentar cuando se presenten reemplazos temporales para cubrir algún cargo cuando el titular no se encuentre disponible en la empresa. Por lo anterior se debe determinar con claridad cuál sería el segundo renglón para los cargos más altos y claves de la empresa.

##### **d.2.10.6.1. Reglamento Laboral**

Es el documento llamado también “reglamento interno de trabajo” el cual reúne un grupo de normas que de una u otra manera delimita la normal de convivencia laboral dentro de la empresa. Esta normatividad incluye las prohibiciones en el comportamiento dentro de la empresa, comportamiento fuera de la empresa que afecten la imagen o los

intereses de la empresa, el nivel de gravedad de las faltas y las posibles repercusiones de las acciones índole disciplinaria que tomaría la empresa en cada caso.<sup>27</sup>

#### **d.2.10.7. Manual de Procedimientos**

Describe cómo deben desarrollarse las actividades de cada empresa. Es un documento interno donde se registra y se controla las copias que de los mismos se realizan. A la hora de implantar, por ejemplo una **ISO**, ésta exige 4 procedimientos obligatorios tales como tratamiento de no conformidades, auditoría interna, sistema de mejora y control de la documentación. Además están las instrucciones de trabajo que completan o detallan los procedimientos, ya que se utilizan para documentar procesos específicos.<sup>28</sup>

#### **d.2.11. Empresa**

Unidad económica organizada, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio, e intervienen capital y trabajo, con el fin de obtener rentabilidad personal y económica, para aportar al desarrollo social.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/manualesdenormasyprocedimientos/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesdenormasyprocedimientos/default3.asp)

<sup>28</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_procedimientos](http://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_procedimientos)

<sup>29</sup>Creación y formalización de la microempresa civil.pdf, pág.1 – 4. (tipos de empresas).

#### **d.2.11.1. Fines de la Empresa**

1. Prestar un servicio o producir un bien económico
2. Obtener un servicio o un bien económico
3. Restituir los valores consumidos para poder continuar su actividad
4. Contribuir al progreso de la sociedad y del bienestar social.<sup>30</sup>

#### **d.2.11.2. Funciones de la Empresa**

##### **d.2.11.2.1. Función Económica**

La empresa es un instrumento económico de la sociedad que determina los precios y utilidades. Esto coexiste, saber todo lo que aportan los elementos que integran la actividad de la empresa y conocer las ganancias que se obtienen con la actividad empresarial.

##### **d.2.11.2.2. Función de Dirección**

Comprende el análisis de la función de dirección, organización y formación del personal que labore en la empresa.

##### **d.2.11.2.3. Función Social**

Para que una empresa funcione sus miembros deben tener una clara noción del lugar que ocupan en la misma; su recurso humano y su

---

<sup>30</sup>GOXENS, A y M. A. Enciclopedia Práctica de la empresa. Editorial Océano. Barcelona – España.

organización representan su activo más importante y eficiente en su desarrollo productivo.

### **d.2.11.3. Clasificación de las Empresas**

#### **d.2.11.3.1. Por la actividad que realiza**

Las empresas pueden ser de servicios, comerciales e industriales.

#### **d.2.11.4. Empresas de Servicios**

Las empresas de servicios son aquellas que facilitan las actividades de las empresas industriales y comerciales, ya que luego de la transformación de las materias en productos útiles son comercializados en el mercado entre productores y consumidores; a través de la venta de servicios. Su información financiera se obtendrá por medio de la contabilidad, la misma que manifiesta principios científicos básicos que permite dirigir, controlar y organizar a la empresa.

### **d.2.12. Estudio Financiero**

Identifica, ordena y sistematiza los ítems de inversión, costos e ingresos y toda la información de carácter monetario que puedan deducirse de los estudios previos, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes para determinar su rentabilidad.

#### **d.2.12.1. Capital de Trabajo**

Es el resultado que señala el exceso o déficit de la empresa, representado en activos corrientes. El capital de trabajo corresponde a la expresión absoluta de un resultado relativo.

#### **d.2.12.2. Punto de Equilibrio (pe)**

El punto de equilibrio también llamado punto muerto establece el balance entre ingresos y egresos de la empresa, en él no hay pérdidas ni ganancias; es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

#### **d.2.12.3. Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.<sup>31</sup>

#### **d.2.12.4. Flujo de Caja**

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

---

<sup>31</sup> <http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>



La información básica para la construcción de un flujo de caja proviene de los estudios de mercado, técnicos, organizacional y como también de los cálculos de los beneficios. Al realizar el flujo de caja, es necesario, incorporar a la información obtenida anteriormente, datos adicionales relacionados principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo normal, valor residual, utilidades y pérdidas.<sup>32</sup>

#### **d.2.12.5. Van (Valor Actual Neto)**

El **VAN** mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero. Si el van es mayor a cero, mostrará el monto que se ganará en el proyecto después de haber recuperado la inversión. Si es igual a cero, muestra exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido. Y si es menor, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup><http://html.rincondelvago.com/flujo-de-caja.html>

<sup>33</sup>Proyecto de Inversión para la construcción de una Hostería en la Parroquia San Francisco de las Núñez Provincia de Santa Elena, Ruta del Sol.pdf (VAN, TIR, Y PERÍODO DE RECUPERACIÓN).

#### **d.2.12.6. Tir (Tasa Interna de Retorno)**

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el van sea cero, y ésta tasa está representada por la **TIR**.

#### **d.2.12.7. Relación Beneficio – Costo (R=B/C)**

Es utilizado fundamentalmente en los proyectos que cubren circunstancias de carácter social, es decir de beneficio a la colectividad, también es usado en los proyectos de inversión para tener otro elemento de decisión para invertir.

Se obtiene dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto.

1. Si el indicador es mayor a 1, se acepta el proyecto.
2. Si el indicador es igual a 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
3. Y. Si el indicador es menor a 1, se rechaza el proyecto.

#### **d.2.12.8. Período de Recuperación de Capital**

Es uno de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto, sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

#### **d.2.12.9. Análisis de Sensibilidad**

Se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles y eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

Se utiliza en proyectos de inversión y determina las variaciones de rentabilidad del proyecto ante las alteraciones futuras de las variables de mayor incidencia como son el aumento en los costos como consecuencia en la escala de precios y la disminución de los ingresos por una disminución en las ventas.

1. Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto sensible.
2. Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
3. Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible.

### **d.2.13. Estructura Legal del Proyecto**

#### **d.2.13.1. Acta Constitutiva**

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

#### **d.2.13.2. Razón Social o Denominación**

Es el nombre bajo el cual la empresa operará y debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

#### **d.2.13.3. Domicilio**

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

#### **d.2.13.4. Objeto de la Sociedad**

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea producir, generar o comercializar bienes o servicios, debe estar claramente definido, además indicará el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

#### **d.2.13.5. Capital Social**

Indica el monto del capital social con que inicia sus actividades la nueva empresa y la forma el capital social que se ha conformado.

#### **d.2.13.6. Tiempo de Duración de la Sociedad**

Es el tiempo de vida que se planifica y que se evaluará posteriormente la empresa para medir los resultados obtenidos frente a los esperados.

#### **d.2.13.7. Administradores**

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> MÓDULO 10. Elaboración de Proyectos de Inversión, pág. 57 – 58. Edición 2010.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Los materiales y métodos que se emplearon para realizar la presente investigación se describe a continuación destacando los más importantes:

### **e.1. Materiales**

Útiles de oficina.

Material fotográfico.

Cuadernos académicos

Esferográficos.

### **e.2. Métodos**

En el presente trabajo se utilizó métodos y técnicas de investigación así como datos bibliográficos necesarios para ordenar la información requerida en forma adecuada con el propósito de cumplir en su totalidad con los objetivos planteados.

#### **e.2.1. Método Inductivo**

Este método se empleó para la formulación de la problemática referente a casos, hechos o fenómenos particulares tales como desempleo, pobreza, trabajo, etc., que existen en el sector, y permitió

definir el problema de estudio, siguiendo con los objetivos que se plantearon para el buen desarrollo del proyecto.

#### **e.2.2. Método Deductivo**

Empleando este método se pudo recolectar la teoría relacionada con el proyecto de inversión, utilizando las herramientas y técnicas para desarrollar el estudio, dando claridad a la idea en concreto.

#### **e.2.3. Método Descriptivo**

Este método ayudó a describir las cualidades de “El Lucero”, donde se pretende crear la empresa, también para la descripción de todo lo que se necesitó para el estudio de mercado, técnico, financiero. También a la revisión de literatura con los temas pertinentes para el proyecto.

#### **e.2.4. Método Estadístico – Matemático**

Con la aplicación de este método facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos en la aplicación y tabulación de la encuesta, entrevista, proyecciones, indicadores financieros (TIR, VAN, PE), básicos del proyecto.

### **e.3. Técnicas**

#### **e.3.1. Observación**

Con la observación facilitó visualizar los elementos que componen un balneario, recurriendo a Vilcabamba, Catamayo para obtener las características en cuanto a cualidades y factores que constituyen un servicio de balneario.

#### **e.3.2. Entrevista**

Aplicando esta técnica se obtuvo información básica sobre las cualidades, factores económicos, sociales, culturales de “El Lucero” entrevistando personalmente a la Licenciada Luz Castillo Vicepresidenta de la Junta Parroquial que brindó información relevante para el trabajo de investigación.

#### **e.3.3. Encuesta**

Aplicando esta técnica se pudo obtener información vinculada con la creación de un balneario en la Parroquia Lucero, y el problema denominado, “La falta de aptitudes y conocimientos de emprendimiento en la creación de empresas turísticas en la parroquia El Lucero, cantón Calvas, no ha generado el desarrollo social, cultural y empresarial en su población”, que dará información determinando si el estudio será o no factible para la creación de la misma.



### **e.3.4. La Muestra**

Para conocer el número de encuestas a aplicarse en las poblaciones urbanas de Calvas, Quilanga, Gonzanamá y la Parroquia de “El Lucero”, se trabajó con el número de habitantes del censo 2001 y proyectados al 2012 con la utilización de la tasa de crecimiento urbano de la provincia de Loja del 0.46%, aplicando la siguiente fórmula:

#### **e.3.4.1. Tamaño De La Muestra**

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + N * e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población total conocida.

e =Error experimental.

## Proyección y Muestra de la Población

CUADRO N° 1

Años	Población Urbana de Gonzanamá 0.46%	Población Urbana de Quilanga 0.46%	Población Urbana de Calvas 0.46%	Población Parroquia "El Lucero" 0.46%	Población Total
2001	1539	721	10920	2440	15620
2002	1546	724	10970	2451	15692
2003	1553	728	11021	2462	15764
2004	1560	731	11071	2474	15837
2005	1568	734	11122	2485	15909
2006	1575	738	11173	2497	15983
2007	1582	741	11225	2508	16056
2008	1589	745	11277	2520	16130
2009	1597	748	11328	2531	16204
2010	1604	751	11380	2543	16279
2011	1611	755	11433	2555	16354
<b>2012</b>	<b>1619</b>	<b>758</b>	<b>11485</b>	<b>2566</b>	<b>16429</b>

Fuente: INEC – Censo 2001

Elaboración: Los Autores

De la Población Total de 16.429 habitantes del año 2012, se segmentará la Población comprendida en las edades de 15 a 65 años que representa el 58.30% de la población en estudio, **9.578 habitantes** para conocer el tamaño de la muestra.

Aplicando la fórmula se obtiene el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{9.578}{1 + 9.578 (0,0025)}$$

$$n = \frac{9.578}{1 + 23,95}$$

$$n = \frac{9.578}{24,95}$$

**n = 384 Encuestas**

## **f. RESULTADOS**

### **f.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de Mercado permite analizar y determinar los gustos y preferencias del usuario con los servicios que se ofertarían en la empresa, implica también determinar la demanda, la oferta, el precio y por qué medios de difusión se podrían dar a conocer al público en general.

#### **f.2.1. INFORMACIÓN BASE**

##### **Resultados de la Encuesta**

CUADRO N° 2

##### **1. Sexo del Informante**

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	194	51%
Masculino	190	49%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Para el desarrollo del presente estudio de mercado es necesario conocer el Sexo del Informante y determinar el género que predomina más en el sector para ello se puede apreciar que el 51% de encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% corresponde al sexo masculino, obtenido este resultado el sexo femenino es quien predomina más en el sector.

CUADRO N° 3

2. ¿Cuál es el Ingreso Mensual?

Dólares	x.m	Frecuencia	F(x.m)	Media aritmética	Porcentaje
1,00 a 300,00	\$ 150.50	250	\$ 37,625.00	<b>\$ 271.59</b>	65%
301,00 a 600,00	\$ 450.50	118	\$ 53,159.00		31%
601,00 a 900,00	\$ 750.50	11	\$ 8,255.50		3%
901,00 a 1.200,00	\$ 1,050.50	5	\$ 5,252.50		1%
<b>Total</b>	<b>\$ 2,402.00</b>	<b>384</b>	<b>\$ 104,292.00</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaboración: Los Autores

$$x = \frac{\sum xm.f}{N} \qquad x = \frac{\$104.292,00}{384} \qquad x = \$271,59$$

Para conocer cuál es el ingreso mensual que perciben los encuestados, se ha visto importante plantear alternativas, en las que puedan ser señaladas, obteniendo los siguientes resultados el 65% afirman que el ingreso mensual que perciben está de \$.1.00 a \$.300.00 dólares, el 31% de \$.301.00 a \$.600.00 dólares, el 3% de \$.601.00 a \$.900.00 dólares, y el 1% de \$.901.00 a \$.1.200.00 dólares, dando una media aritmética de \$.271.59 dólares de ingreso mensual, lo que indica que el ingreso que mensualmente se genera se encuentra de \$.300.00 dólares hasta los \$.600.00 dólares, por lo tanto el precio para los distintos servicios a incluir en el balneario tendrá que garantizar estabilidad económica a la empresa generando ingresos positivos y tendrá que cumplir con las expectativas del usuario en cuanto a calidad de servicio.

CUADRO N° 4

**3. Del Ingreso que percibe al mes ¿cuánto destina para recreación?**

Dólares	x.m	Frecuencia	F(x.m)	Media aritmética	Porcentaje
1,00 a 50,00	\$ 25.50	270	\$ 6,885.00	<b>\$ 40.34</b>	70%
51,00 a 100,00	\$ 75.50	114	\$ 8,607.00		30%
<b>Total</b>	<b>\$ 101.00</b>	<b>384</b>	<b>\$ 15,492.00</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

$$x = \frac{\sum xm.f}{N} \qquad x = \frac{\$ 15.492,00}{384} \qquad x = \$ 40,34$$

De la misma manera, se ha preguntado a los encuestados, del ingreso que perciben al mes, cuánto destinan para recreación y para ello se han indicado dos alternativas, donde el 70% destinan de \$.1.00 a \$.50.00 dólares, y el 30% de \$.51.00 a \$.100.00 dólares, utilizados para recreación al mes, obteniendo una media aritmética de \$.40.34 dólares mensuales, lo que permite conocer que mayormente se realizan gastos por recreación familiar de \$.50.00 dólares y en menor porcentaje \$.100.00 dólares. Por lo tanto el precio de los servicios que se oferten en el balneario tendrá que ser lo más flexible.

CUADRO N° 5

**4. ¿Asiste a algún Balneario en la parroquia de “El Lucero”?**

Especificación	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	81%
No	74	19%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Plasmando la idea de negocio con el lugar seleccionado para su creación, se ha averiguado a los encuestados si asisten a algún balneario en la Parroquia de “El Lucero”, lo que el 81% manifiestan que si asisten, y el 19% no asisten por desconocer que exista un balneario en el sector, lo que demuestra que existe un volumen mayor de encuestados que estarían haciendo turismo en ese balneario.

CUADRO N° 6

**5. ¿A qué Balneario asiste?**

<b>Especificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Unión de los Ríos	310	100%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Al balneario que acude el 81% de encuestados de la pregunta anterior que representa el 100% en esta pregunta, se denomina Unión de los Ríos.

CUADRO N° 7

**6. ¿Con quién visita el balneario?**

<b>Especificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Familia	234	75%
Otros	76	25%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Dada la respuesta por los encuestados, se tiene que el 75% visitan este balneario en familia, y el 25% lo hacen con personas particulares, lo que indica que hay una gran concurrencia de visitantes a ese balneario específicamente en familia. Manifestando con ello con la idea de negocio

propuesta en este proyecto se tendría visitantes al balneario, más en familia.

CUADRO N° 8

**7. ¿Existe oferta de servicios en el balneario?**

<b>Especificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	27	9%
No	283	91%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Es preciso conocer de quienes visitan el balneario si existe oferta de servicios, lo que el 9% afirman que si existe oferta de servicios, y el 91% comentan que no existe oferta de servicios. Demostrando con esto que existe un alto volumen de encuestados insatisfechos con los servicios del otro balneario.

CUADRO N° 9

**8. ¿Qué problemas presenta el balneario?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Falta de servicios como piscinas	283	100%
No existe el espacio moderado parqueadero	283	100%
No hay seguridad para los visitantes	283	100%
No existen señales de información ni de tránsito	283	100%

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Tomando los datos obtenidos de la pregunta anterior donde el 91% comentan que no existe oferta de servicios en el otro balneario, se ha visto pertinente conocer los problemas que presenta el balneario y ellos manifiestan que carece de servicios recreacionales como piscinas, no

existe el espacio moderado con el parqueadero, las canchas deportivas y el río, falta de canchas deportivas, restaurante y áreas de descanso, baños, no existen señales de información ni de tránsito, no hay seguridad interna para los visitantes, lo que demuestra que tal balneario no cumple con las expectativas de la población para satisfacer sus necesidades recreacionales a pesar que su ingreso es gratuito.

CUADRO N° 10

**9. ¿En cuál de estos lugares ha podido visitar sus balnearios?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Vilcabamba	310	100%
Malacatos	270	87%
Catamayo	310	100%
Espíndola	25	8%
Calvas	61	20%
La costa ecuatoriana	236	76%
Otros lugares turísticos	115	37%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Para satisfacer sus necesidades de recreación acude a lugares turísticos fuera del sector así como Vilcabamba, Malacatos, Catamayo, la Costa Ecuatoriana y otros lugares exclusivos de los encuestados donde hacen turismo, demostrando que la parroquia El Lucero carece de establecimientos dedicados a la recreación y el turismo, organizados que puedan promover el comercio y su economía.



CUADRO N° 11

**10. ¿Para ingresar a los balnearios, tiene que pagar valor alguno?**

<b>Especificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	229	74%
No	81	26%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Obtenidos estos resultados el 74% afirman pagar valor alguno para ingresar a un balneario, mientras que el 26% no pagan valor alguno ya que concurren a lugares abiertos. De esta manera se verifica que para ingresar a un balneario organizado y que cumple con las expectativas para satisfacer sus necesidades de recreación y turismo de la población se tiene que pagar valor alguno.

CUADRO N° 12

**11. Si se creara otro balneario en la parroquia de “El Lucero”, ¿lo apoyaría?**

<b>Especificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	285	92%
No	25	8%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Dados estos resultados el 92% de encuestados apoyan a la creación de un balneario en la parroquia de “El Lucero”, mientras que el 25% no apoyan por desconocer el lugar. Por lo tanto se ratifica que la mayor parte de encuestados están de acuerdo en crearse un nuevo balneario organizado con fines de desarrollo social y comunitario ya que se daría a

conocer a través de los visitantes los atractivos turísticos que predominan el sector y de tal manera al balneario. Lo que permite continuar con el desarrollo del proyecto.

CUADRO N° 13

**12. ¿Por qué apoyaría a la creación de un nuevo balneario en la parroquia de “El Lucero”?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mejoraría el comercio y la economía de la comunidad	285	<b>100%</b>
Se aprovecharían sus recursos naturales con el turismo	285	<b>100%</b>
Se haría conocer sus fiestas cívicas y religiosas	285	<b>100%</b>
Se crearían fuentes de trabajo	285	<b>100%</b>
Permitiría la visita a futuros inversionistas	285	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Es determinante conocer de los encuestados cuales serían las razones por las cuales apoyan a la creación de un nuevo balneario en la parroquia de “El Lucero” manifestando que mejoraría el comercio y la economía de la comunidad, se aprovecharían sus recursos naturales con el turismo, Se haría conocer sus fiestas cívicas y religiosas, se crearían fuentes de trabajo y permitiría la visita a futuros inversionistas. En donde el balneario sería el lugar propicio para acoger a propios y extraños y sean parte del desarrollo socio económico del sector.

CUADRO N° 14

**13. ¿Qué tipo de servicios sugeriría que se provee en el nuevo balneario?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Parqueadero de autos	205	72%
Patio de comidas	156	55%
Área de juegos para niños	280	98%
Cabañas	179	63%
Canchas multideportivas	215	75%
Guardianía	220	77%
Piscinas	285	100%
Salón social	285	100%
Tiendas	171	60%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Basándonos en las personas encuestadas que apoyan a la creación de un nuevo balneario en la Parroquia de “El Lucero”, se ha preguntado abiertamente ¿Qué tipo de servicios sugerirían que se oferte en el nuevo balneario? lo que contestan: piscinas, salón social, juegos infantiles, guardianía, cabañas, canchas deportivas, bar – restaurante, parqueadero propio, tiendas y exista el espacio suficiente para evitar cualquier accidente, sea limpio y ordenado y señalizado. Por lo tanto se demuestra que la población desea mejorar el turismo y para ello se tendrá que brindar una atención de servicio y calidad, y que la estadía del turista en el balneario sea de lo más agradable.

CUADRO N° 15

**14. ¿Con qué frecuencia visitarías el balneario?**

Alternativas	Frecuencia	Tiempo	F(t)	Media aritmética	Porcentaje
Cada semana	65	52	3,380	<b>25</b>	23%
Cada quince días	81	26	2,106		28%
Cada mes	139	12	1,668		49%
<b>Total</b>	<b>285</b>		<b>7,154</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

$$x = \frac{\sum f \cdot t}{N} \qquad x = \frac{7.154}{285} \qquad x = 25$$

Es importante conocer de los encuestados las veces que visitarían el balneario, y para ello se fijó variables como cada semana, cada quince días, cada mes. De esto el 23% responden que visitarían el balneario cada semana, el 28% cada quince días, y cada mes el 49% determinando un promedio de 25 visitas al año, indicando que se tendrá visitantes al balneario mayormente cada mes.

