



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO**

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA COMERCIAL.

**TÍTULO:** “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”.

**AUTORA:** Egda. Sonia Marlene Toapanta Sosa.

# **CERTIFICACION**

**Ing. Galo Eduardo Salcedo López**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MODALIDAD A DISTANCIA**

Director de tesis

## **CERTIFICA**

Que el presente proyecto de tesis denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”** presentando por la postulante Sonia Marlene Toapanta Sosa previa a la obtención del título de Ingeniera comercial ha sido supervisado y ejecutado bajo mi dirección por lo que autorizo su presentación ante el correspondiente tribunal de grado.

Loja, 04 de octubre del 2010

Ing. Galo Eduardo Salcedo López

**DIRECTOR DE TESIS**

# **CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Sonia Marlene Toapanta Sosa**, con C.I. **020096715-6**; declaro que soy autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación, serán de mi exclusiva responsabilidad.

.....

**TOAPANTA SOSA SONIA MARLENE**

**AUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

*At la Universidad Nacional de Loja,  
que por medio del Área Jurídica, Social y Administrativa,  
ya que en ella me he formado como estudiante de bien  
para llegar hacer profesional y hacer frente a un mundo competitivo.*

*At todos los docentes de carrera quienes con su ardua labor,  
sabiduría y experiencia me encaminaron a formarme en esta profesión.*

*At mi Director de tesis, Ing. Galo Eduardo Salcedo por su  
generosidad  
al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia  
científica en un marco de confianza, afecto y amistad...  
fundamentales para la conclusión de este trabajo.*

*Al Ministerio de Turismo y a todas las personas de los centros  
turísticos,  
autoridades y al público en general que me colaboro  
con la información necesaria para la cristalización de mi proyecto.*

*At mi esposo, mis hijos, familiares y amigos por la motivación  
y paciencia durante el desarrollo del proyecto,  
para llegar a culminar con éxito la meta propuesta,  
necesaria para el fortalecimiento del sector turístico.*

---

*Sonia M. Joapanta Sosa*

## **DEDICATORIA**

*Doy infinitas gracias...*

*A Dios, por el camino recorrido....*

*A mi esposo, por su amor y apoyo...*

*A mis hijos, por ser mi fuerza y templanza...*

*A Nancy... amiga fiel y sincera...*

*A la vida.... Por lo aprendido.*

*Dedico mi tesis a todos aquellos que estuvieron...*

*los que están y continúan a mi lado,*

*a mi familia y mis amigos.*

*Finalmente a todas las personas que se cruzaron*

*en mi camino y que me dieron palabras*

*de aliento y apoyo para poder*

*culminar mi tesis.*

---

*Sonia M. Joapanta Sosa*

## 1. RESUMEN

El presente proyecto de tesis, titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Puerto Quito Provincia de Pichincha” surgió como una necesidad de aprovechar las condiciones agroambientales existentes en el sector como ríos, flora, fauna y demás para ofrecer un atractivo turístico diferente en el sector.

Además el sector se caracteriza por su biodiversidad ya que cuenta con un bosque Húmedo, en el cual se puede observar vegetación silvestre, fauna en la que incluyen: gavilanes, torcazas, pavas silvestres, cervicabras, lechuzas, cascadas y demás manifestaciones de entorno apto para el Ecoturismo. El desarrollo de la implementación del complejo turístico estará ligado a varios recursos que se analizarán en función de los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero.

Entre los objetivos que se plantearon para el presente proyecto de investigación fueron:

Como objetivo general se tiene el siguiente:

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en Puerto Quito, Provincia de Pichincha.

Los objetivos específicos fueron:

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda que tendrá el complejo turístico.
- Establecer un estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Realizar un estudio organizacional, jurídico y administrativo para el complejo turístico.

- Elaborar el estudio financiero, para determinar la inversión y el financiamiento del proyecto, así como también la evaluación financiera mediante los diversos indicadores financieros VAN, TIR, Análisis de sensibilidad y Relación Beneficio Costo.

Desde el punto de vista académico, en el estudio de mercado se pudo establecer la implementación de un complejo turístico en el sector de Puerto Quito, provincia de Pichincha, por que existe aceptación de los consumidores para adquirir este servicio.

Desde el punto de vista técnico, se determino la capacidad instalada para los tres tipos de servicio que prestará el complejo turístico, que es de 8,030 para el servicio de alojamiento, para el servicio del restaurant es de 43,800 finalmente para el servicio de las piscinas se obtuvo 40,880 usuarios anualmente, debido a que el proyecto esta en su período inicial se utilizará el 90% de la capacidad instalada, que corresponde a 7,227 usuarios para el servicio de alojamiento, mientras que para el servicio del restaurant es de 39,420 y para el servicio de las piscinas fue de 36,792, el porcentaje antes mencionado se incrementara a lo largo de la vida útil del proyecto.

En el estudio administrativo se definió el tipo de complejo turístico el cual esta considerado como Cabañas de una Estrella, "Tercera Categoría, también se estableció que se ha elaborado organigramas en los diferentes niveles jerárquicos y funciones que desempeñara cada uno de ellos, además se elaboro un manual de funciones para el personal y sobre toda la constitución y permisos que se realizara.

Desde el punto de vista social, la vialidad del proyecto, permitirá la contratación de personal de la misma zona de asentamiento del complejo turístico, para de esta manera generar puestos de trabajo para las familias del sector y por lo tanto dinamizar la economía local.

Desde el punto de vista económico, se describe los costos del proyecto dándonos una inversión de 118,189.79 USD. La misma que será financiada por un crédito de 40,000.00 al 12% y la diferencia del capital lo cubrirán los socios del proyecto, el servicio a prestarse tendrá un costo de 12.01 USD para el alojamiento, para el restaurant 2.20 USD y para las piscinas de 2.36 USD, en el primer año de vida útil del proyecto.

En la evolución financiera se analizo el estado de pérdidas y ganancias en donde se determino que la utilidad liquida del primer año es de 113,798.14 USD, finalmente se determino el efectivo que tiene el complejo turístico para cubrir sus operaciones mediante el flujo de caja.

Finalmente en los criterios para evaluar el proyecto, se estudio el valor actual neto, tasa interna de retorno, análisis de sensibilidad, relación beneficio costo y periodo de recuperación de capital. El valor actual neto es de 488,267.21, el mismo que resulto positivo por lo cual se considera factible el proyecto. La tasa interna de retorno es de 81.05%, esta resulto mayor a la tasa de interés que cancela las identidades financieras. En el análisis de sensibilidad con incrementó de costos del 6.70% y una disminución en los ingresos del 4.20 %, el cual nos indica que el proyecto no es sensible. Con referencia a la relación beneficio costo es de 7.69 lo que significa que por cada dólar invertido el proyecto tendrá una ganancia de \$ 6.69 centavos para los tres servicios, la inversión del proyecto se recuperara en un año, un mes y 20 días.

Para realizar el diagnóstico, fue necesario la aplicación de técnicas como: recopilación bibliográfica, observación directa, encuestas dirigidas a las familias de la provincia de Pichincha con sus respectivos cantones y parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para el tratamiento de la información se empleó métodos de análisis, síntesis y descripción. Como producto final se obtuvo la situación actual del sector turístico del Cantón de Puerto Quito, de la Provincia de Pichincha y de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Se concluye que Puerto Quito por su calidad en atractivos naturales y culturales, puede contar con un producto turístico.



## SUMMARY

This thesis project, entitled "Feasibility study for building a resort in Puerto Quito Canton Province Pichincha" emerged as a need to build on existing agri-environmental conditions in the sector such as rivers, flora, fauna and others to provide a different tourist attraction in the sector.

Moreover, the sector is characterized by its biodiversity because it has a rain forest, where you can observe wild vegetation, wildlife which include hawks, doves, wild turkeys, cervicabra, owls, waterfalls and other manifestations of environment suitable for Ecotourism. The development of the implementation of the resort will be linked to several resources that will be analyzed in terms of market studies, Technical, Administrative and Financial.

Among the proposed objectives for this research project were:

As a general objective is the following:

- Conduct a feasibility study for building a resort in Puerto Quito, Pichincha Province.

The specific objectives were:

- Conduct a market study to determine the supply and demand to be the resort.
- Establish a technical study to determine the size, location and project engineering.
- Conduct a study organizational, legal and administrative framework for the resort.
- Prepare the financial study to determine the investment and project financing, as well as the financial evaluation by the various financial indicators NPV, IRR, sensitivity analysis and cost benefit ratio.

From the academic point of view, the market study could be established to implement a resort in the area of Puerto Quito, Pichincha province, for which there is consumer acceptance to purchase this service.

From a technical standpoint, the installed capacity was determined for the three types of service that will provide the resort, which is 8.030 for hosting service, to service the restaurant is finally 43.800 to service the pools scored 40.880 users annually, because the project is in its initial period will be used 90% of installed capacity, which corresponds to 7.227 users for the hosting service, while in the service of the restaurant is 39.420 and for service pools was 36.792, the above percentage will increase over the life of the project.