CUADRO N° 16

**15. ¿Con quién visitarías el balneario?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	26	9%
Con amigos	99	35%
En familia	160	56%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Los Autores

Se requiere conocer de los encuestados que apoya a la creación del Balneario con quien visitarías el balneario, y es así que el 9% visitarían el balneario solo, el 34% con amigos y el 56% en familia, determinando con

ello que existirá afluencia de visitantes al balneario, mayormente en familia.

#### CUADRO N° 17

##### 16. ¿Por qué medio de comunicación prefiere informarse?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	146	51%
Televisión	78	27%
Prensa escrita (periódicos)	42	15%
Internet	19	7%
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Los medios de comunicación sirven como un mecanismo importante para la redacción y difusión de información alcanzan a un gran número de oyentes y lectores por lo tanto serán utilizados para difundir el nombre, la ubicación del balneario y los servicios que se ofrecerían al cliente es así que se ha preguntado a las personas encuestadas que apoyan a la creación del balneario ¿Por qué medio de comunicación prefiere informarse? y a su efecto se han ubicado alternativas obteniendo que el 51% prefieren la radio, el 27% la televisión, el 15% la prensa escrita y el 7% a través de internet. Lo que determina que la población opta informarse en mayor nivel a través de la radio por la cual será utilizada para promocionar y difundir el sector, su biodiversidad, sus actividades turísticas y de tal manera al balneario.

## **Resultados de la Entrevista**

Para obtener información pertinente al proyecto y relacionada con las actividades sociales, económicas y turísticas de la parroquia El Lucero, se entrevistó a la Licenciada Luz Castillo Vicepresidenta de la Junta Parroquial, en la que se le hizo las siguientes preguntas:

### **1. ¿En qué fechas del año calendario se celebran las fiestas de la Parroquia “El Lucero”?**

Las fiestas religiosas se celebran el 2 de agosto en honor a la Virgen de los Ángeles por ser Patrona de la Parroquia, el 30 de agosto fiesta religiosa en honor a Santa Rosa, el 3 de diciembre fiestas de parroquialización.

### **2. ¿Cuáles de las fechas anteriores son las más especiales en la Parroquia y por qué?**

El 30 de agosto por ser una fiesta tradicional muy antigua y esperada por todos los de este sector. El 3 de diciembre son fiestas de aniversario de la Parroquia.

### **3. ¿De qué sectores (barrios, parroquias, cantones, provincia u otro sector) proviene la gente para compartir las fiestas de la Parroquia?**

De todos los lugares donde se encuentra la gente que ha sido originaria de este sector (Quito, Cariamanga, Huaquillas, etc.) y los que viven aquí.

**4. ¿Qué atractivos turísticos ofrece la Parroquia “El Lucero” para extraños y propios?**

Sus dos ríos, el balneario del destacamento militar, el clima.

**5. ¿Por qué se le dio el nombre de “El Lucero” a esta parroquia?**

Es debido a que en la antigüedad este sector pertenecía a una hacienda de propiedad de la familia “Eguiguren” de la ciudad de Loja en el cual existía un corral de ganado al que se le marcaba en la piel una estrella fundida en hierro dándole el nombre de “El Lucero”.

**6. ¿En qué fecha se fundó como parroquia “El Lucero”?**

El 20 de agosto de 1974 la misma que fue cambiada al 3 de diciembre del mismo año.

**7. ¿Antes de que se constituya “El Lucero” como parroquia a que sector pertenecía?**

Este sector fue parte de la hacienda “El Tablón”.

**8. ¿Aproximadamente cuántos habitantes actualmente existen en la Parroquia?**

Alrededor de 2.500 habitantes.

**9. ¿Qué barrios conforman la parroquia de “El Lucero”?**

Centro Cívico, San José, San Roque, Pindo Alto, Tunyani, La Palma, La Ramada, La Unión, Pindo Bajo, Quisanga, Santa Ana, Sauco, Tablón, El Salado, Naipongo, Arroyan, y el Lucero.

**10. ¿Cuál es la temperatura y climas que posee el sector?**

Temperatura promedio anual de 30° a 35° C y de clima tropical.

**11. ¿Para llegar a la Parroquia porque vías me puedo guiar?**

Existen dos vías de acceso la primera por Gonzanamá – Quilanga – El Lucero y la segunda por Gonzanamá – Cariamanga – El Lucero.

**12. ¿Qué deportes más a menudo realiza la población?**

Indor, Vóley, Básquet.

**13. ¿Cuál es la comida típica del sector?**

Fritada con yuca, gallina criolla, repe lojano.

**14. ¿Qué empresas de transportes de pasajeros y carga, prestan sus servicios en el sector?**

Empresa de Transporte de pasajeros Loja y Empresa de transporte de pasajeros Unión Cariamanga.

**15. ¿Existen otro tipo de transporte que ofrezca un servicio similar?**

Sí. En el Lucero tenemos camionetas y “rancheras”.

**16. ¿Con que otros sectores (barrios, parroquias o cantones) es vecina El Lucero?**

Con el cantón Quilanga, cantón Espíndola, con Cariamanga y con la Parroquia de Sanguillín.

**17. ¿Qué distancia (km) y tiempo (reloj) existe al Lucero con Cariamanga, con el cantón Quilanga y con el cantón Espíndola?**

Cariamanga y Lucero 26 kilómetros – 30 minutos.

Quilanga y Lucero 26 kilómetros – 30 minutos.

Espíndolas y Lucero 30 kilómetros – 40 minutos.



**18. ¿Qué institución brinda seguridad y protección al sector?**

Mayormente la policía nacional

**19. ¿Existe suficiente respaldo policial como militar para la seguridad y protección de sus habitantes o no?**

No. Se encuentra descuidada nuestra seguridad debido a que existe un escaso policía y militar patrullando el sector.

**20. Unión de los Ríos. ¿Debido a que se le dio este nombre?**

Es debido a que en este lugar se une el río Chiriyacu que proviene del barrio Santa Rosa de la Parroquia de San Antonio de las Aradas con el río Capilla que se origina en el cantón Gonzanamá y cruza por el cantón Quilanga, este río se caracteriza por que sus aguas son semi – calientes.

**21. ¿Qué ofrece La Unión de Los Ríos para los turistas?**

Su paisaje muy bonito, el clima, el lugar es acogedor para hacer deporte, para la recreación familiar, un lugar no contaminado, los ríos.

**22. ¿Alrededor de cuantas personas por semana visitan la “Unión de los Ríos”?**

Hay alrededor de unas 600 personas por semana sean semanas festivas como normales entre viernes, sábado y domingo que llegan al lugar.

**23. ¿Qué tipo de actividades llama la atención y atrae a la gente al sector?**

Juegos de gallos, el vóley, Indor, se organizan bailes y se hace uso de los ríos para bañarse.

**24. ¿En qué fechas o temporadas hay mayor concurrencia de visitantes a la Unión de los Ríos?**

El primero de enero, en carnaval, 15 de agosto, y fines de semana.

**25. ¿Qué distancia (km) y tiempo (reloj) hay desde el Lucero al sector denominado Unión de los Ríos?**

Lucero y Unión de los Ríos 2 kilómetros – 45 minutos (a pie).

**26. Para sobresalir económicamente. ¿En qué actividades entre comerciales u otras se emplea la población?**

Agricultura, Ganadería, Avícola.

**27. ¿Es constante o por temporadas estas actividades?**

Por temporadas de diciembre a marzo porque allí llueve y se aprovecha para sembrar los diversos productos que se dan en la zona.

**28. ¿Qué productos se pueden sembrar en este sector para la alimentación humana?**

Yuca, fréjol, maíz, sandía, zapallo, camote, guineo, zarandaja, firiguelo y frutas como mangos, caña, naranjas, ciruela, limones dulces, tunas, papayas.

**29. ¿Existen empresas productivas, comercializadoras, agrícolas o ganaderas en los que la población pueda obtener empleo?**

No, no hay.

**30. ¿Ha existido ayuda por parte del gobierno para mejorar el sector en cuanto a vialidad y ayuda social o económica para la población?**

En lo que tiene que ver a vialidad se encuentra en trámite y en ejecución.

**31. ¿Cómo se llaman los parques, escuelas, iglesias, colegios que hay en el Lucero?**

Parque central el Lucero, escuela Carlos Montufar, Colegio Técnico Agropecuario 14 de Octubre, iglesia central.

**32. ¿En el Lucero existen hospitales y entidades bancarias o a donde se traslada la población para utilizar sus servicios?**

Existe un centro de salud y las transacciones bancarias se las realiza en Cariamanga.

**33. ¿Existen centros recreativos en el Lucero?**

No hay.

**34. ¿Qué medios de comunicación como radios en FM, televisión y prensa escrita hacen uso y se informa la población de aquí?**

Tenemos radio Cariamanga, radio Ecuasur de Cariamanga, radio Mix de Espíndola y radio Luz y Vida de Loja. Televisión: Gamavisión y Teleamazonas. Prensa escrita: Diario la Hora.

**35. ¿En el Lucero existe el servicio de internet y cabinas telefónicas?**

Solamente contamos con cabinas telefónicas Claro.

### **36. Sugerencias.**

Se sugiere que se realice un estudio para ubicar un centro turístico o de recreación para la población del sector y darle una mejor imagen a este lugar y también que los rubros que se obtengan como producto del turismo vayan en beneficio del sector.

#### **f.1.3. Producto Principal**

El producto principal de la empresa es el servicio de recreación, el cual está compuesto de servicios como canchas deportivas, piscinas, salón social, juegos infantiles, cabañas familiares, un bar – restaurante y tiendas, un estacionamiento para autos de uso exclusivo para clientes.

#### **f.1.4. Producto Sustituto**

Es aquel producto que cumple con funciones y cualidades similares al producto principal y puede ser remplazado cuando no existiera en el medio. Por tanto en el lugar no existe empresa alguna con características similares a la que se desea crear y que legal y físicamente esté acorde a las exigencias de la población.

#### **f.1.5. Producto Complementario**

Como productos complementarios está el uso del río el Pindo a 300m de distancia del balneario.

### **f.1.6. Demandantes**

#### **Determinación de la Población**

El estudio se realizó en el año 2012 y para ello se tomó la población urbana de los cantones Gonzanamá, Quilanga, Calvas, para obtener la Población Total para el año base del estudio de factibilidad de 16.429 habitantes.

CUADRO N° 18

#### **Proyección de la Población de Estudio 2012**

<b>Años</b>	<b>Población Urbana De Gonzanamá 0.46%</b>	<b>Población Urbana De Quilanga 0.46%</b>	<b>Población Urbana De Cariamanga 0.46%</b>	<b>Parroquia De "El Lucero" 0.46%</b>	<b>Población Total</b>
<b>2012</b>	<b>1,619</b>	<b>758</b>	<b>11,485</b>	<b>2,566</b>	<b>16,429</b>

Fuente: Proyección de la Población Cuadro N° 1.

Elaboración: Los Autores.

#### **Aspecto Socioeconómico**

El ingreso mensual promedio que generan los habitantes de la parte urbana de los cantones: Gonzanamá, Quilanga, Calvas y la parroquia de "El Lucero", es de \$.271.59 dólares. (Ver cuadro N° 3).

El monto promedio que destinan para recreación al mes es de \$.40.34 dólares. Deduciendo de los \$.271.59 dólares de ingreso mensual promedio que obtienen, realizan un gasto de \$.40.34 dólares, utilizados para actividades recreacionales y turísticas.

### f.1.7. Estudio de la Demanda

#### **Demanda Real**

Para determinar la Demanda Real se tomó la Población Total de 16.429 habitantes y segmentada en las edades de 15 años a 65 años, que representa el 58.30%, es decir 9.578 habitantes y por el porcentaje encontrado de acuerdo al dato obtenido en el cuadro N° 5 de la encuesta de 81%, establece la Demanda Real por cada año de **vida útil** del proyecto.

CUADRO N° 19  
**Demanda Real (edades 15 años – 65 años)**

<b>Años</b>	<b>Población Total</b>	<b>Demandantes Reales 81%</b>
0	9578	7758
1	9622	7794
2	9666	7830
3	9711	7866
4	9755	7902
5	9800	7938
6	9845	7975
7	9891	8011
8	9936	8048
9	9982	8085
10	10028	8123

Fuente: Proyección de la Población – Cuadro N° 1. Cuadro N° 5 de la Encuesta aplicada.  
Elaboración: Los Autores

#### **Demanda Efectiva**

Está determinada por la Demanda Real de cada año y por el porcentaje encontrado de acuerdo al dato obtenido en el cuadro N° 12 de la encuesta de 92%, y establece la Demanda Efectiva por cada año de **vida útil** del proyecto.

CUADRO N° 20

**Demanda Efectiva**

<b>Años</b>	<b>Demandantes Reales</b>	<b>Demandantes Efectivos 92%</b>
0	7758	7138
1	7794	7170
2	7830	7203
3	7866	7236
4	7902	7270
5	7938	7303
6	7975	7337
7	8011	7371
8	8048	7404
9	8085	7439
10	8123	7473

Fuente: Cuadro N° 19 de la Demanda Real y Cuadro N° 12 de la Encuesta aplicada.  
Elaboración: Los Autores

**Demanda Percápita**

Se refiere a la frecuencia de visitas anuales que realizaría la población encuestada al balneario (ver cuadro N° 15).

CUADRO N° 21

**Demanda Per cápita**

<b>Demanda Per Cápita</b>	<b>25</b>
---------------------------	-----------

Fuente: Encuesta – Cuadro N° 15.  
Elaboración: Los Autores.

**Proyección de Mercado**

Para elaborar el cuadro de Proyección de Mercado y conocer la Demanda Futura del balneario se establece con los datos obtenidos en la Demanda Real, Demanda Efectiva y Demanda Per cápita, las cuales han sido proyectadas a los años de **vida útil** del proyecto:

CUADRO N° 22

**Proyección de Mercado**

<b>Años</b>	<b>Población Total</b>	<b>Demandantes Reales 81%</b>	<b>Demandantes Efectivos 92%</b>	<b>Demandantes Percápita</b>	<b>Demandantes Futuros</b>
0	9578	7758	7138	25	178450
1	9622	7794	7170	25	179250
2	9666	7830	7203	25	180075
3	9711	7866	7237	25	180925
4	9755	7902	7270	25	181750
5	9800	7938	7303	25	182575
6	9845	7975	7337	25	183425
7	9891	8011	7370	25	184250
8	9936	8048	7404	25	185100
9	9982	8086	7439	25	185975
10	10028	8122	7473	25	186825

Fuente: Cuadros N° 19, 20, 21, del Estudio de la Demanda  
Elaboración: Los Autores

**f.1.8. Estudio de la Oferta**

En vista que en “El Lucero”, no existe balneario organizado para prestar servicios acorde a las expectativas de recreación y turismo que espera la comunidad utilizar y público en general la oferta es cero, pues cabe señalar que el río a donde acude la población del sector no constituye competencia alguna.

**f.1.9. Demanda Insatisfecha**

Comprende los bienes, servicios o productos que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario. Y lo que se requiere con la determinación insatisfecha es aprovechar una oportunidad de mercado usuario en el sector.



Para determinar la demanda insatisfecha se calcula restando la demanda futura encontrada (cuadro N° 22) menos la oferta de la competencia la cual es cero debido a que no existe en el medio balneario organizado y proyectada a los 10 años de vida útil del proyecto, la que se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 23

**Demanda Insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demandantes Futuros</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demandantes Insatisfechos</b>
0	178450	0	178450
1	179250	0	179250
2	180075	0	180075
3	180925	0	180925
4	181750	0	181750
5	182575	0	182575
6	183425	0	183425
7	184250	0	184250
8	185100	0	185100
9	185975	0	185975
10	186825	0	186825

Fuente: Proyección de Mercado – Cuadro N° 22.  
Elaboración: Los Autores

## **g. DISCUSIÓN**

### **g.1. Plan Comercial (estructura).**

El plan comercial también conocido como Plan de Marketing de acuerdo al presente trabajo de investigación se encuentra conformado por los siguientes elementos:

#### **Servicio**

El servicio que se ofrecería al público en el balneario es el de recreación, que cumple una necesidad recreativa y turística en el sector y representa la principal oferta de la empresa.

#### **Precio**

El precio del servicio de recreación en el Balneario se establecerá de acuerdo a los costos de producción y por cada uno de los servicios complementarios (parqueadero, ingreso al balneario, piscinas, canchas de fútbol), determinados en las encuestas, a estos se suman: el costo de alquiler del salón social.

#### **Plaza**

El servicio de Recreación, se encuentra direccionada hacia toda la población, principalmente de los cantones Gonzanamá, Quilanga, y del cantón Calvas.

#### **Promoción – Publicidad**

La Promoción de los servicios eventos que se programen en el Balneario, será Publicado en la radio Ecuasur 102.1 FM y Diario La Hora, con la

finalidad de apoyar al desarrollo económico, social, cultural, turístico y empresarial de la parroquia “El Lucero” y del cantón Calvas.

### **Nombre del Balneario**

El nombre del balneario será “SHARY’Z”, nace por determinación unánime de los autores del proyecto, además por que el sector es mezcla de climas fríos, templados y cálidos y una fauna y flora variada, además de ubicarse cerca de la unión de tres ríos (Chiriyacu, Higuila, Capilla) que su cauce forma el rio Pindo. También porque el nombre de “El Lucero” que lleva la Parroquia no debería llamarse según la historia si no parroquia de “Eguiguren”.

### **Estrategias**

Las estrategias previstas para el servicio de recreación en el Balneario “SHARY’Z”, serán las siguientes:

1. Entregar el servicio solicitado directamente al usuario.
2. Tener las Instalaciones abiertas en horario de 9:30 a 17:30 de miércoles a domingo.
3. Registrar diariamente en un cuaderno libro el nombre de las personas que ingresan al balneario.
4. Entregar al usuario el servicio que solicite luego de recibir su respectivo ticket, dándole la bienvenida a las instalaciones y garantizando el servicio que ha adquirido.
5. En el bar restaurante sugerir la oferta de platos típicos de la zona y otros de la provincia de Loja.

- 6.** En las tiendas ofertar confiterías, alimentos no perecibles y su fecha de caducidad, bisuterías, ropa, entre otros no perjudiciales al ambiente ni a la salud de los usuarios.
- 7.** En el servicio de Parquero y Guardianía registrar el ingreso y salida de vehículos que soliciten este servicio.
- 8.** Entregar un recuerdo al usuario por haber utilizado los servicios del Balneario. Fotos, calendarios, manillas, llaveros, material académico, etc.

## **g.2. ESTUDIO TÉCNICO**

Reúne y analiza la información y los recursos que permita verificar la posibilidad técnica para instalar el servicio como determinar el efecto que tienen las variables de rentabilidad, justificando la selección de la alternativa para abastecer al mercado.

### **g.2.1. Tamaño y Localización**

#### **g.2.1.1. Tamaño**

El tamaño del proyecto está definido por la capacidad instalada y la capacidad utilizada que proyectadas a un cierto periodo de tiempo determinado indican la participación de la empresa en el mercado de acuerdo a los años de vida útil y la demanda insatisfecha, los costes e inversiones.

##### **g.2.1.1.1. Capacidad Instalada**

La Capacidad Instalada del balneario comprende el 100% del rendimiento de la maquinaria y equipos establecida, y está en función de la oferta y demanda del estudio de mercado.

La Capacidad del balneario es de 300 personas por día, de miércoles a domingo, en la semana 1.500 personas y al año 78.000.

#### **Demanda a satisfacer de acuerdo a la capacidad instalada y**

##### **Demanda Insatisfecha**

<b>Demanda Insatisfecha</b>	= 178.450	→	100%
<b>Capacidad Instalada</b>	= 78.000	→	X = 43.71%

#### **g.2.1.1.2. Capacidad Utilizada**

La Capacidad utilizada del balneario será la misma determinada en la Capacidad Instalada de 78.000 personas al año, que comprende el 44% de la Demanda Futura.

#### **g.2.1.2. Localización**

Para determinar la localización de la empresa se debe considerar la macrolocalización y la microlocalización.

##### **g.2.1.2.1. Macrolocalización**

La macrolocalización del proyecto está ubicada en la República del Ecuador, en la provincia de Loja, en el cantón Calvas, específicamente en la parroquia El Lucero, debido a que posee lugares naturales atractivos para hacer turismo y cuenta con los recursos necesarios que abarcan el estudio de factibilidad. Además existe la facilidad de acceso y cercanía al mercado.

## Mapa del Ecuador



### g.2.1.2.2. Microlocalización

La microlocalización del balneario está ubicada junto a la quebrada “El Tablón”, En el barrio Pindo Bajo aproximadamente a 1km de distancia de “El Lucero” y a 500m del puente El Pindo que hace de límite cantonal con Espíndola.

## Cantón Calvas



## Parroquia "El Lucero"





## Localización de la Empresa en el Sector



Elaboración: Los Autores

### g.2.1.2.3 Factores de Localización

Los factores de localización permiten a la empresa fortalecer sus actividades económicas con la dotación del recurso humano, recursos materiales, materias primas y los servicios básicos (agua, luz, servicio telefónico), también las vías de acceso, el transporte, la cercanía al mercado y leyes que contemplen la conservación ambiental.

#### Recurso Humano

Se refiere al talento humano y a la mano de obra técnica y artesanal que si existe en el sector.

#### Servicios Básicos

El sector posee agua, energía eléctrica y servicio telefónico.

### **Recursos Materiales y Materias Primas**

Se refiere al material y a la materia prima que intervendrán en la construcción y adecuación del balneario y de los servicios a ofertar, los cuales si existen en el sector.

### **Transporte y Vías de Acceso**

El sector posee en la actualidad tres vías que se comunican con la empresa, la una es la vía Gonzanamá – Quilanga – El Lucero, la otra vía es Cariamanga – El Lucero, y una tercera vía es Espíndola – El Lucero; entre las empresas de transporte que brindan su servicio están la cooperativa “Loja” y la cooperativa “Unión Cariamanga”, también en el sector existe camionetas y “rancheras” las mismas que son utilizadas en el medio para el transporte de pasajeros y carga desde los sectores ya mencionados.

### **Leyes y Reglamentos**

La empresa para el buen desarrollo de sus actividades se regirá de leyes y reglamentos que contemplen la conservación de ríos, carreteras, aire y suelo, leyes y reglamentos de seguridad y salud del usuario y del personal de la empresa. Leyes y reglamentos que normen (normas ISO) las características más importantes necesarias para la implementación de la empresa, en el sitio adecuado.

### **g.2.2. Ingeniería del Proyecto**

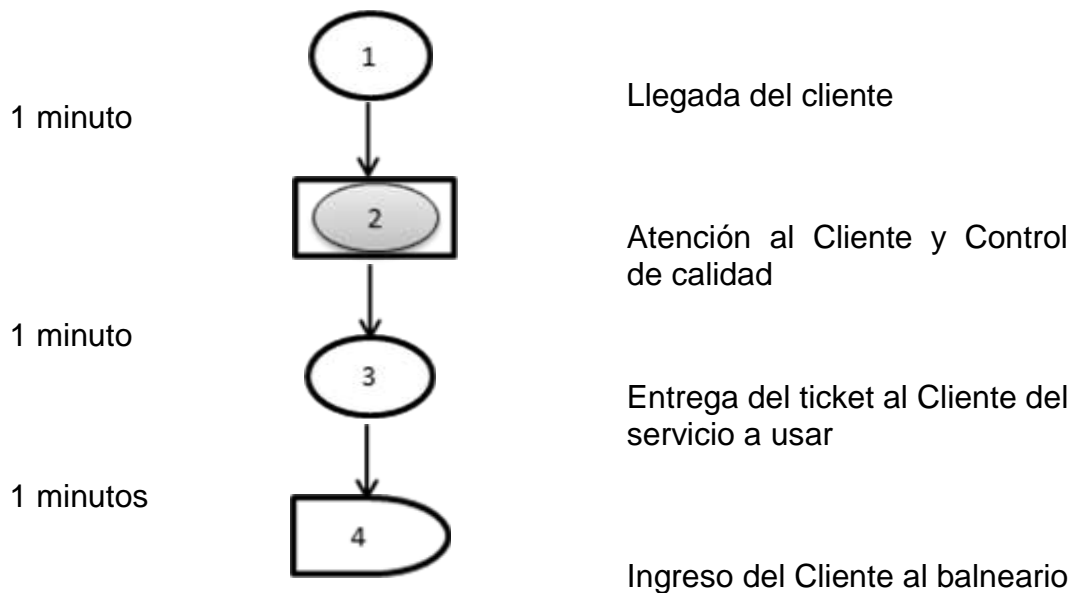
La ingeniería del proyecto se constituye un aspecto más del estudio técnico y se refiere a la descripción del servicio, de los procesos

productivos de la empresa, a la distribución de la planta, a la determinación de los costes de inversión fija, diferida y el capital de trabajo, a la maquinaria y equipos de cada uno de los servicios a ofrecer.

### g.2.2.1. Proceso Productivo

#### Diagrama de Procesos

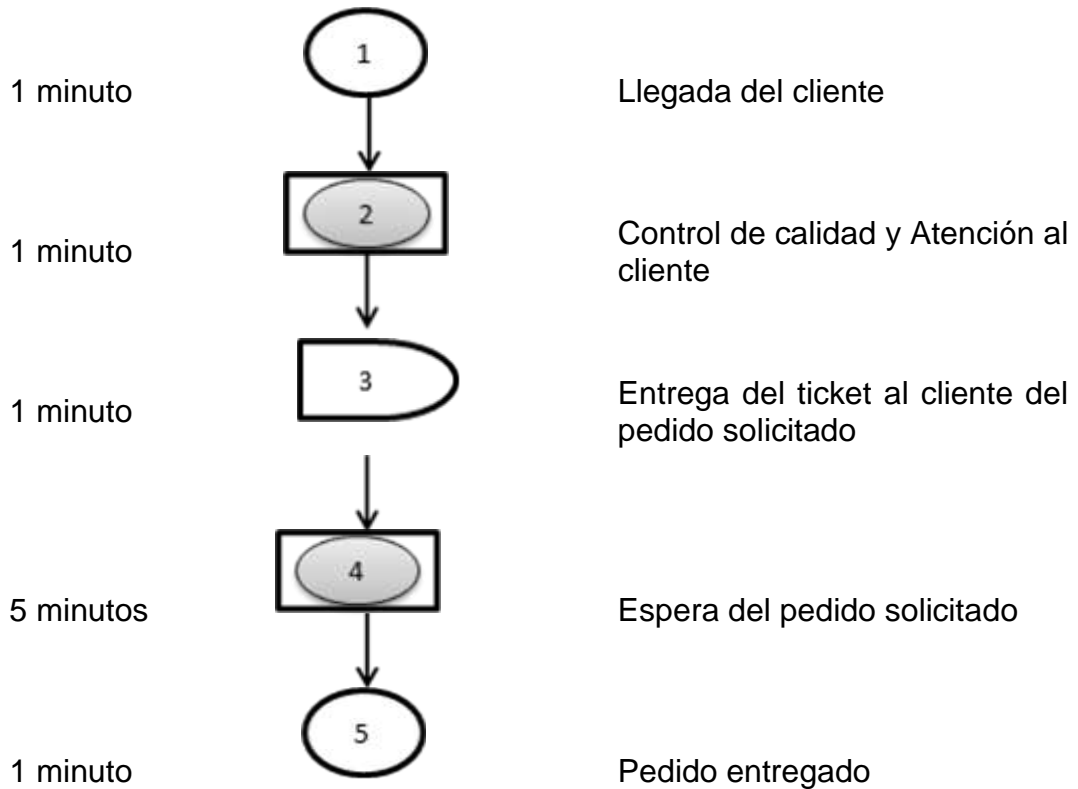
#### Ingreso al Balneario



El tiempo estimado para dar a efectuarse este servicio es de 3 minutos aproximadamente.

## Diagrama de Procesos

### Servicio de Bar – Restaurante



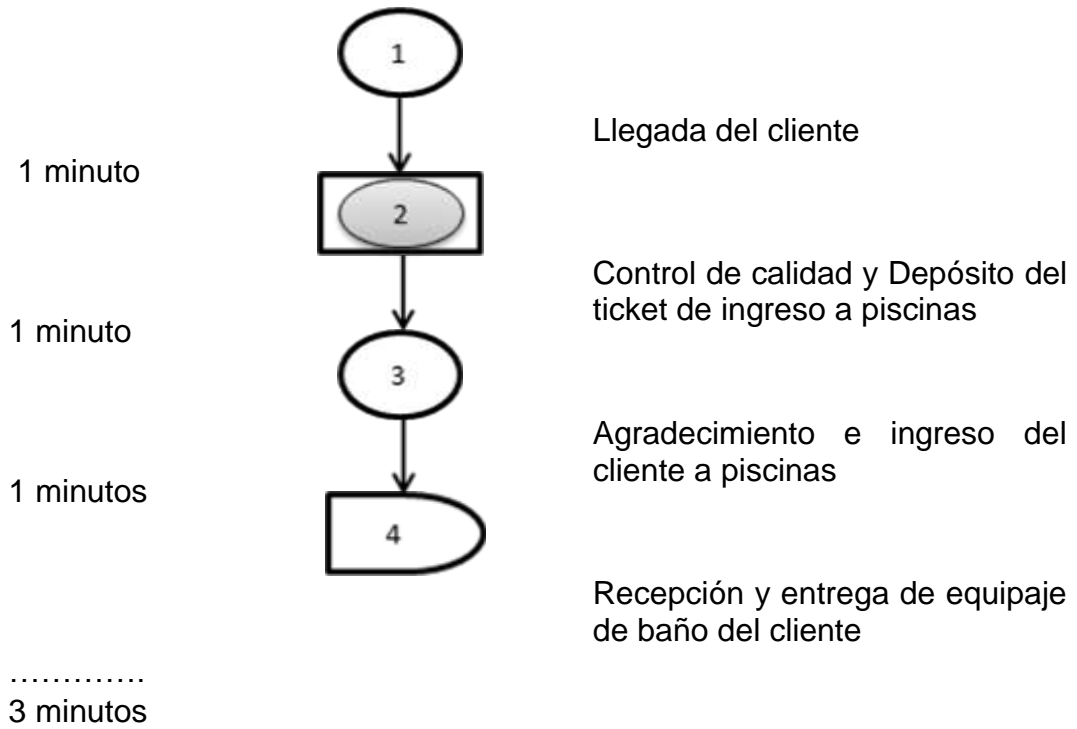
.....  
9 minutos

Elaboración: Los Autores

El tiempo estimado para ejecutar este servicio es 9 de minutos.

## Diagrama de Procesos

### Ingreso a Piscinas

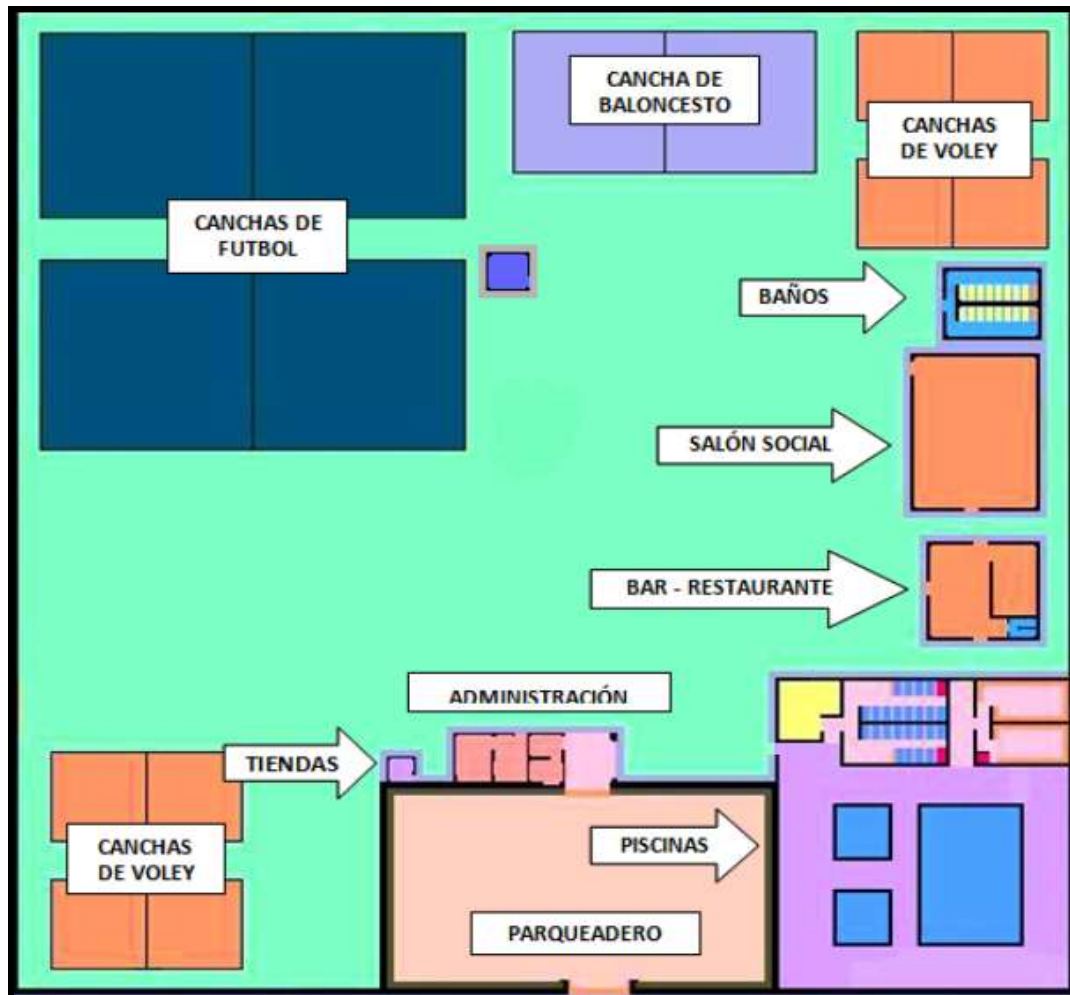


Elaboración: Los Autores

El tiempo estimado para ejecutar este servicio es de 3 minutos.

## g.2.2.2. Infraestructura Física

### Balneario "SHARY'Z"



Elaboración: Los Autores.

### DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA Y LOS ESPACIOS A CONSTRUIR

#### Administración

Las medidas a construir son 5m x 6m, que totalizan 30m<sup>2</sup>.

#### Bar – Restaurante (para arrendar)

Las medidas a construir son 10m x 7m, que totalizan 70m<sup>2</sup>.

#### Piscinas, Vestidores, Sauna – Turco, Recepción

Piscina grande 14m x 10m = 140m<sup>2</sup>.

Piscina pequeña son dos, cada una de  $6\text{m} \times 6\text{m} = 36\text{m}^2 \times 4 = 144\text{m}^2$ .

Vestidores de  $6\text{m} \times 10\text{m} = 60\text{m}^2$ .

Sauna – turco mide  $7\text{m} \times 8\text{m} = 56\text{m}^2$ .

Recepción de equipaje  $4\text{m} \times 6\text{m} = 24\text{m}^2$ .

Totalizando  $424\text{m}^2$  de construcción en un área de  $25\text{m} \times 25\text{m} = 625\text{m}^2$ .

### **Canchas de Futbol**

Son dos canchas, cada una mide:

$38 \times 20 = 760\text{m}^2 \times 4 = 3040 \text{m}^2$ .

### **Cancha de Baloncesto**

Pavimentada  $28\text{m} \times 15\text{m} = 420\text{m}^2$  planos

### **Salón Social (para alquilar)**

Mide  $10\text{m} \times 14\text{m} = 140\text{m}^2$ .

### **Parqueadero**

Mide  $50\text{m} \times 20\text{m} = 600\text{m}^2$ .

### **Baterías Sanitarias**

Mide  $5\text{m} \times 5\text{m} = 25\text{m}^2$ .

### **Tiendas (para arrendar)**

Son 2, cada una mide  $4\text{m} \times 4\text{m} = 16\text{m}^2 \times 4 = 64\text{m}^2$ , y serán construidas en madera o bambú, paja o teja.

### **Cabañas**

Son  $144\text{m}^2$  que se utilizaran para edificar 4 cabañas de  $9\text{m}^2$  cada una.

### **Cerramiento**

Son 400m lineales de cerramiento 100m por lado del balneario.

### **g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El estudio organizacional se refiere a la estructura empresarial del balneario en la que se diseñan las funciones y cargos del personal acorde a sus habilidades, capacidades y destrezas y en relación a los niveles jerárquicos de autoridad que se establece en los organigramas (estructural, funcional, posicional), como también estimar las respectivas remuneraciones del personal contratado.

#### **g.3.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad**

Entre los niveles jerárquicos de Autoridad tenemos:

**Nivel Legislativo – Directivo.** Será el máximo nivel de dirección de la empresa, estará conformado por los dueños de la empresa (Junta General de Socios), y estará representado por el Presidente.

**Nivel Ejecutivo.** Estará conformado por un Gerente – Administrador que será nombrado por los dueños de la empresa (Junta General de Socios). Y será el responsable de la gestión operativa de la empresa.

**Nivel Asesor.** Estará integrado por un agente especializado en leyes y reglamentos, será el encargado de realizar los trámites legales para la constitución de la empresa, no necesariamente éste debe ser parte interna de la empresa.

**Nivel Operativo.** Estará conformado por el personal que laborará en la prestación de los servicios y será el responsable directo de ejecutar las tareas de comercialización, recepción y vigilancia de la empresa.



**Nivel Auxiliar.** El nivel auxiliar estará integrado por la persona responsable de llevar los estados financieros a un margen de sostenibilidad y mantenimiento de la empresa, capaz de obtener oportunidades para acreditar a su expansión.

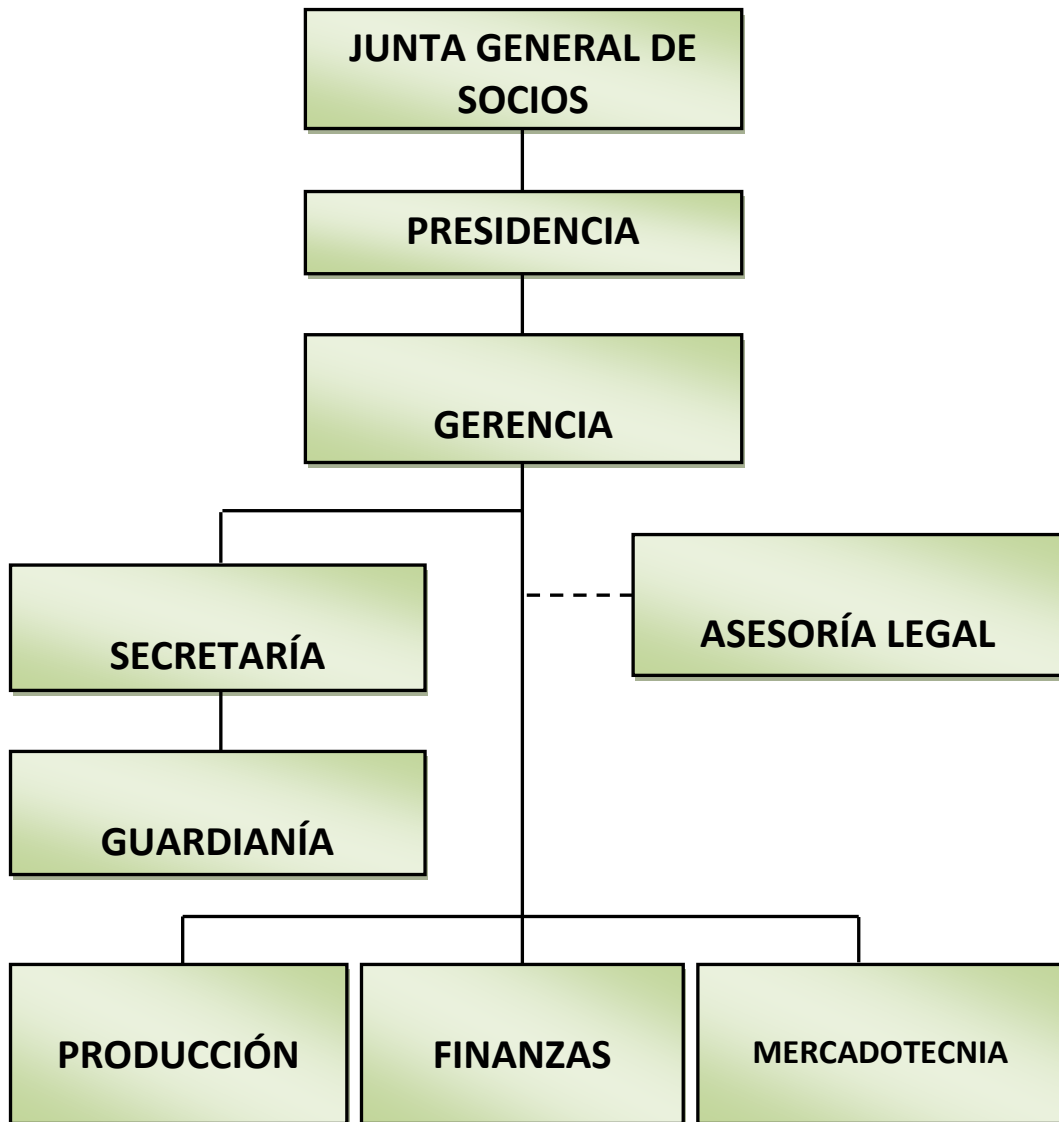
### **g.3.2. ORGANIGRAMAS**

#### **g.3.2.1. Organigrama Estructural**

Representa la estructura organizacional de la empresa y sus niveles jerárquicos.

## Organigrama Estructural

### Balneario "SHARY'Z"



Elaboración: Los Autores

## **Personal**

- ❖ **En el nivel Legislativo** (Junta General de Socios): La comunidad.
- ❖ **En el nivel Legislativo – Ejecutivo** (Presidencia): 1 persona.
- ❖ **En el nivel Ejecutivo** (Gerencia): 1 persona.
- ❖ **En el nivel Asesor** (Asesor Jurídico): 1 persona.
- ❖ **En el nivel Operativo** (Servicios): 3 personas.
- ❖ **En el nivel Auxiliar** (Finanzas – Secretaría): 2 persona.

En total la empresa laboraría con 7 personas.