In the management study defined the kind of resort which is considered a star cabins, "third category was also established that it has developed charts in the various hierarchical levels and functions of each of them also was elaborated an operational manual for the staff and the whole constitution and permits will be held.

From the social point of view, the road project will allow recruitment of the same settlement area of the resort, and in doing so create jobs for families in the sector and thereby boost the local economy.

From the economic point of view, describes the project's costs by giving us an investment of USD 118,189.79. It will be financed by a loan of 40,000.00 at 12% and the difference of capital will cover the project partners, the service will cost paid 12.01 USD for housing, restaurant for 2.20 USD and 2.36 pools USD in the first year of life of the project.

Financial developments in the state was analyzed income where it was determined that net income for the first year is USD 113,798.14 finally determined the effect that the resort has to cover its operations through cash flow.

Finally, in the criteria for evaluating the project, study the net present value, internal rate of return, sensitivity analysis, cost benefit and payback period of capital. The net present value of 488,267.21, the same as that which resulted positive for the project is considered feasible. The internal rate of return is 81.05%, this was greater than the rate of interest that overrides the financial identities. In the sensitivity analysis of costs increased 6.70% and a decrease in revenues of 4.20%, which indicates that the project is not sensible. With reference to the cost benefit ratio is 7.69 which means that for every dollar invested the project will have a profit of \$ 6.69 cents for all three services, the project investment will recover in a year, one month and 14 days.

For diagnosis, it was necessary to apply techniques such as bibliography, direct observation, surveys with the families of the province of Pichincha in their respective counties and part of the province of Santo Domingo de los Tsáchilas. For information processing methods were used for analysis, synthesis and description. Final product was obtained as the current situation of tourism in Canton Puerto Quito, Pichincha Province and the Province of Santo Domingo de los Tsáchilas.

We conclude that Puerto Quito for quality in natural and cultural attractions, can have a tourism product.

## 2. INTRODUCCION

Día a día vemos como desaparecen las diferentes especies del planeta, como se destruyen los bosques y demás especies naturales que posee este, esto ha llevado a tratar de buscar soluciones para que la gente aprenda a respetar la naturaleza y pueda defender para las futuras generaciones.

Nuestro país es uno de los más privilegiados al tener dentro de su territorio una infinidad de especies animales y vegetales únicos en el mundo, bosques tropicales, playas, montañas pocas veces inexploradas.

La escuela del pensamiento dice que debemos ser más rápidos desarrollando nuevos servicios, entre ellos tenemos el turismo que es muy fácil y práctico para desarrollarlo aquí en el Ecuador, permitiendo enfocarnos a la más alta satisfacción del cliente y enfocándonos hacia una constante innovación.

Es evidente que en nuestro país a pesar de ser muy ricos en recursos naturales soporta fuertes crisis económicas, limitando las disponibilidades de capital para inversiones en general, pero en las actuales condiciones de competencia se hace necesario analizar proyectos de inversión.

En la actualidad, el Turismo procura "la máxima participación de la población local", es por lo que se han derivado formas como el ecoturismo, turismo de patrimonio, comunitario, rural, eco-cultural o más claramente definido como "alternativo"; todos ellos responden, si son bien entendidos, al desarrollo integral de las poblaciones. Pero se debe considerar a esto como una alternativa y no, como la única salida para incrementar divisas o diversificar fuentes de trabajo. Si bien hablamos de desarrollo local, debemos considerar al "turismo" y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias de este desarrollo.

Entonces, se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones, radica además, en la relación directa con la "biodiversidad", debido a que existen muchas maneras con las cuales, los seres humanos, únicos

poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo.

Mientras más diversos sean estos aspectos en una sociedad o en un país, mayor es su riqueza cultural. Si se anhela que las comunidades, localidades, centros poblados o cualquier conglomerado humano, organizados según sus acuerdos, accedan y alcancen el “desarrollo integral” (social y económico) con un medio ideal para aportar al mismo como son los proyectos de turismo, es preciso presentar una alternativa capaz de moldearse a las reales necesidades de las localidades, a la sustentabilidad de los recursos y a la rentabilidad social y económica de los emprendimientos.

Se debe pensar en proyectos que puedan ejecutarse, y para que el turismo alternativo tenga éxito, es preciso un nivel de especialización que no se limite simplemente a los "buenos propósitos", así como entender que para las comunidades en materia de ecoturismo o turismo, el proceso es largo y requiere una mejor comprensión del mercado turístico y de la dinámica de la comunidad.

En este momento de crisis en que se torna importante buscar y crear fuentes alternativas del trabajo, para logra conseguir un mejor nivel de vida, la presente tesis de grado no puede sino contribuir a resolver este problema.

Este proyecto nació de las necesidades personales con la misión de brindar excelencia y calidad en la presentación del servicio, enfocado a realizar un turismo diferente al ya tradicional.

En este orden de ideas, el propósito de la investigación es diseñar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PUERTO QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA” y para tales efectos, el proyecto de investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

Metodología la cual describe los métodos, técnicas, pasos utilizados para el desarrollo del proyecto. Continuando con la exposición de resultados, en donde se analiza el estudio de mercado el cual se enfoca en el estudio de la demanda y oferta.

El estudio técnico establece el tamaño y diseño de la planta, la localización del complejo turístico, la capacidad instalada, tomando en cuenta el abastecimiento de toda la materia prima, todo ello es necesario para la ejecución de las diferentes actividades y funcionamiento de las diversas secciones.

El estudio administrativo presenta la estructura legal y administrativa de la futuro complejo turístico realizando un análisis organizacional en donde se grafican los diferentes tipos de organigramas como el estructural, funcional, y posicional, finalmente se enfoca en los manuales de funcionamiento para un eficiente desempeño administrativo del personal.

En el estudio financiero tiene por objetivo central determinar las características económicas del proyecto se identifica los costos e ingresos, las clasificaciones de los costos, proyección de costos para la vida útil del proyecto, cuantificación de los costos fijos y variables, la determinación del punto de equilibrio, se procede al estudio de parámetros de decisión que identifican la factibilidad del proyecto como: el flujo de caja, el valor actual neto, la relación beneficio costo, la tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad del proyecto.

Finalmente se plantea las conclusiones que llegan al término de investigación las mismas que permiten sugerir algunas recomendaciones del trabajo de acuerdo a los resultados establecidos.

Por último se incluye todo el contenido la bibliografía y anexos correspondientes en espera que el desarrollo de este trabajo sea de especial interés y contribuya al desarrollo productivo y económico de la provincia de Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **3. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **3.1 MARCO REFERENCIAL**

##### **3.1.1 ANTECEDENTES**

Antes de que surja este centro poblado, la zona fue habitada por población negra, quienes vivían de la caza y pesca, por lo cual no habían trabajado la tierra.

Esta población poco a poco fue desplazada por los colonos, hacia el interior de la zona, iniciándose un rápido proceso de colonización y deforestación. La colonización se inició en 1958.

“Fue la colonia pionera en todo el noroccidente de Pichincha. Paulatinamente se fueron incrementando el número de cooperativas agrícolas en la zona, así, en 1985 existían 48 cooperativas alrededor de Puerto Quito. El centro de Puerto Quito se fundó en 1973, con el apoyo del IERAC, en el lugar que reservó para este propósito, con una superficie de 24 Ha. Se eligió el lugar por la cercanía al río Caoní, al paso de la carretera y al puente. Se trazaron alrededor de 395 lotes urbanos; actualmente existe un incremento significativo del suelo urbano”<sup>1</sup>.

El Plenario de las Comisiones Legislativas del Congreso Nacional, mediante Decreto No. 115 del 7 de Marzo de 1996, expide la Ley de Creación del Cantón Puerto Quito, publicada en el Registro Oficial No. 916 del 1ero. De Abril del mismo año.

El Municipio expide su Reglamento Orgánico Funcional el día 21 de Agosto de 1997.

El Municipio del Cantón Puerto Quito, es una Institución Pública autónoma, subordinada al orden jurídico y constitucional del Estado, y cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste, en forma primordial, la atención de las necesidades del Cantón en sus áreas urbana y rural.

---

<sup>1</sup> ANTECEDENTES, *Diagnóstico Puerto Quito*, Capítulo 3 Artículo 3.1.2

### 3.1.2 RESEÑA HISTORICA

“Esta referencia corresponde al centro poblado que constituye la cabecera cantonal que se halla ubicado en un pequeño y pintoresco valle incrustado en las últimas estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes en la provincia de Pichincha, a orillas del río Caoní; respecto de las coordenadas geográficas su territorio está incluido en función de los puntos más extremos, entre los 0° 06´ y 0° 20´ de latitud norte; y los 79° 05´ y 79° 22´ de longitud oeste”<sup>2</sup>.