### **g.3.2.2. Organigrama de Posición**

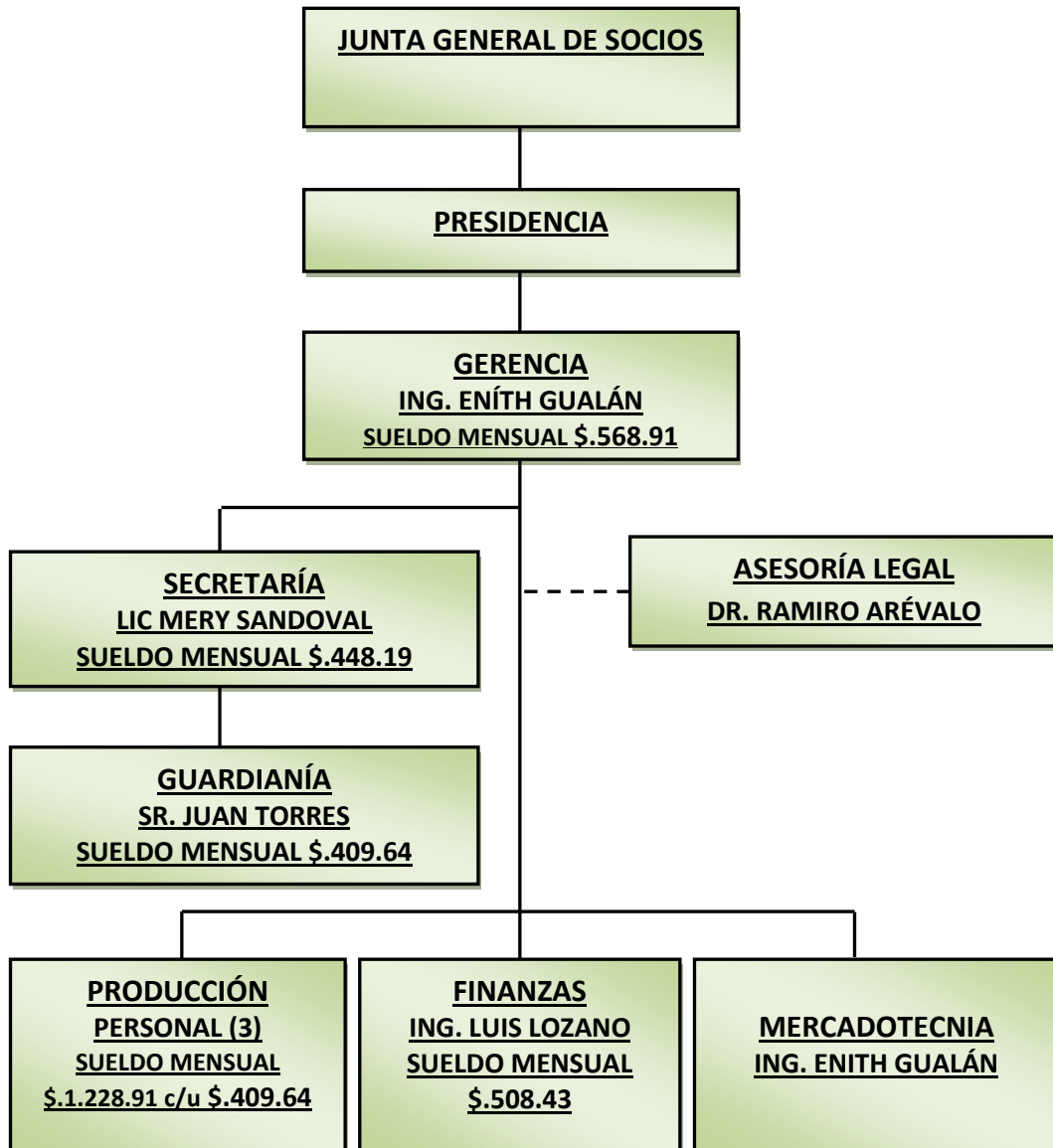
En este organigrama se detalla el número de empleados que laboran en la sección o departamento determinado con su remuneración básica.

### **g.3.2.3. Organigrama Funcional**

Este organigrama enuncia las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los puestos o secciones determinados en la estructura organizativa de la empresa.

## Organigrama de Posición

### Balneario "SHARY'Z"



Elaboración: Los Autores.

### **g.3.3. Manual de Funciones**

Es un documento y constituye una de las herramientas que debe poseer toda organización para facilitar el desarrollo de sus actividades, en el cual se especifica las funciones de cada uno de los puestos o secciones y se establece acorde a la línea de autoridad, los límites y la relación jerárquica que existe con los demás puestos.

#### **g.3.3.1. Descripción de puestos y funciones**

**Título del puesto: Junta General de Socios**

**Superior inmediato: Ninguno**

**Subalternos: Todo el personal de la empresa**

##### **Funciones Básicas:**

1. Conocer y revisar las cuentas presentadas por el Gerente y la Contadora de la empresa.
2. Designar por períodos al Gerente de la empresa.
3. Resolver el reparto de utilidades.
4. Delinear y fijar políticas, reglas y reglamentos sobre la administración, la producción y lo relacionado a la mercadotecnia de la empresa.

##### **Requisitos del Puesto**

1. Ser socio de la organización.
2. Estar presente en las actividades de la empresa.
3. Facilidad en la toma de decisiones de la empresa.
4. Estar activo y ser colaborador en todas las actividades de la empresa.

**Título del puesto: Presidencia**

**Superior inmediato: Junta General de Socios**

**Subalternos: Todo el personal de la empresa**

**Funciones Básicas:**

1. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
2. Dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa.
3. Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Junta Directiva.
4. Convocar y presidir las sesiones de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.
5. Apoyar las actividades de la empresa.
6. Dirigir las labores empresariales.
7. Sugerir a la Junta Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la empresa.

**Requisitos del Puesto**

8. Ser socio de la organización.
9. Estar presente en las actividades de la empresa.
10. Facilidad en la toma de decisiones de la empresa.
11. Estar activo y ser colaborador en las actividades de la empresa.

**Título Del Puesto: Gerencia**

**Superior Inmediato: Junta General de Socios**

**Departamento: Administración General**

**Subalternos: Todo el Personal**

**Naturaleza del Trabajo:**

1. Planificar, programar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

**Funciones Principales:**

1. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
2. Controlar y supervisar las secciones o departamentos determinados con el fin de administrar correctamente a la empresa.
3. Inspeccionar y analizar la programación de cada uno de los servicios para que los mismos estén en condiciones aptas, ambientales y saludables.

**Funciones Secundarias**

1. Participar en sesiones a las que fuera convocado.
2. Presentar los informes de resultados pertinentes de la empresa.
3. Revisar y aprobar detalladamente los informes emitidos por los departamentos subalternos.
4. Dar seguimiento al cumplimiento de horarios, días laborables y remuneraciones al personal contratado, conforme a las leyes y reglamentos vigentes en el país.
5. Inspeccionar y asesorar correctamente las actividades que debe realizar el personal contratado.

**Características de Clase:**

1. Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas de empresa.

**Requisitos del Puesto:**

1. Tener título universitario de administración de empresas y recursos humanos.
2. Poseer capacitación en áreas específicas a la administración de empresas y recursos humanos.
3. Tener un alto grado de aptitud y sustentabilidad para emprender y solucionar problemas organizacionales.
4. Experiencia por lo mínimo dos años.



**Título del Puesto: Asesor Legal**

**Superior Inmediato: Gerencia**

**Departamento: Asesoría Legal**

**Subalternos: Ninguno**

**Naturaleza del Trabajo:**

1. Asesorar, informar y defender en asuntos legales y trámites judiciales en los que esté inmersa y relacionada directamente la empresa.

**Funciones Principales:**

1. Ejecutar acciones de asesoramiento a funcionarios sobre aspectos legales.
2. Resolver e informar sobre asuntos jurídicos.
3. Representar conjuntamente con el gerente; judicial y extrajudicialmente a la empresa.
4. Participar en sesiones a los que fuera convocado por parte del Gerente, Presidente o Junta General de Socios.
5. Inscribir y hacer constar a la empresa en el SRI, municipio, registradora de la propiedad e instituciones en las que tenga relación para su correcto funcionamiento.
6. Participar en los diferentes procedimientos pre – contractuales.
7. Y en todas las áreas en la que la empresa incida a su correcto funcionamiento.

**Funciones Secundarias:**

1. Presentar informes y resultados reales y verídicos al Gerente.

**Características de Clase:**

1. Responsable de las actividades de la empresa.
2. No tiene responsabilidad alguna para ejercer autoridad sobre la empresa.

**Requisitos del Puesto**

1. Título universitario en Derecho.
2. Alto grado de aptitud y agilidad para acelerar trámites de la empresa.
3. Experiencia de al menos 2 años.

**Título del Puesto: Finanzas**

**Superior Inmediato: Gerencia**

**Subalternos: Ninguno**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

1. Mantener en orden el sistema integrado de contabilidad de la empresa.
2. Informar sobre las actividades que se desarrollen en la empresa a Gerencia.

**Funciones Principales:**

1. Llevar y controlar la contabilidad de la empresa.
2. Llevar al día un correcto manejo de los libros contables.
3. Asistir a reuniones en las que el Gerente le solicite.
4. Emitir informes financieros al Administrador y Miembros de la Junta Parroquial.
5. Realizar los pagos al personal acorde los salarios establecidos.

**Características de Clase**

1. Poseer un alto grado de concentración y de aptitud positiva para ejercer el puesto.
2. Manejo solvente de programas informáticos y conocimientos en contabilidad y finanzas.
3. Responder por equipos a su cargo hasta un valor de \$.1000.00 dólares.

**Requisitos del Puesto:**

1. Tener título de Licenciado (a) en contabilidad.
2. Atención al cliente.
3. Manejo del idioma inglés.
4. Experiencia de al menos 2 años.

**Título del Puesto: Mercadotecnia**

**Superior Inmediato: Gerencia**

**Subalternos: Ninguno**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

1. Ejercer actividades que atraigan clientes al servicio, precio, plaza y promoción y promuevan el buen desempeño de la empresa.

**Funciones Principales**

1. Identificar los canales de comercialización más idóneos.
2. Analizar si las 4P's determinadas están acorde a la actividad de la empresa.
3. Realizar planes de publicidad y promoción para la captación de clientes.
4. Emitir informes a Gerencia que establezcan los mecanismos que conlleven al buen desempeño de la empresa con los servicios del balneario a ofertar.
5. Promover las cualidades turísticas del balneario con el sector.

**Características de Clase**

1. Poseer un alto grado de concentración y de aptitud positiva para ejercer el puesto.
2. Manejo eficiente de las actividades de mercadeo programadas.
3. Responder por equipos a su cargo hasta un valor de \$.1000.00 dólares.

**Requisitos del Puesto:**

1. Tener título en Ingeniería Comercial.
2. Atención al cliente.
3. Manejo del idioma inglés.
4. Experiencia de al menos 2 años.

**Título del Puesto: Secretaria**

**Superior Inmediato: Gerente**

**Subalternos: Ninguno**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

3. Realizar actividades de secretaría, así como asistencia directa al Gerente de la empresa.

**Funciones Principales:**

6. Efectuar labores de tipiado de documentos como oficios, cartas personales, etc.
7. Registrar la asistencia diaria del personal de la empresa y reportar a Gerencia conforme lo solicite Gerencia.
8. Asistir a reuniones en las que el Gerente le solicite.
9. Atender al público y ofertar promociones y servicios actuales y futuros.

**Características de Clase**

4. Poseer un alto grado de concentración y de aptitud positiva para ejercer el puesto.
5. Actuar moderadamente en la atención al cliente.
6. Manejo solvente de programas informáticos y sólidos conocimientos en contabilidad y finanzas.

**Requisitos del Puesto:**

5. Tener título de Secretaria – Contadora.
6. Atención al cliente y manejo del idioma inglés.
7. Experiencia de al menos 1 año.

**Título del Puesto: Trabajador**

**Superior Inmediato: Gerente**

**Subalternos: Ninguno**

**Naturaleza del Trabajo:**

1. Ejecutar labores de recepción, limpieza y vigilancia.

**Funciones Básicas:**

1. Tener limpios y ordenados pisos, cunetas, áreas verdes, piscinas, baños, cabañas, canchas, oficinas, y todo el entorno de la empresa.
2. Laborar con el uniforme designado.
3. Trabajar en equipo en labores exigentes.
4. Atender al cliente y dar garantía del servicio.
5. Informar a Gerencia cualquier tipo de inconveniente que se presente.
6. Cumplir con el horario de trabajo establecido (9:30 am – 17:30 pm), y con las políticas de empresa.
7. Registrar diariamente el número de visitantes al balneario.
8. Estar libre y disponible para acudir cuando sea llamado por el Gerente.

**Características de Clase**

1. Es responsable por equipos y herramientas a su cargo con un valor de hasta \$.300.00 dólares.

**Requisitos del Puesto:**

1. Título de bachiller.
2. Excelente relación laboral y personal.
3. Experiencia laboral de al menos seis meses.



**Título del Puesto: Guardia**

**Superior Inmediato: Gerente**

**Subalternos: Ninguno**

**Naturaleza del Trabajo:**

1. Vigilar, controlar, supervisar a clientes y personal de la empresa.

**Funciones Básicas:**

1. Vigilar y controlar al personal, clientes, vehículos y materiales.
2. Negar el ingreso a sectores restringidos sin la respectiva autorización por parte del Gerente.
3. Acudir inmediatamente al presentarse algún incidente interno.
4. Informar a Gerencia al presentarse algún incidente.
5. Responsable de brindar seguridad y bienestar a los clientes.

**Requisitos del Puesto:**

1. Tener documentos en regla.
2. Presentar méritos de su labor y años de experiencia.

#### **g.4. ESTUDIO LEGAL**

El estudio legal se refiere a la estructura jurídica del proyecto y analiza los aspectos más importantes a leyes laborales, tributarias, comerciales, y demás que deben cumplirse a cabalidad; de lo contrario se incurriría al pago de multas excesivas que llevarían a que el proyecto fracase.

Para definir el tipo de sociedad a la que la empresa debe regirse se debe tener en cuenta aspectos como: objeto social del proyecto, magnitud de la inversión requerida, número de socios y aspectos legales, tributarios y laborales.

La empresa está direccionada a ofrecer el servicio de recreación y turismo y quedaría establecida conforme lo estipula la Ley de Compañías en sus capítulos y artículos respectivamente como Sociedad de Responsabilidad Limitada (CIA. LTDA.), que exige la participación de dos o más socios y abarca el capital que se destine distribuido en participaciones que no pueden denominarse acciones, y sus socios responden en persona de las deudas sociales, bajo una razón social o denominación objetiva; que conllevaría a que la empresa pueda fortalecer y mejorar sus actividades financieras y productivas de acuerdo a su estado mercantil.

## **Organismos de la Sociedad**

**Junta General.** Los socios, reunidos en junta general, decidirán por mayoría, establecida por la vía legal o estatutaria. En los asuntos propios de su competencia, señalados de modo específico por la ley. La junta general será convocada por los administradores de la sociedad. Hay normas especiales relativas a la forma y contenido de la convocatoria, lugar de celebración, asistencia y representación mesa de la junta general, derecho de información, conflicto de interés y juego del principio mayoritario y la constancia en acta de los acuerdos sociales.

La administración de la empresa se puede confiar a un administrador que actúe de forma solidaria conjunto con sus dirigidos. En este último caso, los estatutos o en su defecto la junta general fijará el número mínimo y máximo de sus componentes y el régimen de organización y funcionamiento, sistema que debe comprender en todo caso las reglas de convocatoria y constitución de este organismo, así como el modo de deliberar y adoptar acuerdos. Hay normas especiales respecto de las siguientes cuestiones: nombramiento de administradores, administradores suplentes duración y ejercicio de cargo, representación de la sociedad y ámbito de la misma, separación y responsabilidad de los administradores.

**Razón Social**

La razón social de la empresa será "SHARY'Z", CIA LTDA

**Objeto Social**

La empresa se dedicará al servicio de recreación y turismo.

**Plazo de Duración**

La empresa tendrá una duración de diez años de vida útil.

**Domicilio**

La empresa estará domiciliada en la parroquia de "El Lucero", sector Pindo Bajo, en el cantón Calvas, perteneciente a la provincia de Loja.

**Capital**

El capital social para la inversión del proyecto es de \$.284.952.36 dólares del cual un 20% será financiado por parte de los socios y un 80% por parte de la entidad financiera (BNF).

## **g.5. ESTUDIO AMBIENTAL**

El propósito del Estudio Ambiental está en dar al visitante las condiciones aptas para utilizar los servicios del balneario y evitar problemas de salud y sin contaminar el ambiente.

No obstante con la creación de la empresa se establecerán normas de trabajo y de seguridad entre el personal y el usuario, con el fin de tener el balneario limpio y ordenado para evitar accidentes. Se señalará las instalaciones; los desechos originados por el consumo de alimentos y bebidas y de uso de baños, vestidores y cabañas tendrán su respectivo basurero. La aplicación del cloro y sulfato utilizados en el agua de piscinas será suministrada a la cantidad necesaria y se lo realizará 30 minutos antes de culminar la jornada laboral diaria.

Para la eliminación del agua potable, utilizada en baños y bar restaurante, se construirán posos de oxidación donde serán allí ubicadas y tratadas, para que no se proliferen malos olores en el lugar y no perjudique la salud de la comunidad ni de los turistas.

El balneario será adornado con plantas ornamentales tales como orquídeas, girasoles, ciprés, palmeras y árboles frutales, las cabañas serán construidas con madera o bambú con paja o teja. El bar restaurante

semi abierto y pintado con colores atractivos al clima, las áreas para el descanso y deportivas serán totalmente adecuados.

El nombre del balneario será “SHARY’Z” y tendrá la siguiente presentación, que podrá ser reconocida por los turistas principalmente extranjeros.



Elaboración: Los Autores

Por lo tanto, el balneario contará con normas de seguridad sugeridas, de modo que cumpla con las expectativas recreacionales y turísticas sugeridas por la comunidad.

## **g.6. ESTUDIO FINANCIERO**

El Estudio Financiero, permite identificar, analizar, planear y determinar los elementos indispensables para conformar el servicio de balneario, además sirve como una herramienta importante para la toma de decisiones gerenciales con el fin de evitar anomalías en la producción del servicio.

### **g.5.1. Inversiones y Financiamiento**

#### **Inversiones En Activos Fijos**

Son aquellos desembolsos en bienes tangibles que hacen parte funcional de la empresa que comprende:

#### **Terreno**

Es el espacio o área física determinado que cumple con los requerimientos para utilizarlo en la edificación del servicio, se sitúa en la parroquia de “El Lucero”, perteneciente al cantón Calvas de la provincia de Loja, el costo de terreno es de \$.12.000.00 dólares.

CUADRO N° 24

#### **Terreno**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Terreno	10,000m <sup>2</sup>	\$ 12,000.00
<b>Total</b>		<b>\$ 12,000.00</b>

Fuente: Junta Parroquial “El Lucero”.  
Elaboración: Los Autores.

### Construcciones

Se refiere a la obra física donde la empresa desarrollará sus actividades comerciales, recreativas y gustativas. El costo de construcción es de \$.252.640.00 dólares.

CUADRO N° 25

### Construcción

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Total
Cerramiento	400m	\$50.00	\$20,000.00
Parqueadero	600m <sup>2</sup>	\$50.00	\$ 30,000.00
Administración	30m <sup>2</sup>	\$200.00	\$ 6,000.00
Piscinas	625m <sup>2</sup>	\$200.00	\$ 125,000.00
Bar - Restaurante	70m <sup>2</sup>	\$180.00	\$ 12,600.00
Salón Social	140m <sup>2</sup>	\$200.00	\$ 28,000.00
Baterías Sanitarias	25m <sup>2</sup>	\$200.00	\$ 5,000.00
Cancha De Básquet	420m <sup>2</sup>	\$50.00	\$ 21,000.00
Cabañas	144m <sup>2</sup>	\$35.00	\$ 5,040.00
<b>Total</b>			<b>\$ 252,640.00</b>

Fuente: LíderArquit, DIRECTV, CLARO, Surquim (piscinas) – Loja.  
Elaboración: Los Autores.

### Maquinaria y Equipo de Producción

Se refiere a los accesorios y motores indispensables del servicio de balneario y de piscinas; su costo es de \$.5.800.00 dólares.



CUADRO N° 26

**Maquinaria y Equipo**

Descripción	Capacidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Generador de luz		1	\$ 450.00	\$ 450.00
Cortadora de césped		1	\$ 350.00	\$ 350.00
Bomba de agua		1	\$ 400.00	\$ 400.00
Extintor	10 libras	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Juegos infantiles		1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Maquinaria y equipo de piscinas		1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
<b>Total</b>				<b>\$ 5,800.00</b>

Fuente: Surquim (piscinas), Electrox, Pika, Ochoa Hermanos, Romar – Loja. Bermeo plaza – Cariamanga.

Elaboración: Los Autores.

**Equipos de Oficina**

Son los elementos que permitirán realizar las actividades administrativas de la empresa, su costo es de \$.2.005.00 dólares.

CUADRO N° 27

**Equipos de Oficina**

Descripción	Marca	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Teléfono - fax	Panasonic	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Sumadora	Casio	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Plasma (32 pulgadas)	Samsung	2	\$ 600.00	\$ 1.200.00
Minicomponente	Daewoo	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Caja registradora		1	\$ 350.00	\$ 350.00
<b>Total</b>				<b>\$ 2.005.00</b>

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Cariamanga.

Elaboración: Los Autores

**Equipos de Computación**

Son los elementos indispensables que permitirán agilizar las actividades de la empresa. Su costo es de \$.1.350.00 dólares.

CUADRO N° 28

**Equipo de Cómputo**

Descripción	Marca	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	Intel	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Impresora multifunción	Canon	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.350.00</b>

Fuente: InnovaCompu – Loja.

Elaboración: Los Autores.

**Muebles y Enseres**

Son los bienes tangibles con los que la empresa utilizará sus actividades administrativas. Su costo es de \$ 4.136.00 dólares.

CUADRO N° 29

**Muebles y Enseres**

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio para gerente	Unidad	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Sillón para gerente	Unidad	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Escritorio secretaria	Unidad	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Sillón para secretaria	Unidad	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Mesa recepción	Unidad	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Silla recepción	Unidad	1	\$ 11.00	\$ 11.00
Archivador metálico	Unidad	2	\$ 270.00	\$ 540.00
Perchas metálicas	Unidad	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Mesa de madera	Unidad	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Mesa de 4 sillas	Unidad	25	\$ 62.00	\$ 1,550.00
Sillas plásticas	Unidad	35	\$ 11.00	\$ 385.00
Vitrina	Unidad	1	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>Total</b>				<b>\$ 4,136.00</b>

Fuente: Almacenes de la ciudad de Cariamanga.

Elaboración: Los Autores.

**Herramientas**

Las herramientas permitirán tener limpio y conservado el balneario. Su costo es de \$.285.00 dólares.

CUADRO N° 30

**Herramientas**

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carretilla	Unidad	2	\$ 62.00	\$ 124.00
Barreta	Unidad	2	\$ 7.00	\$ 14.00
Machete	Unidad	2	\$ 16.00	\$ 32.00
Pico	Unidad	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Pala	Unidad	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Manguera para jardín	M	50	\$ 0.50	\$ 25.00
Caja de llaves y dados	Unidad	1	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>Total</b>				<b>\$ 285.00</b>

Fuente: Almacenes de la ciudad de Cariamanga.

Elaboración: Los Autores.

**Total Activos Fijos**

El costo que se requiere para invertir en activos fijos del balneario es de \$278.216.00 dólares.

CUADRO N° 31

**Total Activos Fijos**

Descripción	Costo Total
Terreno	\$ 12,000.00
Construcciones	\$ 252,640.00
Maquinaria y Equipo	\$ 5,800.00
Muebles y Enseres	\$ 4,136.00
Equipo de Oficina	\$ 2,005.00
Equipo de Computación	\$ 1,350.00
Herramientas	\$ 285.00
<b>Total</b>	<b>\$ 278,216.00</b>

Fuente: Cuadros N° 24 – 30 Estudio Financiero.

Elaboración: Los Autores.

**Inversiones en Activos Diferidos**

Son aquellos desembolsos que la empresa realiza para garantizar la normal estabilidad de sus actividades recreacionales y productivas.

### **Gastos de Constitución**

Se refiere a los respectivos permisos legales que la empresa adquiere para su normal funcionamiento, están los permisos municipales, permisos de bomberos, policía, y a la ley de compañías. El costo de gastos de constitución se estima de \$.850.00 dólares.

### **Estudios del proyecto**

Se refiere a los estudios previos que se realizan para formalizar el Proyecto final, así tenemos el anteproyecto. Su valor es de \$.1.995.00 dólares.

### **Total Activos Diferidos**

El Costo de Activos Diferidos es de \$.2.805.00 dólares.

### **CUADRO N° 32**

#### **Total Activos Diferidos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Gastos de constitución	\$ 850.00
Estudios del proyecto	\$ 1.955.00
<b>Total</b>	<b>\$ 2.805.00</b>

Fuente: Página N° 133 del Estudio Financiero.

Elaboración: Los Autores.

### **Inversión en Capital de Trabajo**

#### **Costos de Producción**

##### **Mano de Obra Directa**

Comprende al pago que se realiza al personal de trabajo, su costo es de \$.1.228.91 dólares por tres trabajadores directos.

CUADRO N° 33

**Mano de Obra Directa**

Descripción	Valor
Remuneración	\$ 318.00
Decimo Tercero	\$ 26.50
Decimo Cuarto	\$ 26.50
Aporte Patronal	\$ 38.64
Sueldo A Recibir	\$ 409.64
Nº de Trabajadores	3
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 1,228.91</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales – Loja.  
Elaboración: Los Autores.

**Carga Fabril**

Son gastos que se realizan por concepto de consumo de servicios básicos e integrales. El cual es de \$.405.00 dólares mensuales.

CUADRO N° 34

**Carga Fabril**

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Agua	m <sup>3</sup>	300	\$ 0.30	\$ 90.00
Energía eléctrica	Kw	300	\$ 0.30	\$ 90.00
Directv	Unidad	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Cloro	Kgm	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sulfato	Kgm	1	\$ 75.00	\$ 75.00
<b>Total</b>				<b>\$ 405.00</b>

Fuente: Gasolineras, Junta Parroquial El Lucero, EERSSA – Cariamanga. Directv – Loja.  
Elaboración: Los Autores.

**Material de Aseo**

Representa los materiales de aseo que se utilizarán para la limpieza y aseo de oficinas, baños y piscina. Su costo es de \$.164.00 dólares al mes

CUADRO N° 35

**Material de Aseo**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Detergente	5	\$ 1.20	\$ 6.00
Desinfectante	3	\$ 3.50	\$ 10.50
Escoba	3	\$ 3.00	\$ 9.00
Trapeador	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Cepillo	3	\$ 1.50	\$ 4.50
Franela	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Uniformes de Trabajo	3	\$ 40.00	\$ 120.00
<b>Total</b>			<b>\$ 164.00</b>

Fuente: Locales comerciales de Cariamanga.

Elaboración: Los Autores.

**Mantenimiento**

Representa los valores en dinero que serán empleados en la reparación y mantenimiento de los activos fijos de la empresa excepto el terreno y se incluye el valor de la reinversión del equipo de cómputo. Su costo es de \$.8.21 dólares mensuales.

CUADRO N° 36

**Mantenimiento**

Descripción	Costo Total	Alícuota	Costo Mensual
Maquinaria y Equipo	\$ 5,800.00	1%	\$ 4.83
Equipo de Cómputo	\$ 1,350.00	1%	\$ 1.13
Reinversión Equipo de Cómputo	\$ 1,350.00	1%	\$ 1.13
Reinversión Equipo de Cómputo	\$ 1,350.00	1%	\$ 1.13
<b>Total</b>	<b>\$ 9,850.00</b>		<b>\$ 8.21</b>

Fuente: Mecánicas y talleres de la ciudad de Cariamanga.

Elaboración: Los Autores

## Costos de Operación

### Remuneraciones

Son desembolsos en dinero que se realizan para el pago mensual al personal de la empresa que cumple con las funciones requeridas. Su pago es de \$.1.934.94 dólares mensuales.

CUADRO N° 37

### Remuneraciones

Descripción	Sueldo	10° Tercero	10° Cuarto	Aporte Patronal 12.15%	Nº de Personas	Sueldo a Recibir
Gerente	\$ 450	\$ 37.50	\$ 26.50	\$ 54.68	1	\$ 568.68
Finanzas	\$ 400	\$ 33.33	\$ 26.50	\$ 48.60	1	\$ 508.43
Secretaria - Contadora	\$ 350	\$ 29.17	\$ 26.50	\$ 42.53	1	\$ 448.19
Guardia - Conserje	\$ 318	\$ 26.50	\$ 26.50	\$ 38.64	1	\$ 409.64
<b>Valor Mensual</b>						<b>\$ 1,934.94</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales – Loja  
Elaboración: Los Autores.

### Suministros de Oficina

Representa los útiles de oficina que se utilizarán para las labores administrativas de la empresa. Su costo es de \$.111.55 dólares al mes.

CUADRO N° 38

### Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Kit de escritorio	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Carpeta archivador	4	\$ 6.00	\$ 24.00
Carpeta folder	5	\$ 0.25	\$ 1.25
Resmas a4	3	\$ 3.35	\$ 10.05
Recarga de tinta	4	\$ 7.50	\$ 30.00
Esferográficos	1	\$ 1.25	\$ 1.25
<b>Total</b>			<b>\$ 111.55</b>

Fuente: La Reforma – Loja. Papelerías y bazares de la ciudad de Cariamanga.  
Elaboración: Los Autores.

### **Servicio Telefónico**

La finalidad de este servicio es para mantenerse en contacto con proveedores, clientes y con el personal de la empresa.

CUADRO N° 39

#### **Servicio Telefónico**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>
Uso Telefónico	45	\$ 0.15	\$ 6.75
<b>Total</b>			<b>\$ 6.75</b>

Fuente: CNT – Loja.

Elaboración: Los Autores.

### **Servicio de Internet (Administración)**

El internet permitirá a la empresa mantenerse actualizada de los factores determinantes del servicio y el mercado, también para enlazarse con proveedores, clientes y el personal de la empresa.

CUADRO N° 40

#### **Servicio de Internet**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>
Uso de Internet	1	\$ 20.00	\$ 20.00
<b>Total</b>			<b>\$ 20.00</b>

Fuente: CNT – Loja

Elaboración: Los Autores

### **Gastos de Venta**

#### **Publicidad**

Representa a los gastos que se realizarán para hacer publicidad del servicio de balneario a través de los medios de comunicación determinados. El cual es de \$.52.00 dólares mensuales.



CUADRO N° 41

**Publicidad**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Radio	4	\$ 3.00	\$ 12.00
Periódico	4	\$ 10.00	\$ 40.00
<b>Total</b>			<b>\$ 52.00</b>

Fuente: Radio Ecuasur 102.1 Fm – Cariamanga. Diario “La Hora” – Loja.  
Elaboración: Los Autores.

**Total de Capital de Trabajo**

El monto que se requiere como capital de trabajo para dar el servicio de balneario es de \$.3.931.36 dólares mensuales.

CUADRO N° 42

**Total Capital de Trabajo**

Descripción	Costo Mensual
Mano de Obra Directa	\$ 1,228.91
Carga Fabril	\$ 405.00
Material de Aseo	\$ 164.00
Mantenimiento	\$ 8.21
Remuneraciones	\$ 1,934.94
Suministros de Oficina	\$ 111.55
Servicio Telefónico	\$ 6.75
Servicio de Internet	\$ 20.00
Gastos de Publicidad	\$ 52.00
<b>Total</b>	<b>\$ 3,931.36</b>

Fuente: Cuadros N° 33 – 41 del Estudio Financiero.  
Elaboración: Los Autores

**Total Activos de la Empresa**

El monto de inversión determinado para las actividades productivas y recreacionales de la empresa es de \$.284.952.36 dólares.

## CUADRO N° 43

### Total Activos de la Empresa

Descripción	Costo Total
Total Activos Fijos	\$ 278,216.00
Total Activos Diferidos	\$ 2,805.00
Total Capital de Trabajo	\$ 3,931.36
<b>Total</b>	<b>\$ 284,952.36</b>

Fuente: Cuadros N° 31, 32, 42 del Estudio Financiero.

Elaboración: Los Autores

### Financiamiento

Constituye una herramienta importante en el Estudio Financiero, porque permite conocer cuál es el capital necesario para la creación de la empresa. Comprende dos fuentes:

**Fuente Interna.** Es el capital que los socios proporcionan del monto estimado para el financiamiento (20%).

**Fuentes Externa.** Es el capital otorgado por la entidad bancaria que financia el porcentaje restante de la inversión del proyecto (80%) a través de un préstamo solicitado. Que totaliza el 100% de financiamiento.

## CUADRO N° 44

### Financiamiento

Descripción	Costo Total	Porcentaje
Fuente Interna (Socios)	\$ 56,990.47	20%
Fuente Externa (Entidad Financiera)	\$ 227,961.89	80%
<b>Total</b>	<b>\$ 284,952.36</b>	<b>100%</b>

Fuente: Total Activos de la Empresa – Cuadro N° 43.

Elaboración: Los Autores.

## Amortizaciones

Es la recuperación de los fondos invertidos en los activos de la empresa o la devolución del capital tomado en préstamo más los intereses de ley.

### CUADRO N° 45

#### Amortización del Crédito

Años	Plazo / Años de vida	10		Interés anual	10%
	Préstamo	Amortización	Interés	Pago anual	Capital final
2012	\$ 227,961.89				
2013	\$ 227,961.89	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 45,592.38	\$ 205,165.70
2014	\$ 205,165.70	\$ 22,796.19	\$ 20,516.57	\$ 43,312.76	\$ 182,369.51
2015	\$ 182,369.51	\$ 22,796.19	\$ 18,236.95	\$ 41,033.14	\$ 159,573.32
2016	\$ 159,573.32	\$ 22,796.19	\$ 15,957.33	\$ 38,753.52	\$ 136,777.13
2017	\$ 136,777.13	\$ 22,796.19	\$ 13,677.71	\$ 36,473.90	\$ 113,980.94
2018	\$ 113,980.94	\$ 22,796.19	\$ 11,398.09	\$ 34,194.28	\$ 91,184.75
2019	\$ 91,184.75	\$ 22,796.19	\$ 9,118.48	\$ 31,914.66	\$ 68,388.57
2020	\$ 68,388.57	\$ 22,796.19	\$ 6,838.86	\$ 29,635.05	\$ 45,592.38
2021	\$ 45,592.38	\$ 22,796.19	\$ 4,559.24	\$ 27,355.43	\$ 22,796.19
2022	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 2,279.62	\$ 25,075.81	\$ 0.00

Fuente: BNF – Loja.

Elaboración: Los Autores.

#### Amortización del Activo Diferido

Son los gastos que se realizan por concepto de funcionamiento de la empresa. El valor del activo diferido es de \$.2.805.00 dólares, que amortizado a los 10 años de vida útil del proyecto es de \$.280.50 dólares por año.

CUADRO N° 46

**Amortización del Activo Diferido**

<b>Años</b>	<b>Plazo Préstamo</b>	<b>Amortización 10</b>
<b>2012</b>	<b>\$ 2,805.00</b>	
<b>2013</b>	\$ 2,805.00	\$ 280.50
<b>2014</b>	\$ 2,524.50	\$ 280.50
<b>2015</b>	\$ 2,244.00	\$ 280.50
<b>2016</b>	\$ 1,963.50	\$ 280.50
<b>2017</b>	\$ 1,683.00	\$ 280.50
<b>2018</b>	\$ 1,402.50	\$ 280.50
<b>2019</b>	\$ 1,122.00	\$ 280.50
<b>2020</b>	\$ 841.50	\$ 280.50
<b>2021</b>	\$ 561.00	\$ 280.50
<b>2022</b>	\$ 280.50	\$ 280.50

Fuente: Cuadro N° 32 del Estudio Financiero.  
Elaboración: Los Autores.

**Depreciaciones**

La depreciación es definida como el proceso de asignar a gastos el costo de un activo fijo en el período en el cual se estima que se utilizará.

CUADRO N° 47

**Depreciación de Activos Fijos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo Histórico</b>	<b>Años de Vida Útil</b>	<b>% de Deprec</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Valor Residual Año 10</b>
Construcción	\$ 252,640.00	20	5%	\$ 12,632.00	\$12,000.40	\$ 12.632.0
Maquinaria y Equipo	\$ 5,800.00	10	10%	\$ 580.00	\$522.00	\$ 580.00
Muebles y Enseres	\$ 4,136.00	10	10%	\$ 413.60	\$372.24	\$ 413.60
Equipo de Oficina	\$ 2,005.00	10	10%	\$ 200.50	\$180.45	\$ 200.50
Equipo de Computación	\$ 1,350.00	3	33%	\$ 449.96	\$300.02	\$ 449.96
Reinversión Equipo de Computación	\$ 1,350.00	3	33%	\$ 449.96	\$300.02	\$ 449.96
Reinversión Equipo de Computación	\$ 1,350.00	3	33%	\$ 449.96	\$300.02	\$ 449.96
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 15,175.97</b>	<b>\$1,974.74</b>	<b>\$ 2543.97</b>

Fuente: Cuadro N° 31 del Estudio Financiero.  
Elaboración: Los Autores.

## g.7. ESTUDIO DE COSTOS E INGRESOS

### Costos del Proyecto

La estimación de los costos futuros es uno de los aspectos más importantes y básicos en un proyecto a realizar, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto como por la valorización así también los desembolsos del proyecto en su vida útil.

Desde el primer momento de funcionamiento de la empresa se incurre en gastos los cuales están basados en los precios del mercado y también están dados por la inflación.

#### g.7.1. Costos de Producción

Se relacionan directamente con las funciones productivas del servicio, e incluye empleados, equipamiento y la maquinaria determinada.

CUADRO N° 48

#### Total Costo de Producción

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Anual</b>
Mano de Obra Directa	\$ 14,746.93	
Carga Fabril	\$ 4,860.00	
Material de Aseo	\$ 1,968.00	
Mantenimiento	\$ 98.50	
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	
<b>Total Costos De Producción</b>		<b>\$ 34,195.83</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaboración: Los Autores

## Costos de Operación

Se relacionan directamente con las remuneraciones del personal administrativo, los suministros de oficina, y servicios básicos e integrales del servicio de balneario e incluye los valores de depreciación de Muebles y Enseres, Equipo de Oficina y de Computación.

CUADRO N° 49

### Total Costo de Operación

<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Gastos de Administración</b>		
Remuneraciones	\$ 23,219.24	
Suministros de Oficina	\$ 1,338.60	
Servicio Telefónico	\$ 81.00	
Servicio de Internet	\$ 240.00	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 372.24	
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 180.45	
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 300.02	
<b>Total Costos de Operación</b>		<b>\$ 25,731.55</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: Los Autores.

## Gastos de Venta

Son gastos que se realizan por publicidad en los medios escritos y audio – visuales determinados.

CUADRO N° 50

### Total Gasto de Venta

<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Anual</b>
Gastos de Publicidad	\$ 624.00	
<b>Total Gastos de Venta</b>		<b>\$ 624.00</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: Los Autores.

## Gastos Financieros

Son los gastos que se realizarían en la entidad bancaria determinada por el pago de los intereses del préstamo adquirido.

CUADRO N° 51

### Gastos Financieros

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Anual</b>
Intereses	\$ 22,796.19	
<b>Total Gastos Financieros</b>		<b>\$ 22,796.19</b>

Fuente: Amortización del Crédito – Cuadro N° 45

Elaboración: Los Autores

## Otros Gastos

Se refieren al pago de otras cuentas de la amortización del crédito y de la amortización de activo diferido.

CUADRO N° 52

### Otros Gastos

<b>OTROS GASTOS</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Anual</b>
Amortización del Activo Diferido	\$ 280.50	
Amortización del Crédito	\$ 22,796.19	
<b>Total Otros Gastos</b>		<b>\$ 23,076.69</b>

Fuente: Amortización del Crédito y Amortización del Activo Diferido – Cuadros N° 45 y 46

Elaboración: Los Autores.

## Costos Totales del Servicio

Para determinar los Costos Totales del Servicio, es necesario realizar su cálculo de los Costos Anuales de Producción, Gastos de

Administración, Gastos de Venta y Otros Gastos, ya establecidos y proyectados al 5.11% (inflación 2012), para los años de vida útil del proyecto, así se tiene el primer año aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{CTP} = \text{COSTOS DE PRODUCCIÓN} + \text{GASTOS ADMINISTRATIVOS} \\ + \text{GASTOS DE VENTA} + \text{OTROS GASTOS}$$



CUADRO N° 53

**COSTO TOTAL DEL SERVICIO AÑO 1**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Total</b>
Mano de Obra Directa	\$ 14,746.93	
Carga Fabril	\$ 4,860.00	
Material de Aseo	\$ 1,968.00	
Mantenimiento	\$ 98.50	
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	
<b>Total Costos de Producción</b>		<b>\$ 34,195.83</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		
<b>Gastos de Administración</b>		
Remuneraciones	\$ 23,219.24	
Suministros de Oficina	\$ 1,338.60	
Servicio Telefónico	\$ 81.00	
Servicio de Internet	\$ 240.00	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 372.24	
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 180.45	
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 300.02	
<b>Total Costos de Operación</b>		<b>\$ 25,731.55</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Gastos de Publicidad	\$ 624.00	
<b>Total Gastos de Venta</b>		<b>\$ 624.00</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
Intereses	\$ 22,796.19	
<b>Total Gastos Financieros</b>		<b>\$ 22,796.19</b>
<b>OTROS GASTOS</b>		
Amortización del Activo Diferido	\$ 280.50	
Amortización del Crédito	\$ 22,796.19	
<b>Total Otros Gastos</b>		<b>\$ 23,076.69</b>
<b>Costo Total de Producción</b>		<b>\$ 106,424.26</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos.

Elaboración: Los Autores.

**CTP = \$34.195.83 + \$25.731.55 + \$624.00 + \$22.796.19 + \$23.076.69**

**CTP = \$106.424.26**

CUADRO N° 54

**Costos Totales del Servicio Año 2 – Año 6**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Mano de Obra Directa	\$ 15,500.50	\$ 16,292.58	\$ 17,125.13	\$ 18,000.22
Carga Fabril	\$ 5,108.35	\$ 5,369.38	\$ 5,643.76	\$ 5,932.15
Material de Aseo	\$ 2,068.56	\$ 2,174.27	\$ 2,285.37	\$ 2,402.16
Mantenimiento	\$ 103.53	\$ 108.82	\$ 114.38	\$ 120.23
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>\$ 35,303.34</b>	<b>\$ 36,467.45</b>	<b>\$ 37,691.04</b>	<b>\$ 38,977.16</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>				
<b>Gastos de Administración</b>				
Remuneraciones	\$ 24,405.75	\$ 25,652.88	\$ 26,963.74	\$ 28,341.59
Suministros de Oficina	\$ 1,407.00	\$ 1,478.90	\$ 1,554.47	\$ 1,633.91
Servicio Telefónico	\$ 85.14	\$ 89.49	\$ 94.06	\$ 98.87
Servicio de Internet	\$ 252.26	\$ 265.15	\$ 278.70	\$ 292.95
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45
Depreciación Equipos de Computación	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02
<b>Total Costos de Operación</b>	<b>\$ 27,002.86</b>	<b>\$ 28,339.13</b>	<b>\$ 29,743.69</b>	<b>\$ 31,220.02</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>				
Gastos de Publicidad	\$ 655.89	\$ 689.40	\$ 724.63	\$ 761.66
<b>Total Gastos de Venta</b>	<b>\$ 655.89</b>	<b>\$ 689.40</b>	<b>\$ 724.63</b>	<b>\$ 761.66</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
Intereses	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>
<b>OTROS GASTOS</b>				
Amortización del Activo Diferido	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50
Amortización del Crédito	\$ 20,516.57	\$ 18,236.95	\$ 15,957.33	\$ 13,677.71
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>\$ 20,797.07</b>	<b>\$ 18,517.45</b>	<b>\$ 16,237.83</b>	<b>\$ 13,958.21</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>\$ 106,555.35</b>	<b>\$ 106,809.62</b>	<b>\$ 107,193.38</b>	<b>\$ 107,713.24</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos  
 Elaboración: Los Autores.

CUADRO N° 55

**Costos Totales del Servicio Año 7 – Año 10**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>
Mano de Obra Directa	\$ 18,920.03	\$ 19,886.85	\$ 20,903.06	\$ 21,971.21	\$ 23,093.94
Carga Fabril	\$ 6,235.29	\$ 6,553.91	\$ 6,888.81	\$ 7,240.83	\$ 7,610.84
Material de Aseo	\$ 2,524.91	\$ 2,653.93	\$ 2,789.54	\$ 2,932.09	\$ 3,081.92
Mantenimiento	\$ 126.37	\$ 132.83	\$ 139.62	\$ 146.75	\$ 154.25
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40
Deprec Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>\$ 40,329.00</b>	<b>\$ 41,749.92</b>	<b>\$ 43,243.44</b>	<b>\$ 44,813.29</b>	<b>\$ 46,463.35</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos de Administración</b>					
Remuneraciones	\$ 29,789.85	\$ 31,312.11	\$ 32,912.16	\$ 34,593.97	\$ 36,361.72
Suministros de Oficina	\$ 1,717.40	\$ 1,805.16	\$ 1,897.40	\$ 1,994.36	\$ 2,096.27
Servicio Telefónico	\$ 103.92	\$ 109.23	\$ 114.81	\$ 120.68	\$ 126.85
Servicio de Internet	\$ 307.92	\$ 323.65	\$ 340.19	\$ 357.57	\$ 375.84
Deprec Muebles y Enseres	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24
Deprec Equipo de Oficina	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45
Deprec Equipos de Cómputo	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02
<b>Total Costos de Operación</b>	<b>\$ 32,771.79</b>	<b>\$ 34,402.85</b>	<b>\$ 36,117.26</b>	<b>\$ 37,919.28</b>	<b>\$ 39,813.38</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Gastos de Publicidad	\$ 800.58	\$ 841.49	\$ 884.49	\$ 929.69	\$ 977.19
<b>Total Gastos de Venta</b>	<b>\$ 800.58</b>	<b>\$ 841.49</b>	<b>\$ 884.49</b>	<b>\$ 929.69</b>	<b>\$ 977.19</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>	<b>\$ 22,796.19</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortiz del Activo Diferido	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50
Amortización del Crédito	\$ 11,398.09	\$ 9,118.48	\$ 6,838.86	\$ 4,559.24	\$ 2,279.62
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>\$ 11,678.59</b>	<b>\$ 9,398.98</b>	<b>\$ 7,119.36</b>	<b>\$ 4,839.74</b>	<b>\$ 2,560.12</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>\$ 108,376.15</b>	<b>\$ 108,347.93</b>	<b>\$ 110,160.74</b>	<b>\$ 111,298.18</b>	<b>\$ 112,610.24</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos  
 Elaboración: Los Autores.