Su nombre se deriva del original “Puerto de Quito”, asignado por el científico riobambeño Pedro Vicente Maldonado en una de sus incursiones en el año 1.740 a esta zona, buscando establecer un camino corto entre la ciudad de Quito y el Océano Pacífico; llegó hasta la confluencia de los ríos Silanche y Caoní y ante la amplitud de la cuenca y el profundo caudal que entonces debieron tener estos ríos, determinó que desde allí se podría viajar en pequeñas embarcaciones a través de los ríos Caoní, Blanco, Quinindè, y Esmeraldas, hasta su desembocadura en el mar. Actualmente la población denominada “Puerto Quito” está asentada a 6 Km. de la confluencia citada, aguas arriba por el río Caoní, donde se asentaron algunos colonos en una área adecuada para un amplio y ordenado asentamiento urbanístico y para la construcción del puente, toda vez que ya se contaba con la trocha que viniendo desde Quito, empataría con la carretera principal a Esmeraldas, en el recinto La Independencia.

Aproximadamente por el año 1.965 llegan los primeros colonos, entre los que constan Don Guillermo Bravo, Humberto Ayala, Doña Fabiola Erazo, Aviatar Celi, Sixto Mantilla, Cesáreo Ruano quien era más conocido como "Don Flores", Pedro Delgado y su esposa Doña María Guanga de raza mestiza; así mismo colonos de raza negra como don Neptalí Quintero, Tolentino Mina, Felipe Mina, Ceferino Mina, Carlos Mina, Dilan Padilla, Doña Teodórica Mina, Celestino Hurtado y Lautaro Estrada entre otros; Don Pedro Quiñónez alias "Bulla Bulla" vendió su propiedad a señor Hugo Jiménez y Don mateo Cangá a Doña Fabiola Erazo, Don Lupo Uila vivía en la boca del estero la Seiba. La necesidad de educar a sus hijos

<sup>2</sup> RESEÑA HISTÓRICA [http:// www.in-quito.com/uio-kito-qito.../pichincha.htm](http://www.in-quito.com/uio-kito-qito.../pichincha.htm)



hizo que se creara la primera escuela unitaria regentada por la provincia de Esmeraldas y su primer local construida con pambil y cubierta de paja ubicada en un área que fue cedida por el Señor Cesáreo Ruano, donde también existía una cancha de fútbol.

Para entonces la vía que venía construyéndose desde la ciudad de Quito, pasando por las poblaciones de Nono, Tandayapa, San Tadeo, Sana Rosa, Los Bancos , Pedro V. Maldonado, Santa Marianita y se dirigía al sector denominado como 42, conocido como Macallares y por estudios técnicos del HCPP y del I.G.M, cuyo primer estudio estableció a Piedra de Vapor como el lugar para ubicar el puente; pero, por mejores condiciones y distancia se determinó que el lugar más adecuado para la construcción del puente era sobre el río Caoni. Esto dio lugar a que los primeros colonos que ya crearon la escuela, pensaran en la creación del centro poblado en terrenos del Sr. Cesáreo Ruano y su colindante, Don Neptalí Quintero por las condiciones topográficas adecuadas para el efecto; allí se inician las gestiones de planificación, lotización y los dirigentes contrataron el tractor que disponía el IERAC para realizar el movimiento de tierras y organizar la posterior entrega por sorteo de los lotes, que fueron solicitados por muchas personas procedentes de varios lugares de la región y aun de la patria, iniciándose así el pueblo de Puerto Quito.

## **CANTONIZACION**

“La creación de los cantones San Miguel de los Bancos el 14 de febrero de 1.991 y Pedro Vicente Maldonado el 15 de enero de 1.992, despertó en los puertorriqueños el interés por obtener también la categoría de cantón de Pichincha en tanto su extensión territorial, población, recursos hídricos, y agropecuarios justificaban también tal aspiración, por lo que se organiza el Comité Pro-Cantonización con las fuerzas vivas de la comunidad y se emprende la gestión.

Luego de innumerables trámites, audiencias y discusiones de los funcionarios en el Ministerio de Gobierno, Congreso Nacional y H. Consejo Provincial de Pichincha, es en la administración del Arq. Sixto Durán Ballén, Presidente

Constitucional de la República, mediante Ley 115 del año IV, en Quito el 1 de abril de 1.996 se publica en el R.O N° 916, la creación del cantón Puerto Quito, noveno en la provincia de Pichincha, siendo Presidente del Congreso Nacional el Dr. Fabián Alarcón Rivera”<sup>3</sup>.

En su texto la ley menciona:

**Art.1.-** Créase el cantón Puerto Quito con su sede cantonal en la población del mismo nombre.

**Art.2.-** El territorio de este cantón es el determinado para la creación de la Parroquia Rural Puerto Quito, que integra importantes poblaciones como La Abundancia, 24 de Mayo, San Carlos, Agrupación Los Ríos, 3 de Enero, Buenos Aires que constituyen una basta extensión de quinientos noventa y tres kilómetros cuadrados aproximadamente.