## **g.7.2. Costos Fijos y Variables**

### **Costos Fijos**

Son permanentes, no varían cuando se realice cambios de producción, su valor debe ser mayor a los costos variables.

### **Costos Variables**

Están ligados a la producción de la empresa y su implementación variaría, según la producción, si sube, subirán los costos, y si la producción baja, disminuirán los costos, su valor debe ser menor a los costos fijos.

### **Costos Totales Fijos y Variables**

Para determinar el Costo Total Fijo y Variable del Servicio, es necesario realizar su cálculo considerando los Costos fijos y Costos Variables ya determinados para el **primer año** de trabajo en la empresa, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{CTF, V} = \text{COSTOS FIJOS} + \text{COSTOS VARIABLES}$$

CUADRO N° 56

**Costo Fijos y Variables – Año 1**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Costo Parcial</b>	<b>Costo Total</b>
Mano de Obra Directa	\$ 14,746.93	
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 372.24	
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 180.45	
Depreciación de Equipos de Computo	\$ 300.02	
Remuneraciones	\$ 23,219.24	
Suministros de Oficina	\$ 1,338.60	
Intereses	\$ 22,796.19	
Gastos de Publicidad	\$ 624.00	
Amortización del Activo Diferido	\$ 280.50	
Amortización del Crédito	\$ 22,796.19	
<b>Total Costos Fijos</b>		<b>\$ 99,176.76</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>		
Carga Fabril	\$ 4,860.00	
Material de Aseo	\$ 1,968.00	
Mantenimiento	\$ 98.50	
Servicio Telefónico	\$ 81.00	
Servicio de Internet	\$ 240.00	
<b>Total Costos Variables</b>		<b>\$ 7,247.50</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>		<b>\$ 106,424.26</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos.

Elaboración: Los Autores.

**CTF y V = \$.99.176.76 + \$.7.247.50**

**CTF y V = \$.106.424.26**

CUADRO N° 57

**Costos Fijos y Variables Año 2 – Año 6**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Mano de Obra Directa	\$ 15,500.50	\$ 16,292.58	\$ 17,125.13	\$ 18,000.22
Depreciación de Construcción	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24
Depreciación Equipos de Oficina	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45
Depreciación Equipos de Cómputo	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02
Remuneraciones	\$ 24,405.75	\$ 25,652.88	\$ 26,963.74	\$ 28,341.59
Suministros De Oficina	\$ 1,407.00	\$ 1,478.90	\$ 1,554.47	\$ 1,633.91
Intereses	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19
Gastos de Publicidad	\$ 655.89	\$ 689.40	\$ 724.63	\$ 761.66
Amortización del Activo Diferido	\$280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50
Amortización del Crédito	\$20,516.57	\$ 18,236.95	\$ 15,957.33	\$ 13,677.71
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$98,937.50</b>	<b>\$ 98,802.50</b>	<b>\$ 98,777.10</b>	<b>\$ 98,866.88</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>				
Carga Fabril	\$ 5,108.35	\$ 5,369.38	\$ 5,643.76	\$ 5,932.15
Material de Aseo	\$ 2,068.56	\$ 2,174.27	\$ 2,285.37	\$ 2,402.16
Mantenimiento	\$ 103.53	\$ 108.82	\$ 114.38	\$ 120.23
Servicio Telefónico	\$ 85.14	\$ 89.49	\$ 94.06	\$ 98.87
Servicio de Internet	\$ 252.26	\$ 265.15	\$ 278.70	\$ 292.95
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$ 7,617.85</b>	<b>\$ 8,007.12</b>	<b>\$ 8,416.28</b>	<b>\$ 8,846.36</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>\$ 106,555.35</b>	<b>\$ 106,809.62</b>	<b>\$ 107,193.38</b>	<b>\$ 107,713.24</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos

Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 58

**Costos Fijos y Variables Año 7 – Año 10**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>
Mano de Obra Directa	\$ 18,920.03	\$ 19,886.85	\$ 20,903.06	\$ 21,971.21	\$ 23,093.94
Deprec de Construcción	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40	\$ 12,000.40
Deprec Maquinaria y Equipo	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00	\$ 522.00
Deprec de Muebles y Enseres	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24	\$ 372.24
Deprec Equipos de Oficina	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45	\$ 180.45
Deprec Equipos de Computo	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02	\$ 300.02
Remuneraciones	\$ 29,789.85	\$ 31,312.11	\$ 32,912.16	\$ 34,593.97	\$ 36,361.72
Suministros De Oficina	\$ 1,717.40	\$ 1,805.16	\$ 1,897.40	\$ 1,994.36	\$ 2,096.27
Intereses	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19
Gastos De Publicidad	\$ 800.58	\$ 841.49	\$ 884.49	\$ 929.69	\$ 977.19
Amortiz Del Activo Diferido	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50
Amortización Del Crédito	\$ 11,398.09	\$ 9,118.48	\$ 6,838.86	\$ 4,559.24	\$ 2,279.62
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 99,077.74</b>	<b>\$ 99,415.87</b>	<b>\$ 99,887.76</b>	<b>\$ 100,500.25</b>	<b>\$ 101,260.53</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Carga Fabril	\$ 6,235.29	\$ 6,553.91	\$ 6,888.81	\$ 7,240.83	\$ 7,610.84
Material De Aseo	\$ 2,524.91	\$ 2,653.93	\$ 2,789.54	\$ 2,932.09	\$ 3,081.92
Mantenimiento	\$ 126.37	\$ 132.83	\$ 139.62	\$ 146.75	\$ 154.25
Servicio Telefónico	\$ 103.92	\$ 109.23	\$ 114.81	\$ 120.68	\$ 126.85
Servicio de Internet	\$ 307.92	\$ 323.65	\$ 340.19	\$ 357.57	\$ 375.84
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$ 9,298.40</b>	<b>\$ 9,773.55</b>	<b>\$ 10,272.98</b>	<b>\$ 10,797.93</b>	<b>\$ 11,349.70</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>\$ 108,376.15</b>	<b>\$ 109,189.42</b>	<b>\$ 110,160.74</b>	<b>\$ 111,298.18</b>	<b>\$ 112,610.24</b>

Fuente: Cuadros N° 48 – 52 del Estudio de Costos e Ingresos.

Elaboración: Los Autores

### **Costo del Servicio por Persona**

Luego de determinar los costos de producción para el primer año de la empresa, se establecerá el Costo Individual o Costo por Persona para ingresar, el cual está dado para la Capacidad Instalada que es de 78.000 personas al año, el mismo que se enuncia en la siguiente fórmula:

$$CU = \frac{\text{COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN PRIMER AÑO}}{\text{CAPACIDAD INSTALADA}}$$

$$CU = \frac{\$ 106,424.26}{78.000}$$

$$CU = \$ 1.36$$

Aplicada la fórmula el costo unitario es de \$.1.36 dólares.

### **g.7.3. Ingresos**

#### **Establecimiento de Precios**

Para establecer el precio de ingreso al balneario y el ingreso a piscinas al costo unitario de \$.1.36 dólares, se incrementará un 46.66% de Margen de Utilidad, obteniendo un valor de \$.2.00 dólares. Deducido en la siguiente fórmula:

$$PVP = CU + MU$$

$$PVP = 1.36 + 46.66\%$$

$$PVP = 1.36 + 0.64$$

$$\mathbf{PVP = 2.00}$$

Obtenido el PVP de \$.2.00 dólares se establece como precio de Ingreso al Balneario, y a Piscinas por persona.



## Ingreso al Balneario y Piscinas

El Precio de Ingreso al Balneario y Piscinas por persona, es de \$.2.00 dólares, y conforme a la capacidad instalada diaria determinada de 300 personas, se obtiene un ingreso anual de \$.156.000.00 dólares.

CUADRO N° 59

### Ingresos del Servicio

Descripción	Costo del Servicio	Ingreso Diario	Ingreso Semanal	Ingreso Anual
Ingreso balneario y piscinas	\$ 2.00	300	\$ 3,000.00	\$ 156,000.00
<b>Total</b>				<b>\$ 156,000.00</b>

Fuente: Estudio Técnico – Capacidad Instalada pág. 94.  
Elaboración: Los Autores

## Otros Ingresos

Asimismo para obtener **Otros Ingresos** con el servicio de Balneario se han establecido Locales comerciales de alquiler y arriendo, obteniendo un ingreso de \$.3.400.00 en el año.

CUADRO N° 60

### Alquiler y Arriendo de Locales

Arriendos	Locales	Cantidad Anual	Costo	Ingreso Anual
Alquiler del Salón Social	1	5	\$ 200.00	\$ 1,000.00
Alquiler Bar Restaurante	1	12	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Alquiler de Tiendas	2	12	\$ 100.00	\$ 1,200.00
<b>Total</b>				<b>\$ 3,400.00</b>

Elaboración: Los Autores.

Obtenidos los **Ingresos del Servicio** del balneario, y conjuntamente con **Otros Ingresos** se establece el **Ingreso Total de Servicio, Alquiler y Arriendo de Locales** donde la empresa recaudaría

\$.159.400.00 dólares en el primer año de actividades recreativas y comerciales.

#### CUADRO N° 61

##### Ingresos del Servicio, Alquiler y Arriendo

Descripción	Ingresos
Ingreso de Servicio	\$ 156,000.00
Alquiler de Locales	\$ 3,400.00
<b>Total</b>	<b>\$ 159,400.00</b>

Fuente: Ingreso de Servicios Cuadro N° 59, y Arriendo Alquiler de Locales Comerciales Cuadro N° 60.

Elaboración: Los Autores.

##### Ingresos Proyectados a los Años de Vida Útil

Obtenido el Ingreso determinado para el primer año de trabajo de la empresas de \$.159.400.00 dólares, permitirá elaborar los nuevos Ingresos para los nueve años de vida útil del proyecto incrementadas a una tasa de inflación del 5.11% anual.

#### CUADRO N° 62

##### Ingresos Proyectados 2013 – 2022

Años	Ingreso Anual + Inflación 5.11%
<b>2013</b>	\$ 159,400.00
<b>2014</b>	\$ 167,545.34
<b>2015</b>	\$ 176,106.91
<b>2016</b>	\$ 185,105.97
<b>2017</b>	\$ 194,564.88
<b>2018</b>	\$ 204,507.15
<b>2019</b>	\$ 214,957.47
<b>2020</b>	\$ 225,941.79
<b>2021</b>	\$ 237,487.42
<b>2022</b>	\$ 249,623.03

Fuente: ingresos del Servicio, Alquiler y Arriendo de Locales Comerciales Cuadro N° 61.

Elaboración: Los Autores.

## Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio permite conocer el balance entre costos e ingresos, en el cual no se deben producir ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio puede ser calculado de forma matemática y gráfica, para ello hay que obtener los datos de los Costos fijos, Costos Variables y la Ventas Totales de cada año a producir.

### Punto de Equilibrio Primer Año

#### En forma Matemática: En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) \times 100$$

$$PE_{CI} = (0.6518247) \times 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.176,76}{159.400,00 - 7.247,50} \right) \times 100$$

$$PE_x = 65,18\%$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.176,76}{152.152,50} \right) \times 100$$

#### Punto de Equilibrio en función de las Ventas

$$PE_V = \left( \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} \right)$$

$$PE_V = \frac{99.176,76}{0.9545327}$$

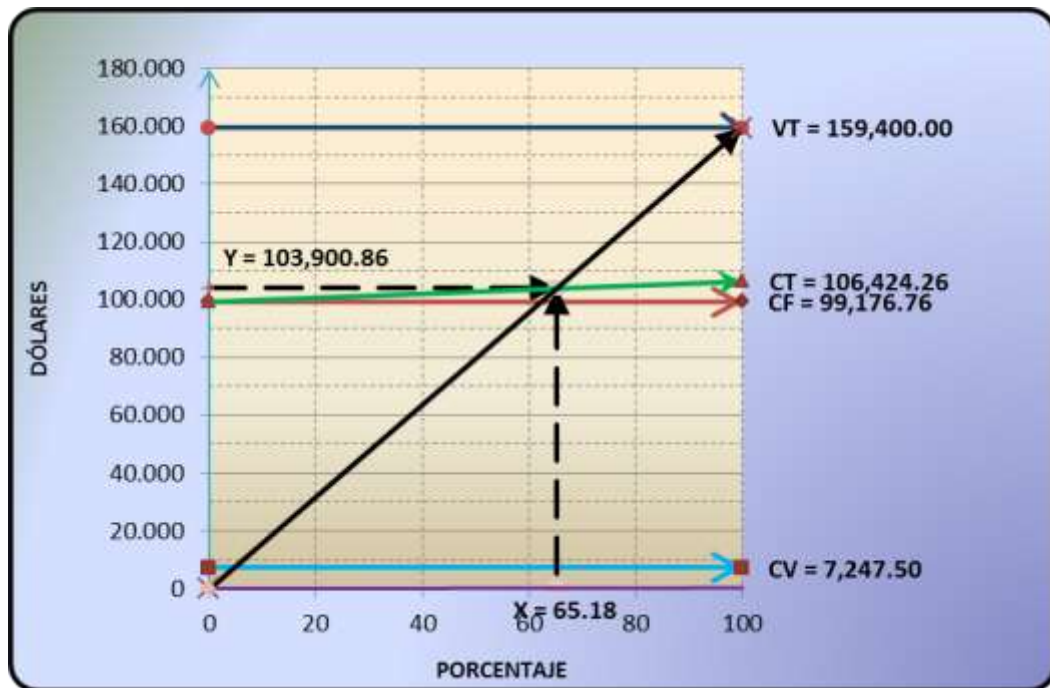
$$PE_V = \frac{99.176,76}{1 - \frac{7.247,50}{159.400,00}}$$

$$PE_y = 103.900,85$$

En forma Gráfica

**Punto de Equilibrio Primer Año**

En función de la Capacidad Instalada y en Función de las Ventas



Elaboración: Los Autores

**Punto de Equilibrio Tercer Año**

En forma Matemática: En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) \times 100 \qquad PE_{CI} = (0.5877609) \times 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{98.802,50}{176.106,91 - 8.007,12} \right) \times 100 \qquad PE_X = 58,78\%$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{98.802,50}{168.099,79} \right) \times 100$$

**Punto de Equilibrio en función de las Ventas**

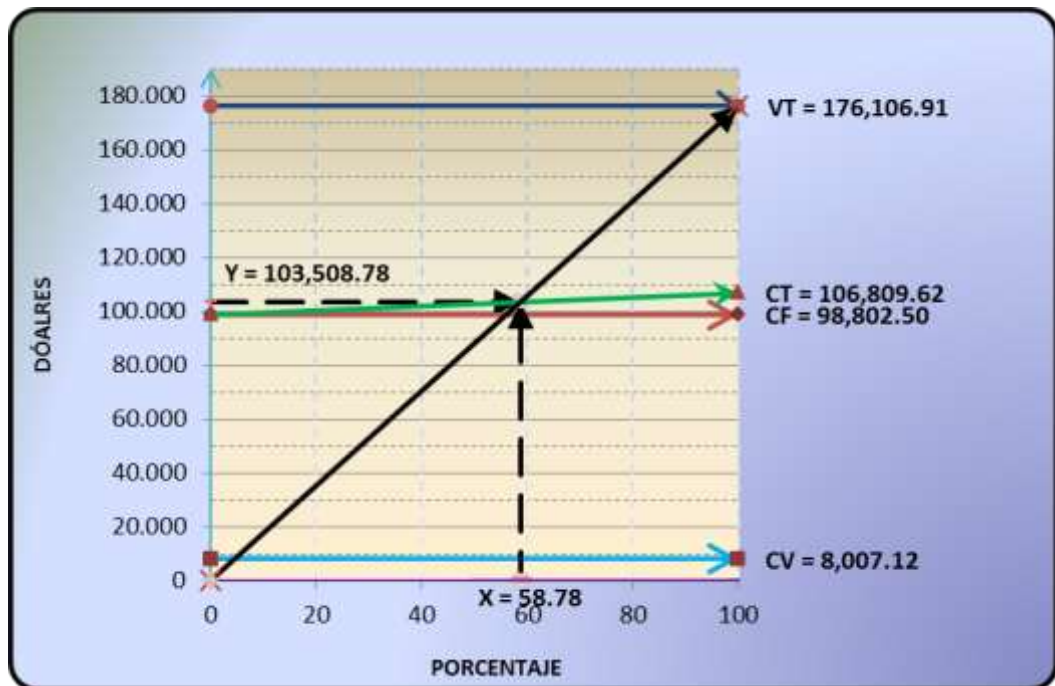
$$PE_V = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} \qquad PE_V = \frac{98.802,50}{0.9545327}$$

$$PE_V = \frac{98.802,50}{1 - \frac{8.007,12}{176.106,91}} \qquad PE_V = 103.508,76$$

En forma Gráfica

### Punto de Equilibrio Tercer Año

En función de la Capacidad Instalada y en función de las Ventas



Elaboración: Los Autores

### Punto de Equilibrio Sexto Año

En forma Matemática: En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) \times 100 \quad PE_{CI} = (0.5075476) \times 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.077,74}{204.507,15 - 9.298,40} \right) \times 100 \quad PE_x = 50,76\%$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.077,74}{195.208,75} \right) \times 100$$

Punto de Equilibrio en función de las Ventas

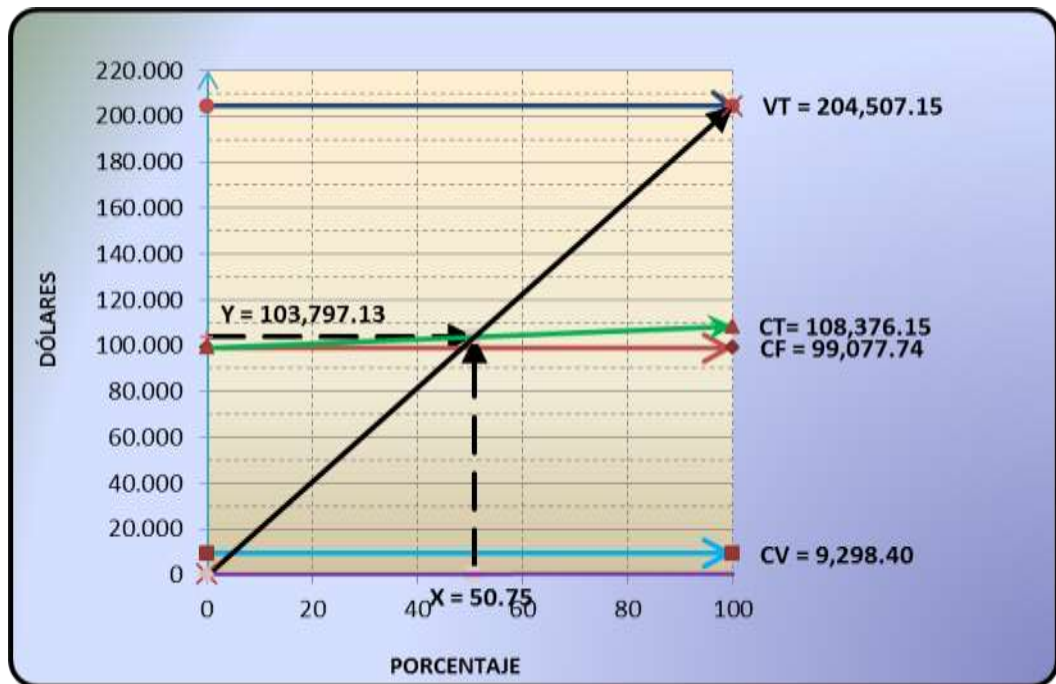
$$PE_v = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} \quad PE_v = \frac{99.077,74}{0.9545327}$$

$$PE_v = \frac{99.077,74}{1 - \frac{9.298,40}{204.507,15}} \quad PE_v = 103.797,11$$

**En forma Gráfica**

**Punto de Equilibrio Sexto Año**

**En función de la Capacidad Instalada y en función de las Ventas**



Elaboración: Los Autores

**Punto de Equilibrio Octavo Año**

**En forma Matemática: En función de la Capacidad Instalada**

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) \times 100 \qquad PE_{CI} = (0.4631534) \times 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.887,76}{225.941,79 - 10.272,98} \right) \times 100 \qquad PE_X = 46,31\%$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{99.887,76}{215.668,81} \right) \times 100$$