**Art. 3.-** Señala los límites específicos naturales y puntos de coordenadas geográficas, al norte, sur, este y oeste.

### **3.1.3 UBICACIÓN GEOGRAFICA**

“La ciudad de Puerto Quito (Pichincha), ubicada a 143 kilómetros de Quito, es uno de los destinos turísticos en la denominada Ruta de los Kitus Karas, donde los visitantes nacionales y extranjeros pueden disfrutar del ecoturismo comunitario, de aventura o de descanso en los balnearios junto a los ríos Caoní y Silanche, además de hermosas cascadas”<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> **CANTONIZACIÓN** <http://www.puertoquito.gov.ec/index.php?option=com>

<sup>4</sup> **UBICACIÓN GEOGRÁFICA** <http://www.pichincha.gov.ec-gobierno> de la provincia pichincha-información

## LIMITES

Sus límites generales conforme a R.O. N° 916 son:

**NORTE:** Provincia de Esmeraldas

**SUR:** Cantones Santo Domingo y Los Bancos

**ESTE:** Cantón Pedro Vicente Maldonado

**OESTE:** Provincia de Esmeraldas

## INFORMACIÓN GENERAL

Antes de que surja este centro poblado, la zona fue habitada por población negra, quienes vivían de la caza y la pesca. Y tiene los siguientes aspectos generales:

**POBLACIÓN:** 17129 habitantes (INEC- Censo 2.001),

**SUPERFICIE:** 640,70 Km. 2. Aproximadamente.

**DENSIDAD POBLACIONAL:** 26.7 Hab. / Km. 2. (INEC-Censo 2.001)

**ALTITUD:** Entre los 120 y 160 m.s.n.m.

**CLIMA:** Tropical Húmedo.

**TEMPERATURA PROMEDIO ANUAL:** 25 ° C

**PRECIPITACIÓN ANUAL:** de 1.000 a 2.000 mm.

**VEGETACIÓN:** Bosque Tropical Húmedo

**RÍOS IMPORTANTES:** Salazar, Bravo, Blanco, Sábalo, Sabalito, Pizará, Silanche, Caoní, Achiote, Inga, Peligro, Cubera, Macallares, Abundancia, Piedritas, Cabuyal.

### 3.1.4 ASPECTOS FÍSICOS NATURALES

**BALNEARIO LA PLAYITA.-** Ubicado en el barrio 13 de Julio, donde se puede aplicar un sin número de deportes acuáticos, sus cristalinas aguas tienen una temperatura de 12°C. 12 metros más o menos del balneario existe una isla de forma alargada, de 120 metros de largo, la cual alberga diferentes especies tanto de flora como fauna nativa del lugar.

**IMAGEN N° 3.1**  
**BALNEARIO LA PLAYITA**



Fuente: Municipio de Puerto Quito

**PIEDRA DE VAPOR.-** “En las aguas del Río Blanco se encuentra ubicada la Piedra de Vapor, en este caudaloso río con playas de arena blanca se encuentra una gran roca llamada Piedra de Vapor porque en temporada de invierno el agua del río choca contra esta roca formando gran cantidad de vapor, este es uno de los balnearios más grandes de Puerto Quito donde se puede practicar la pesca deportiva y muchos deportes acuáticos”<sup>5</sup>.

**IMAGEN N° 3.2**  
**PIEDRA DE VAPOR**



Fuente: Municipio de Puerto Quito

---

<sup>5</sup> ASPECTOS FÍSICOS NATURALES <http://www.puertoquito.gov.ec/index.php?option=com>

**CASCADA DEL SILENCIO.-** Un lugar Mágico, ubicado en el recinto Santa Fe, en el que se puede regocijar con una hidroterapia en sus frescas aguas además de ver sus misteriosas cuevas en la parte posterior de la cascada donde habitan golondrinas nocturnas.

**IMAGEN N° 3.3**  
**CASCADA DEL SILENCIO**



Fuente: Municipio de Puerto Quito

**CASCADA AZUL.-** Se encuentra formada por el Río Culebra de 4 metros de ancho formando una cascada de 15 metros de altura que forma una poza de 3 metros de diámetro cuyas aguas son de color verde esmeralda, totalmente transparente y con una temperatura de 10° C, ubicada en el Recinto grupo mieles en el Km. 50.

**IMAGEN N° 3.4**  
**CASCADA AZUL**



Fuente: Municipio de Puerto Quito

**CASCADA MACALLARES.**- ubicada en el recinto tierra Santa, de 4 metros de ancho, en verano, cae 5 metros sobre gigantesca roca, se precipita por segunda vez 1 metro y forma una piscina alargada de 15 metros y 1.3 metros de profundidad cascada la forma el río Macallares, de ahí que toma su nombre.