**Punto de Equilibrio en función de las Ventas**

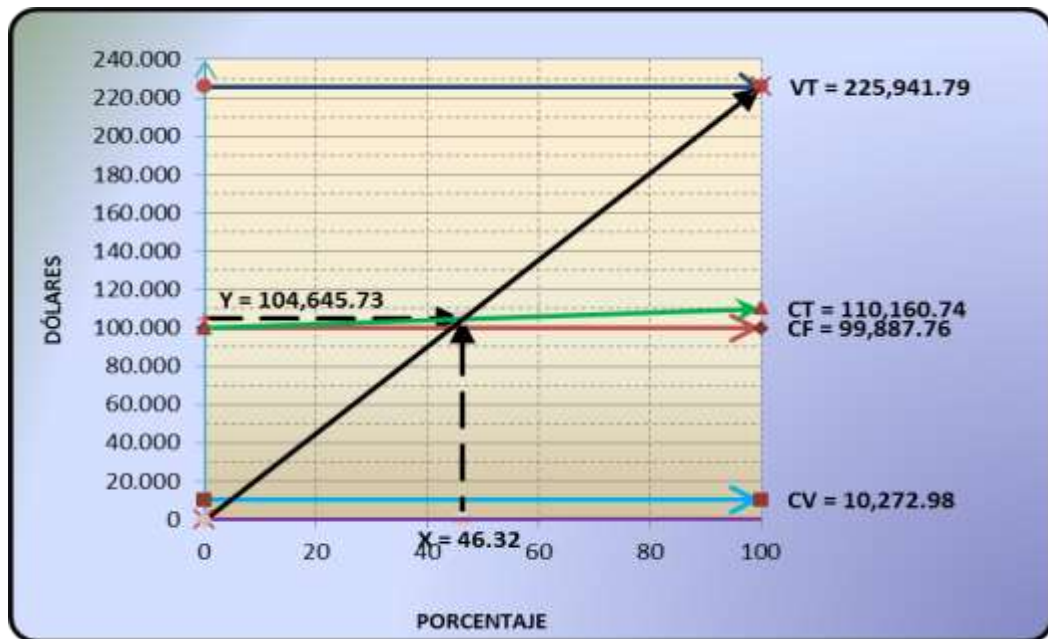
$$PE_V = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} \qquad PE_V = \frac{99.887,76}{0.9545327}$$

$$PE_V = \frac{99.887,76}{1 - \frac{10.272,98}{225.941,79}} \qquad PE_y = 104.645.71$$

En forma Gráfica

### Punto de Equilibrio Año 8

En función de la Capacidad Instalada y en función de las Ventas



Elaboración: Los Autores

### Punto de Equilibrio Décimo Año

En forma Matemática: En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \right) \times 100$$

$$PE_{CI} = (0.4249763) \times 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{101.260,53}{249.623,03 - 11.349,70} \right) \times 100$$

$$PE_X = 42,50\%$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{101.260,53}{238.273,33} \right) \times 100$$

Punto de Equilibrio en función de las Ventas

$$PE_V = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE_V = \frac{101.260,53}{0.9545327}$$

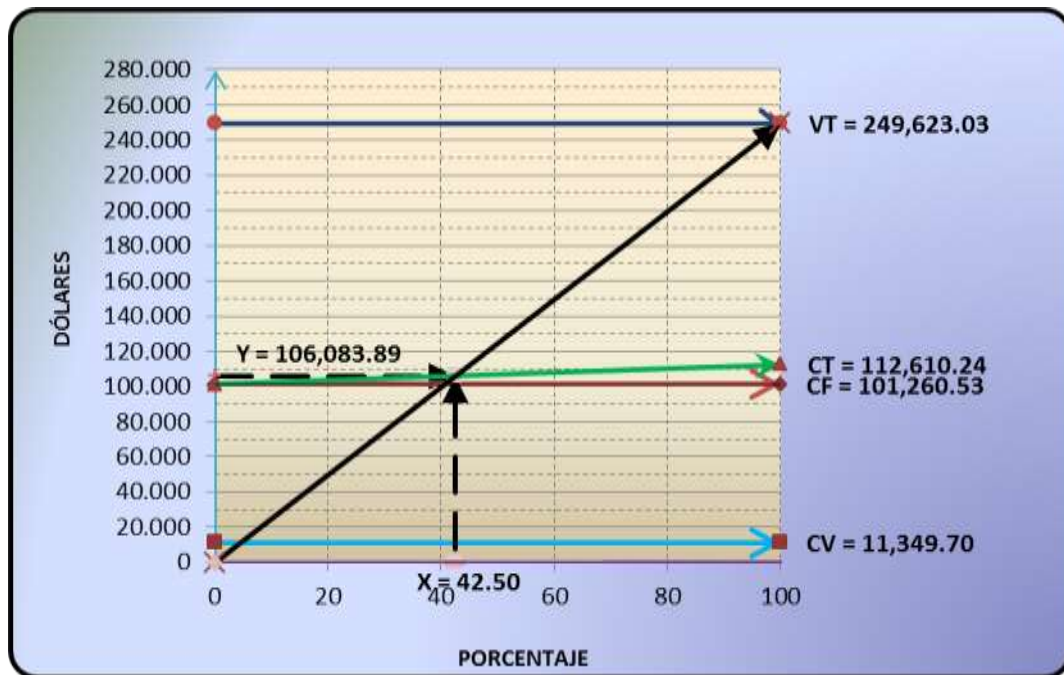
$$PE_V = \frac{101.260,53}{1 - \frac{11.349,70}{249.623,03}}$$

$$PE_V = 106.083,87$$

En forma Gráfica

### Punto de Equilibrio Año 10

En función de la Capacidad Instalada y en función de las Ventas



Elaboración: Los Autores



## **g.8. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Permite medir la factibilidad o rentabilidad de un proyecto a través de métodos de evaluación como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, relación Beneficio, Costo, Período de Recuperación del capital y Análisis de Sensibilidad.

### **Estado de Pérdidas y Ganancias**

El Estado de Pérdidas y Ganancias es también llamado Estado de Resultados, nos demuestra las utilidades o pérdidas que se han generado durante un período económico y cómo se han producido, cuyos resultados sirven para obtener a través de su análisis, conclusiones que permiten esclarecer de qué manera se estaría desarrollando la empresa en un futuro.

CUADRO N° 63

Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos Venta	\$ 159,400.00	\$ 167,545.34	\$ 176,106.91	\$ 185,105.97	\$ 194,564.88	\$ 204,507.15	\$ 214,957.47	\$ 225,941.79	\$ 237,487.42	\$ 249,623.03
( - ) Costos Totales	\$ 106,424.26	\$ 106,555.35	\$ 106,809.62	\$ 107,193.38	\$ 107,713.24	\$ 108,376.15	\$ 109,189.42	\$ 110,160.74	\$ 111,298.18	\$ 112,610.24
( - ) Reinver Equipo de Computación	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,350.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,350.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(=) Utilidad de Ventas	\$ 52,975.74	\$ 60,989.99	\$ 69,297.28	\$ 76,562.59	\$ 86,851.65	\$ 96,131.00	\$ 104,418.05	\$ 115,781.05	\$ 126,189.24	\$ 137,012.79
( - ) 15% Trabajadores	\$ 7,946.36	\$ 9,148.50	\$ 10,394.59	\$ 11,484.39	\$ 13,027.75	\$ 14,419.65	\$ 15,662.71	\$ 17,367.16	\$ 18,928.39	\$ 20,551.92
(=) Utilidad Antes Del Impuesto	\$ 45,029.38	\$ 51,841.49	\$ 58,902.69	\$ 65,078.20	\$ 73,823.90	\$ 81,711.35	\$ 88,755.34	\$ 98,413.89	\$ 107,260.85	\$ 116,460.87
( - ) 25% Impuesto a la Renta	\$ 11,257.35	\$ 12,960.37	\$ 14,725.67	\$ 16,269.55	\$ 18,455.98	\$ 20,427.84	\$ 22,188.83	\$ 24,603.47	\$ 26,815.21	\$ 29,115.22
(=) Utilidad Líquida	\$ 33,772.04	\$ 38,881.12	\$ 44,177.02	\$ 48,808.65	\$ 55,367.93	\$ 61,283.51	\$ 66,566.50	\$ 73,810.42	\$ 80,445.64	\$ 87,345.65

Fuente: Costos Totales del Servicio Cuadros 53 – 55; Ingresos Proyectados Cuadro N° 62.

Elaboración: Los Autores.

## **Flujo de Caja**

El flujo de caja se determina de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada año.

Los ingresos están representados por las ventas del servicio, mientras que los egresos son los costos totales excepto depreciaciones y amortizaciones de los activos diferidos, el reparto de utilidades, impuestos y reservas.

CUADRO N° 64

Flujo de Caja

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos</b>										
Ventas	\$ 159,400.00	\$ 167,545.34	\$ 176,106.91	\$ 185,105.97	\$ 194,564.88	\$ 204,507.15	\$ 214,957.47	\$ 225,941.79	\$ 237,487.42	\$ 249,623.03
Valor de Rescate	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 2,543.97
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$ 159,400.00</b>	<b>\$ 167,545.34</b>	<b>\$ 176,106.91</b>	<b>\$ 185,105.97</b>	<b>\$ 194,564.88</b>	<b>\$ 204,507.15</b>	<b>\$ 214,957.47</b>	<b>\$ 225,941.79</b>	<b>\$ 237,487.42</b>	<b>\$ 252,166.99</b>
<b>Egresos</b>										
Costos de Producción	\$ 21,392.93	\$ 22,500.44	\$ 23,664.55	\$ 24,888.14	\$ 26,174.26	\$ 27,526.10	\$ 28,947.02	\$ 30,440.54	\$ 32,010.39	\$ 33,660.45
Gastos de Administración	\$ 24,878.84	\$ 26,522.39	\$ 27,858.67	\$ 29,263.22	\$ 30,739.55	\$ 32,291.32	\$ 33,922.39	\$ 35,636.80	\$ 37,438.82	\$ 39,332.92
Gastos de Ventas	\$ 624.00	\$ 655.89	\$ 689.40	\$ 724.63	\$ 761.66	\$ 800.58	\$ 841.49	\$ 884.49	\$ 929.69	\$ 977.19
Reinver Equipo de Cómputo	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,350.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,350.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Gastos Financieros</b>										
Interés	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19	\$ 22,796.19
Utilidad A Trabajadores	\$ 7,946.36	\$ 9,148.50	\$ 10,394.59	\$ 11,484.39	\$ 13,027.75	\$ 14,419.65	\$ 15,662.71	\$ 17,367.16	\$ 18,928.39	\$ 20,551.92
25% Impuesto a la Renta	\$ 11,257.35	\$ 12,960.37	\$ 14,725.67	\$ 16,269.55	\$ 18,455.98	\$ 20,427.84	\$ 22,188.83	\$ 24,603.47	\$ 26,815.21	\$ 29,115.22
(-) Amortización del Crédito	\$ 22,796.19	\$ 20,516.57	\$ 18,236.95	\$ 15,957.33	\$ 13,677.71	\$ 11,398.09	\$ 9,118.48	\$ 6,838.86	\$ 4,559.24	\$ 2,279.62
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 88,895.67</b>	<b>\$ 94,583.78</b>	<b>\$ 100,129.07</b>	<b>\$ 106,776.12</b>	<b>\$ 111,955.38</b>	<b>\$ 118,261.68</b>	<b>\$ 125,708.62</b>	<b>\$ 131,728.65</b>	<b>\$ 138,918.68</b>	<b>\$ 146,433.89</b>
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$ 70,504.33</b>	<b>\$ 72,961.56</b>	<b>\$ 75,977.83</b>	<b>\$ 78,329.85</b>	<b>\$ 82,609.50</b>	<b>\$ 86,245.47</b>	<b>\$ 89,248.84</b>	<b>\$ 94,213.14</b>	<b>\$ 98,568.74</b>	<b>\$ 105,733.10</b>
(+) Depreciación Activo Fijo	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01	\$ 14,726.01
(+) Amortiz Activo Diferido	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50	\$ 280.50
<b>Balance Flujo de Caja</b>	<b>\$ 85,510.84</b>	<b>\$ 87,968.07</b>	<b>\$ 90,984.34</b>	<b>\$ 93,336.36</b>	<b>\$ 97,616.01</b>	<b>\$ 101,251.98</b>	<b>\$ 104,255.35</b>	<b>\$ 109,219.65</b>	<b>\$ 113,575.25</b>	<b>\$ 120,739.61</b>

Fuente: Costos Totales del Servicio Cuadros 53 – 55; Ingresos Proyectados Cuadro N° 62. Elaboración: Los Autores.

## **Valor Actual Neto (Van)**

Permite medir la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

1. Si el VAN es mayor a cero, mostrará el monto que se ganará en el proyecto después de haber recuperado la inversión.
2. Si el VAN es igual a cero, muestra exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido.
3. Y si el VAN es menor, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión generados a través de la vida útil del proyecto.

CUADRO N° 65

**Valor Actual Neto 10%**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 10%</b>	<b>Valor Actualizado</b>
1	\$ 70,504.33	0.90909	\$ 64,094.84
2	\$ 72,961.56	0.82645	\$ 60,298.81
3	\$ 75,977.83	0.75131	\$ 57,083.27
4	\$ 78,329.85	0.68301	\$ 53,500.34
5	\$ 82,609.50	0.62092	\$ 51,294.00
6	\$ 86,245.47	0.56447	\$ 48,683.32
7	\$ 89,248.84	0.51316	\$ 45,798.77
8	\$ 94,213.14	0.46651	\$ 43,951.13
9	\$ 98,568.74	0.42410	\$ 41,802.77
10	\$ 105,733.10	0.38554	\$ 40,764.69
<b>Total</b>	<b>\$ 854,392.37</b>		<b>\$ 507,271.94</b>

Fuente: Flujo de caja Cuadro N° 64.  
Elaboración: Los Autores

Para obtener el VAN del proyecto hay que determinar el factor de actualización por cada año de vida útil, con la aplicación de la fórmula:

$$\text{Factor de Actualización} = 1 / (1+i)^n \text{ de años de vida útil del proyecto}$$

$$\text{Factor de Actualización} = 1 / (1+0.1)^1$$

$$\text{Factor de Actualización} = 0.90909 \text{ primer año}$$

Luego de obtener el valor del factor de Actualización se aplica la siguiente fórmula para determinar la sumatoria de flujo neto y con ello obtener el VAN del proyecto:

**VAN = Sumatoria de Flujo – Inversión del Proyecto**

**VAN = \$ 507.271,94 – \$ 284,952.36**

**VAN = \$.222.319.58 – El Proyecto es aceptado**

### **Tasa Interna de Retorno**

Se define la TIR como el descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión. Los criterios para la adopción y decisión son las siguientes:

1. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital se acepta el proyecto.
2. Si la TIR es igual que la tasa del costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto.
3. Si la TIR es menor que la tasa del costo del capital se rechaza el proyecto.

Realizado los cálculos, la Tasa Interna de Retorno del proyecto es **24.78%**.

CUADRO N° 66

**Tir del Proyecto**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 24.77%</b>	<b>Van Menor</b>	<b>Factor de Actualización 24.78%</b>	<b>Van Mayor</b>
<b>Inversión</b>	<b>\$ 284,952.36</b>				
1	\$ 70,504.33	0.801475	\$ 56,507.44	0.801410	\$ 56,502.91
2	\$ 72,961.56	0.642362	\$ 46,867.71	0.642259	\$ 46,860.20
3	\$ 75,977.83	0.514837	\$ 39,116.18	0.514713	\$ 39,106.77
4	\$ 78,329.85	0.412629	\$ 32,321.13	0.412496	\$ 32,310.77
5	\$ 82,609.50	0.330711	\$ 27,319.90	0.330579	\$ 27,308.96
6	\$ 86,245.47	0.265057	\$ 22,859.95	0.264929	\$ 22,848.96
7	\$ 89,248.84	0.212436	\$ 18,959.70	0.212317	\$ 18,949.06
8	\$ 94,213.14	0.170262	\$ 16,040.95	0.170153	\$ 16,030.67
9	\$ 98,568.74	0.136461	\$ 13,450.78	0.136363	\$ 13,441.09
10	\$ 105,733.10	0.109370	\$ 11,564.03	0.109282	\$ 11,554.77
<b>Total</b>	<b>\$ 854,392.37</b>		<b>\$ 285,007.77</b>		<b>\$ 284,914.15</b>
			<b>\$ 55.41</b>		<b>-\$ 38.21</b>

Fuente: Flujo de Caja Cuadro N° 64  
Elaboración: Los Autores

**Fórmula Tir:**

**TIR = Tasa Menor + Dif, De Tasas (Van Menor / Van Menor - Van Mayor)**

**TIR = 24,77% + 0,01% (55.41 / 55.41 - (-38.21))**

**TIR = 24,77% + 0,01% (55.41 / 93.62)**

**TIR = 24,77% + 0,01% (0,5918607)**

**TIR = 24,77% + 0,005918**

**TIR = 24,78%**



## Relación Beneficio – Costo (R=B/C)

Es utilizado fundamentalmente en los proyectos que cubren circunstancias de carácter social, es decir de beneficio a la colectividad, también es usado en los proyectos de inversión para tener otro elemento de decisión para invertir.

Se obtiene dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto y quiere decir que por cada dólar que adeuda la empresa, tiene 79 centavos de ahorro.

CUADRO N° 67

### Relación Beneficio Costo

Años	Costo Original	Factor Actual 10%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor Actual 10%	Ingreso Actualizado
1	\$ 106,424.26	0.909091	\$ 96,749.33	\$ 159,400.00	0.909091	\$ 144,909.09
2	\$ 106,555.35	0.826446	\$ 88,062.27	\$ 167,545.34	0.826446	\$ 138,467.22
3	\$ 106,809.62	0.751315	\$ 80,247.65	\$ 176,106.91	0.751315	\$ 132,311.73
4	\$ 107,193.38	0.683013	\$ 73,214.52	\$ 185,105.97	0.683013	\$ 126,429.87
5	\$ 107,713.24	0.620921	\$ 66,881.45	\$ 194,564.88	0.620921	\$ 120,809.49
6	\$ 108,376.15	0.564474	\$ 61,175.51	\$ 204,507.15	0.564474	\$ 115,438.95
7	\$ 109,189.42	0.513158	\$ 56,031.44	\$ 214,957.47	0.513158	\$ 110,307.17
8	\$ 110,160.74	0.466507	\$ 51,390.80	\$ 225,941.79	0.466507	\$ 105,403.51
9	\$ 111,298.18	0.424098	\$ 47,201.29	\$ 237,487.42	0.424098	\$ 100,717.85
10	\$ 112,610.24	0.385543	\$ 43,416.12	\$ 249,623.03	0.385543	\$ 96,240.48
<b>Total</b>			<b>\$ 664,370.37</b>			<b>\$ 1,191,035.36</b>

Fuente: Flujo de Caja Cuadro N° 62.

Elaboración: Los Autores

**RB/C = INGRESOS ACTUALIZADOS / COSTOS ACTUALIZADOS**

**RB/C = \$1.191.035,36 / \$664.370,37**

**RB/C = \$1,79**

## Período de Recuperación del Capital

Permite conocer el tiempo en que se recuperará la inversión inicial, para calcular se utiliza los valores obtenidos del flujo de caja y el monto de inversión.

CUADRO N° 68

### Período de Recuperación del Capital

Años 2012	Inversión Inicial \$ 284,952.36	Flujo Neto	Flujo Acumulado
1		\$ 70,504.33	\$ 70,504.33
2		\$ 72,961.56	\$ 143,465.88
3		\$ 75,977.83	\$ 219,443.72
4		\$ 78,329.85	\$ 297,773.57
5		\$ 82,609.50	\$ 380,383.07
6		\$ 86,245.47	\$ 466,628.54
7		\$ 89,248.84	\$ 555,877.39
8		\$ 94,213.14	\$ 650,090.53
9		\$ 98,568.74	\$ 748,659.27
10		\$ 105,733.10	\$ 854,392.37
<b>Total</b>		\$ 854,392.37	

Fuente: Flujo de Caja Cuadro N° 64.

Elaboración: Los Autores.

**PRC = Años que Supera la Inversión + (Inversión Inicial – Flujo Acumulado que Supera la Inversión / Sumatoria de Flujos Netos)**

$$\text{PRC} = 4 + (284.952,36 - 297.773,57 / 854.392,37)$$

$$\text{PRC} = 4 + (-12.821,21 / 854.392,37)$$

$$\text{PRC} = 4 + (-0.0150062)$$

$$\text{PRC} = 3.8883$$

Aplicada la fórmula del Período de Recuperación de Capital se determina que la inversión se recuperará en 3 años, 10 meses ( $0.8883 \times 12$ ), y 20 días ( $0.6596 \times 30$ ).

CUADRO N° 69

**Cálculo Período Recuperación de Capital**

Años	Meses	Días
3	10	20

Fuente: Fórmula de Período Recuperación de Capital pág. 171.  
Elaboración: Los Autores.

**Análisis de Sensibilidad**

El Análisis de Sensibilidad, permite determinar los porcentajes que el proyecto puede soportar de Incremento en los Costos y Disminución en los Ingresos, teniendo en cuenta los siguientes casos.

1. Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible.
2. Si el coeficiente es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
3. Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible.

Realizado los cálculos del Análisis de Sensibilidad se obtiene.

1. Un Incremento del **11.29%** en los costos con un coeficiente de sensibilidad de **0.99**, menor a la unidad y significa que el proyecto no es sensible ante el aumento en los costos

2. Una Disminución del **6.48%** en los ingresos con un coeficiente de sensibilidad de **0.99**, menor a la unidad y significa según los criterios de decisión que el proyecto no es sensible ante este incremento o cambio.

CUADRO N° 70

Incremento en los Costos

Años	Costo Total Original	Nuevos Costo + Incremento 11.29%	Ingreso Original	Nuevo Flujo Neto	Factor de Actualización 19.89%	Valor Actual Neto Menor	Factor de Actualización 19.90%	Valor Actual Neto Mayor
1	\$ 106,424.26	\$ 118,443.28	\$ 159,400.00	\$ 40,956.72	0.834098	\$ 34,161.91	0.834028	\$ 34,159.06
2	\$ 106,555.35	\$ 118,589.17	\$ 167,545.34	\$ 48,956.17	0.695719	\$ 34,059.75	0.695603	\$ 34,054.07
3	\$ 106,809.62	\$ 118,872.17	\$ 176,106.91	\$ 57,234.74	0.580298	\$ 33,213.21	0.580153	\$ 33,204.90
4	\$ 107,193.38	\$ 119,299.27	\$ 185,105.97	\$ 65,806.70	0.484025	\$ 31,852.12	0.483864	\$ 31,841.49
5	\$ 107,713.24	\$ 119,877.83	\$ 194,564.88	\$ 74,687.05	0.403725	\$ 30,153.00	0.403556	\$ 30,140.43
6	\$ 108,376.15	\$ 120,615.61	\$ 204,507.15	\$ 83,891.54	0.336746	\$ 28,250.13	0.336577	\$ 28,235.99
7	\$ 109,189.42	\$ 121,520.73	\$ 214,957.47	\$ 93,436.74	0.280879	\$ 26,244.42	0.280715	\$ 26,229.10
8	\$ 110,160.74	\$ 122,601.74	\$ 225,941.79	\$ 103,340.05	0.234281	\$ 24,210.57	0.234124	\$ 24,194.42
9	\$ 111,298.18	\$ 123,867.64	\$ 237,487.42	\$ 113,619.77	0.195413	\$ 22,202.78	0.195266	\$ 22,186.12
10	\$ 112,610.24	\$ 125,327.87	\$ 252,166.99	\$ 126,839.12	0.162994	\$ 20,673.96	0.162858	\$ 20,656.72
						<b>\$ 285,021.84</b>		<b>\$ 284,902.30</b>
<b>Total</b>						<b>\$ 69.48</b>		<b>-\$ 50.05</b>

Fuente: Costos Totales de Producción Cuadros N° 53 – 55; Ingresos Cuadro N° 62.

Elaboración: Los Autores.

**NTIR = Tasa menor + Dif, de Tasas (van menor / van menor - van mayor)**

NTIR = 19.89% + 0.01% (69.48 / 69.48 - (-50.05))

NTIR = 19.89% + 0.01% ( 69.48/ 119.53)

NTIR = 19.89% + 0.01% (0.58)

NTIR = 19.89% + 0.0058

**NTIR = 19.90%**

**Diferencia de Tir** = Tir del Proyecto - Nueva Tir  
= 24.78% - 19.89%  
**= 4.88%**

**Porcentaje de Variación** = Diferencia de Tir / Tir Del Proyecto  
= 4.88% / 24.78%  
**= 19.70%**

**Coefficiente de Sensibilidad** = Porcentaje de Variación / Nueva Tir  
= 19.70% / 19.90%  
**= 0.990006027673044**

CUADRO N° 71

Disminución en los Ingresos

Años	Costo Total Original	Ingreso Original	Ingreso Original - Disminución -6.48%	Nuevo Flujo Neto	Factor de Actualización 19.89%	Valor Actual Neto Menor	Factor de Actualización 19.90%	Valor Actual Neto Mayor
1	\$ 106,424.26	\$ 159,400.00	149063.88	42639.62	0.834098	\$ 35,565.62	0.834028	\$ 35,562.66
2	\$ 106,555.35	\$ 167,545.34	156681.05	50125.70	0.695719	\$ 34,873.42	0.695603	\$ 34,867.60
3	\$ 106,809.62	\$ 176,106.91	164687.45	57877.83	0.580298	\$ 33,586.39	0.580153	\$ 33,577.99
4	\$ 107,193.38	\$ 185,105.97	173102.98	65909.60	0.484025	\$ 31,901.92	0.483864	\$ 31,891.28
5	\$ 107,713.24	\$ 194,564.88	181948.54	74235.30	0.403725	\$ 29,970.62	0.403556	\$ 29,958.12
6	\$ 108,376.15	\$ 204,507.15	191246.11	82869.96	0.336746	\$ 27,906.11	0.336577	\$ 27,892.15
7	\$ 109,189.42	\$ 214,957.47	201018.79	91829.37	0.280879	\$ 25,792.94	0.280715	\$ 25,777.89
8	\$ 110,160.74	\$ 225,941.79	211290.85	101130.11	0.234281	\$ 23,692.82	0.234124	\$ 23,677.02
9	\$ 111,298.18	\$ 237,487.42	222087.81	110789.62	0.195413	\$ 21,649.73	0.195266	\$ 21,633.48
10	\$ 112,610.24	\$ 252,166.99	235815.50	123205.26	0.162994	\$ 20,081.66	0.162858	\$ 20,064.92
						<b>\$ 285,021.23</b>		<b>\$ 284,903.10</b>
<b>Total</b>						<b>\$ 68.88</b>		<b>-\$ 49.25</b>

Fuente: Costos Totales de Producción Cuadros N° 53 – 55; Ingresos Cuadro N° 62.

Elaboración: Los Autores.

**NTIR = Tasa menor + Dif, de Tasas (van menor / van menor - van mayor)**

NTIR = 19.89% + 0.01% (68.88 / 68.88 - (-49.25))

NTIR = 19.89% + 0.01% ( 68.33/ 118.13)

NTIR = 19.89% + 0.01% (0.58)

NTIR = 19.89% + 0.0058

**NTIR = 19.90%**

**Diferencia de Tir** = Tir del Proyecto - Nueva Tir  
= 24.78% - 19.89%  
**= 4.88%**

**Porcentaje de Variación** = Diferencia de Tir / Tir del Proyecto  
= 4.88% / 24.78%  
**= 19.70%**

**Coefficiente de Sensibilidad** = Porcentaje de Variación / Nueva Tir  
= 19.70% / 19.90%  
**= 0.9900014901218**

Con los datos obtenidos se demuestra que el estudio de factibilidad para la Creación de un balneario desarrollado en la Parroquia El Lucero, perteneciente al cantón Calvas, de la provincia de Loja, es Factible.



## **h. CONCLUSIONES**

1. Con la finalización del presente estudio de factibilidad queremos resaltar los aspectos más relevantes en cuanto se refiere a las condiciones ambientales que posee la parroquia “El Lucero”, ya que al poseer un clima seco – tropical, hace propicio fomentar, la potencialización de las actividades sociales, recreacionales y turísticas del sector para que sean un atrayente al turista extranjero en el cual, su población sea el principal beneficiario.
2. Mediante la creación del balneario “SHARY’Z”, en la parroquia El Lucero, no solo se fortalecerá el comercio sino también las habilidades deportivas de sus habitantes en un lugar organizado que garantice seguridad y el buen servicio al cliente.
3. Referente al Estudio de Mercado realizado, se resalta que existe un gran volumen de Demandantes Insatisfechos de 178.450, en cuanto se refiere a un servicio de Balneario organizado inexistente en el sector.
4. El Estudio Técnico determina que la empresa utilizará diagramas de procesos en los servicios de piscinas, bar – restaurante e ingreso al balneario, regulados cada uno conforme al tiempo establecido para atender al cliente.

5. El Estudio Legal indica la razón y objeto social del balneario como Compañía Limitada, el plazo de duración de la empresa de 10 años de vida útil, el domicilio de las instalaciones, y el capital social de \$.284.952.36 que se requiere para implementar el balneario.

6. El Estudio Financiero determina los valores totales en Activos Fijos de \$.278.216.00 dólares, en Activos Diferidos de \$.2.805.00 dólares y en Capital de Trabajo de \$.3.931.36 dando una inversión de \$.284.952.36 dólares.

7. El Estudio de Costos e Ingresos establece que para el primer año el valor del Costo de Producción es de \$.106.424.26 y se establece el precio de Ingreso al balneario de \$.2.00 dólares por persona. Logrando adquirir un ingreso anual de \$.156.000.00 más \$.3.400.00 dólares por concepto de arriendo y de alquiler del año suman \$.159.400.00 dólares, de Ingreso Total Anual.

8. En la Evaluación Financiera se establece un VAN de \$.222.319.58 dólares positivo, una TIR de 24.78% sobre el interés bancario de 10% (BNF), la Relación Beneficio Costo de \$.1.79 dólares que significa que por cada dólar que adeuda la empresa tiene \$0.79 ctvs., de ahorro, la Recuperación de Capital en 3 años, 10 meses, 20 días. Y en el Análisis de Sensibilidad de 11.29% de Incremento en los Costos y 6.48 de Disminución en los Ingresos, menor a la unidad.

## **i. RECOMENDACIONES**

1. Desarrollar y dar seguimiento permanente a las actividades sociales, recreacionales y turísticas del parroquia El Lucero, que se propongan y puedan proveer del recurso económico a su población, fortaleciendo sus mejores ideales de desarrollo para el sector.
2. Realizar un análisis minucioso para conocer las habilidades deportivas más sobresalientes de la población de la parroquia El Lucero y fortificarlas mediante la creación del balneario “SHARY’Z”, que tendrá a disposición del cliente los servicios como piscinas, canchas deportivas, salón social, cabañas, bar – restaurante, parqueadero propio pero como factor principal se caracterizará por brindar una excelente atención.
3. Que al momento de la creación del “SHARY’Z”, se realice la difusión de los servicios a ofertar a través de los medios de comunicación expuestos en el plan de promoción y publicidad, para así posicionar el nombre del balneario en la mente del cliente al momento de buscar un lugar en la provincia de Loja para realizar actividades de esparcimiento recreacional y turístico.
4. Se recomienda realizar un Estudio Organizacional en el cual se pueda representar los organigramas, estructural y de posición, un manual

de funciones que abarque una correcta orientación del personal administrativo y operacional a contratar.

5. Se recomienda elaborar un Estudio Financiero para el establecimiento de precios en cuanto a Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo que se requieran, para determinar resultados favorables para el buen sustento del trabajo de investigación en la determinación de la Evaluación Financiera específicamente en la elaboración de los cuadros de Análisis de Sensibilidad.

6. Finalmente se recomienda la ejecución de este estudio de factibilidad ya que los resultados obtenidos son favorables y viables, porque de alguna manera se busca contribuir con el desarrollo económico, social, cultural y principalmente turístico – empresarial de la parroquia El Lucero y de la provincia de Loja.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía Consultada**

- GOXENS, A y M. A. Enciclopedia Práctica de la empresa. Editorial Océano. Barcelona – España.
- PHILIP KOTLER Y GARY ARMSTRONG, Fundamentos De Marketing. Glosario de términos. Pág. G1 – G8.
- GABRIELA BACA URBINA, Evaluación De Proyectos, pág. 86 – 112.pdf.
- MÓDULO 10. Elaboración de Proyectos de Inversión, pág. 40. Edición 2010.
- ING. MANUEL ENRIQUE PASACA MORA, Manual Para La Elaboración de Proyectos de Graduación a Nivel Superior., págs. 26 – 34.
- Creación y Formalización de la Microempresa Civil.pdf, pág.1 – 4. (tipos de empresas).
- Proyecto de Inversión para la Construcción de una Hostería en la Parroquia San Francisco de las Núñez Provincia de Santa Elena, Ruta del Sol.pdf (VAN, TIR, Y PERÍODO DE RECUPERACIÓN).
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia el Lucero año 2011 – 2016. Pág. 41 – 70 en pdf.
- Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation.

### **Enlaces de Internet Consultadas**

- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>

- <http://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea72s/ch24.htm>
- [www.wikipedia.org.com](http://www.wikipedia.org.com).
- [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/manualesadministrativos/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesadministrativos/default3.asp)
- [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/manualesdenormasyprocedimientos/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesdenormasyprocedimientos/default3.asp)
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definición-concepto.html>
- <http://www.ompib.org/index.php?key=25>
- <http://www.ecuaworld.com.ec/loja.htm>
- <http://www.lojaturistico.com/?q=taxonomy/term/73>
- [http://es.wikilingue.com/pt/Turismo\\_en\\_Ecuador](http://es.wikilingue.com/pt/Turismo_en_Ecuador)
- <http://html.rincondelvago.com/flujo-de-caja.html>
- <http://www.finicion.org/estado-de-pedidas-y-ganancias>

k. ANEXOS



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN LA  
PARROQUIA DE "EL LUCERO", CANTÓN  
CALVAS, PROVINCIA DE LOJA".**

Proyecto de tesis previo la obtención  
del Grado de Ingenieros Comerciales

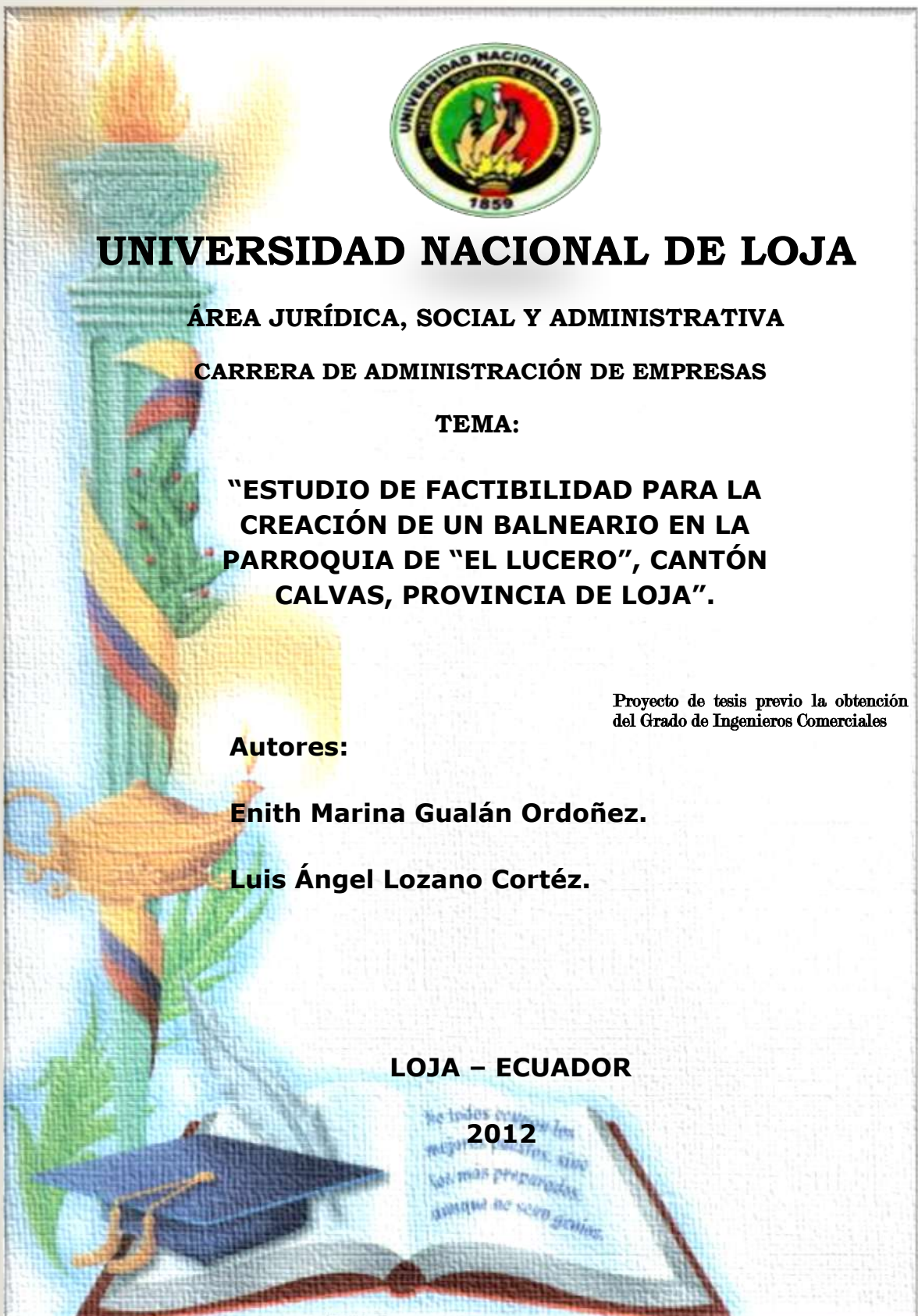
**Autores:**

**Enith Marina Gualán Ordoñez.**

**Luis Ángel Lozano Cortéz.**

**LOJA – ECUADOR**

**2012**



#### **a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN LA PARROQUIA DE “EL LUCERO”, CANTÓN CALVAS, PROVINCIA DE LOJA”**

#### **b. PROBLEMÁTICA**

La Provincia de Loja se encuentra ubicada en la Región Sur del Ecuador, posee una biodiversidad de climas como fríos, cálidos, tropicales, subtropicales, secos y templados, que privilegia una fauna y flora única en la región, favoreciendo a la población para crear de empresas de servicios y de producción, aprovechando los recursos humanos y naturales; pero existen lugares que no han tenido la atención de la sociedad como es el caso de la Parroquia de “El Lucero”, sector que posee todas las cualidades para crear empresas de servicios que atraigan al turismo nacional como internacional, y aportar con fuentes de empleo para mejorar las condiciones económicas y productivas de su población.

Entre los problemas que afectan al lugar están el de no contar con vías asfaltadas en perfectas condiciones, motivo por el cual en tiempo de invierno se vuelven peligrosas por los aludes de tierra que se acumulan en algunos tramos de la vía, debido a las fuertes lluvias; en tiempo de verano se crean baches que las hace inseguras para movilizarse con vehículos de pasajeros como de carga, impidiendo la facilidad de transitar



por estas vías tanto la vía principal que une a la Parroquia de “El Lucero” con Cariamanga y el cantón Espíndolas, como también la vía que integra al cantón Quilanga, se encuentran olvidadas por sus gobernantes.

De la misma manera se manifiesta que la gente de este sector carece de un trabajo constante, pues solo pueden optar por trabajos temporales cuando se dedican a las cosechas de café principalmente, lo que ha ocasionado que la población emigre a la ciudad como a otros países buscando mejores días para sus familias, y dejando sus tierras en el olvido, por la falta de sembríos, tanto esto se convierte en un problema económico por que para sembrar se debe adquirir un sinnúmero de productos para utilizarlos en los cultivos, actualmente son inadquiribles por sus altos costos; en la parte alimentaria se recalca los altos costos de los productos de primera necesidad, lo que la población compra lo que puede acceder, ya que a diario se incrementan y no hay el control constante por parte de las autoridades correspondientes para evitar el alza de los precios de productos de primera necesidad, de vestido, agrícolas, entre otros.

Ya no hay confianza en los gobiernos de turno, pues sólo buscan sus intereses personales, familiares, más no el interés del pueblo.

Es así que el gobierno de la Revolución Ciudadana presidida por el Economista Rafael Correa Delgado, ha optado una forma diferente para gobernar al Ecuador, reformando leyes que ampare el “buen vivir” de la sociedad ecuatoriana, leyes que no han tenido su respaldo en la práctica por la sociedad; se han fusionado instituciones públicas y privadas, para mejorar los servicios y productos que ofrecen a la sociedad, es el caso de la banca pública y privada como cooperativas de ahorro y crédito, que se ha sugerido a que ofrezcan productos financieros accesibles a la población; lo cual ha provocado incertidumbre en este sector ya que manifiestan que se crearán problemas internos, de modo que la sociedad tiene el temor de realizar algún tipo de préstamo, por la falta de voluntad, por los altos intereses y por la falta de solidaridad con el pueblo.

Por tal motivo hemos visto pertinente realizar un estudio de factibilidad en este sector, para proponer la creación de una empresa turística que pueda tener acceso toda la población y de antemano aprovechar los recursos humanos y naturales que existen, como también orientar a la formulación de ideas propias para la formación de empresas en la que se fomente valores de emprendimiento y para desarrollar social y empresarialmente al sector.

De tal manera hemos delimitado el problema de estudio, denominado:

### **b.1.PROBLEMA**

La falta de aptitudes y conocimientos de emprendimiento en la creación de empresas turísticas en la parroquia El Lucero, cantón Calvas, no ha generado el desarrollo social, cultural y empresarial en su población, se desaprovecha los atractivos que ofrece la naturaleza específicamente con la unión de los ríos y el ambiente que ello genera.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

#### **c.1. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA**

La Universidad Nacional de Loja, tiene como misión formar profesionales críticos con conocimientos, capacidades y destrezas para vincularlos con la sociedad con el fin de aportar, incentivar, crear, y sustentar un desarrollo socio económico y empresarial, para que de esta manera se pongan en la práctica los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias.

#### **c.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Con la implementación de esta empresa de servicios se desea demostrar la importancia que tiene el utilizar los recursos naturales existentes en el sector y crear nuevas fuentes de trabajo con el fin de eliminar en parte el desempleo como también incentivar al turismo local, provincial, nacional e internacional.

### **c.3. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

Con la implementación del Balneario en la parroquia El Lucero perteneciente al Cantón Calvas, se pretende dar un servicio complementario a precios muy económicos debidamente analizados según los ingresos que poseen las familias y satisfacer una necesidad mediante la aplicación adecuada de los recursos financieros, para llevar un servicio de calidad a toda la población, aprovechando los recursos naturales del sector.

### **c.4. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL**

Con la creación de esta empresa de servicios quiero hacer conocer al mundo la diversidad del medio ambiente que existe en el sector ya que cuenta con un clima subtropical - cálido; para la recolección de los desechos, la empresa establecerá políticas de trabajos para que los desechos orgánicos e inorgánicos sean bien tratados y ubicados en recipientes apropiados que se ubicarán en la parte interna y externa del Balneario para que así no se contamine el medio ambiente de todo el entorno y sobre todo de los ríos, vías de acceso al lugar y el aire de este prestigioso sector del país.

## **c. OBJETIVOS**

### **d.1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Balneario en la Parroquia de “El Lucero”, cantón Calvas, Provincia de Loja.

### **d.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda de recreación del Balneario.
2. Realizar un estudio técnico para diseñar el tamaño, la localización, la ingeniería e instalaciones y la estructura administrativa del Balneario.
3. Realizar un estudio económico para determinar los costos y gastos de inversión como el establecimiento de precios.
4. Realizar una evaluación financiera a través de los indicadores financieros como son el VAN, la TIR, R/B – C, período de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.
5. Realizar una evaluación ambiental para la creación del Balneario.

## **i. ÍNDICE**

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
Certificación.....	i
Auditoría.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Titulo.....	1
Resumen.....	2
Introducción.....	22
Revisión de Literatura.....	27
Materiales y Métodos.....	65
Resultados (estudio de Mercado).....	70
Discusión.....	93
• Estudio Técnico.....	96
• Estudio Organizacional.....	107
• Estudio Legal.....	125
• Estudio Ambiental.....	128
• Estudio Financiero.....	130
• Estudio de Costos e Ingresos.....	144
• Evaluación Financiera.....	164
Conclusiones.....	180
Recomendaciones.....	182
Bibliografía.....	184
Índice.....	193