**IMAGEN N° 3.5  
CASCADA MACALLARES**



Fuente: Municipio de Puerto Quito

### **3.1.5 ACTIVIDADES TURISTICAS**

Puerto Quito cuenta con un ecosistema diversificado, con una gran riqueza de avifauna, por la diversidad climática que es aventajada por la selva tropical; además de esto se puede visitar los asentamientos precolombinos de la zona, admirar la marimba puertoquiteña que es interpretada por los grupos de marimba tradicionales de los pueblos afroesmeraldeños que se asentaron ancestralmente en el lugar para la extracción de tagua y caucho entre estos tenemos:

- **COMUNIDADES INDÍGENAS**

Entre las comunidades indígenas de la región, tenemos la de los Tsáchilas y la de los Cayapas. Allí se puede compartir la cultura, los rituales ancestrales y la medicina natural de ellos.

A los Tsáchilas también se los llama “Colorados” porque los hombres de esta cultura se han teñido el pelo de rojo por centurias, con un colorante vegetal extraído de la semilla del achiote. Los indios Cayapas pertenecen al grupo sudamericano que habitan a lo largo del río Cayapas en el noroeste del Ecuador. Su lenguaje es el Chapala.



TSÁCHILAS



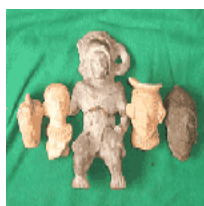
CAYAPAS

- **PRESENTACIONES AFRO-ECUATORIANAS**



En el área de Puerto Quito, algunos grupos afro-ecuatorianos expresan su cultura ancestral con música y danzas al son de la marimba.

- **SITIOS ARQUEOLÓGICOS**



Puerto Quito ha sido el lugar de convergencia de diferentes culturas de la Costa y de los Andes desde la prehistoria. En este lugar se encuentra restos prehistóricos de las diferentes regiones, asociados con tres períodos de la prehistoria: Formativo, Desarrollo Regional e Integración. Según el número de sitios localizados, la cultura Jama-Coaque constituye la más relevante dentro del período de Desarrollo Regional.

### **3.1.6 CLIMA**

Presenta un clima tropical húmedo, sin registrar mayores cambios de temperatura, con un promedio de 16°C y relativas variaciones en los meses de febrero, marzo, abril y mayo registrando promedios mayores a los 25° C, que coinciden con la época invernal. La humedad varía entre los 84.5% y 87.5% con una nubosidad promedio de 8/8 a cielo completamente cubierto, y sus precipitaciones anuales varían entre 3.300 y 3.800 mm. Con una evaporación entre 890 y 1.100 mm.

### **FLORA Y FAUNA**

En la vegetación que enmarca el trayecto del río Culebritas vive una gran variedad de aves: colibríes, búhos, halcones azules, loros y otros. Entre los mamíferos, están; la guanta, armadillos, osos perezosos, guatusas, zorros, tigrillos y monos. Existen también "en el monte" serpientes venenosas como la coral, la equis, la verrugosa, la chonta y el papagayo. Quedan escasos lagartos y tortugas. Peces como sábalos, sabaletas, guananas, camarón de río, pez gato, lisas, se encuentran en los ríos del sector.

### **3.1.7 TURISMO**

La Tecnología y Práctica del turismo es la materia que indica al estudiante en el campo de la actividad turística. Le permite conocer sus orígenes y trascendencias; las características y las causas de su aparición y evolución; sus modalidades tomando en cuentas sus aspectos sociales, culturales, económicos y políticos, en otras palabras, identificar a el turismo como una industria generadora de divisas, empleos, balanzas de pagos laborales y un efecto multiplicador que debe ser canalizado por el camino que mas convenga al país.



### 3.1.7.1 HISTORIA DEL TURISMO

Las primeras manifestaciones del Turismo las encontramos en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. En la literatura podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la "Cruzadas", peregrinaciones a Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.

“En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la primera Agencia de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos”<sup>6</sup>.

Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internacionales y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubes Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

---

<sup>6</sup> <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo>

## **El Turismo**

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos.

CONCEPTOS: es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

“Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones”<sup>7</sup>.

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

## **TURISMO SOCIAL**

Es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estratos sociales económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro.

---

<sup>7</sup> <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo>

### 3.1.7.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificó al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

- **EL TURISTA**

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

- **CLASE PRIVILEGIADA**

Son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

#### **Características**

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

- **CLASE BUGUESA**

Son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

#### **Características**

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- Servicios de primera categoría, pero no de lujo. Prefieren viajes a Forfait.

- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

- **CLASE JUVENIL**

Son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

**Características:**

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

- **CLASE POPULAR**

Constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

**Características:**

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países.

### 3.1.7.3 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO

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

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

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

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

TOUR: Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

RUTA: Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

ITINERARIO: Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

**Estructura:** es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

**INFRAESTRUCTURA:** Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

**RECURSOS TURÍSTICOS:** Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

**BALANZA TURÍSTICA:** Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

**GUÍA TURÍSTICA:** Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

**BALANZA DE PAGOS:** Confrontación de ingreso y egreso total de un Estado, resultantes de las transacciones que realiza con el extranjero durante un año. En este instrumento contable se estiman dentro de los ingresos las exportaciones de mercancías, los gastos del turismo extranjero, créditos, inversiones, utilidades y otras categorías, y, dentro de los egresos, las importaciones, intereses sobre préstamos, dividendos, regalías y otros pagos.

**PRODUCTO TURÍSTICO:** Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y

culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

**VALORES TURÍSTICOS:** Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

**CONCIENCIA TURÍSTICA:** Conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial.

**NÚCLEO RECEPTOR:** Es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

**CORRIENTE TURÍSTICA:** Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

**MERCADO TURÍSTICO:** El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

**GUÍA DE TURISMO:** Personas con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el

turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

#### 3.1.7.4 MARCO CONCEPTUAL

MERCADO: “Se entiende por mercado el área en que influyen las fuerzas de la oferta la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados”<sup>8</sup>.

“Las inversiones están constituidas por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para la implantación del proyecto. Son el conjunto de erogaciones destinadas a dotar al proyecto de capacidad operativa”<sup>9</sup>

“La publicidad es solo un componente de la comercialización turística y cuya importancia es relativa ya que varía de una actividad a otra, de un sistema macroeconómico a uno microeconómico, de una empresa oficial a una privada, la publicidad es el medio de contacto personal de más largo alcance”<sup>10</sup>.

“La promoción de ventas comprende actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado”<sup>11</sup>.

“La competencia que existe en el mercado es demasiada fuerte y agresiva como para pasar por alto la necesidad de una atención esmerada. En este sentido, las relaciones entre los operadores de turismo son vitales para presentar o vender un producto de calidad. En muchos casos, los agentes de viajes hacen fracasar el turismo de un país simplemente desviando a los interesados hacia otros lugares, argumentando los peligros que pueden correr, al tiempo que les ofrecen paquetes más atractivos”<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> BACA Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Edit. Mac Graw Hill, edición 2000, pág. 14.

<sup>9</sup> CANELOS Ramiro *“Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios”* pág. 129

<sup>10</sup> CARDENAS TABARES Fabio, *“Mercadotecnia y Productividad”*, pag.25

<sup>11</sup> ALCARAZ Rafael, *“El Emprendedor del Éxito”*, pag.49

<sup>12</sup> CARDENAS Fabio, *Mercadotecnia y Productividad Turística*, México, Ed. Tillas, 1991, pag.37



## ESTUDIO DE MERCADO

Es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto.

## ESTUDIO TÉCNICO

Es la entrega de la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto; este estudio, responde las preguntas cuándo, cuánto, cómo y con qué producir el servicio del proyecto.

## ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

## ESTUDIO FINANCIERO

Es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto. Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo”<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> CANELOS, Ramiro *“Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios”* pág. 42

## **4. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **4.1 MATERIALES**

Los materiales que se emplearon en la presente investigación fueron:

- Útiles de oficina
- Flash Memory
- Laptop
- Cámara Fotográfica
- Grabadora
- Cintas de Audio

### **4.2 METODOS**

El “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PUERTO QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA” se fundamenta en los métodos de análisis permitiendo mover el pensamiento de lo general a lo particular y de lo particular a lo general, y son los siguientes:

#### **MÉTODO DEDUCTIVO:-**

Este método sirve para partir de los datos generales de la investigación o recopilados a lo particular, de lo universal a lo individual, como base para deducir por medio del razonamiento lógico las tendencias, características, coincidencias, y demás factores que se den como resultado de la investigación, este método se lo utilizó para establecer la factibilidad del proyecto a investigar.

### **MÉTODO INDUCTIVO.-**

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Por lo tanto en la investigación se aplicó este método en las varias actividades programadas como son los sondeos, las observaciones y el muestreo, partiendo de casos particulares a lo general y se pudo llegar a las conclusiones de la investigación.

### **MÉTODO ANALITICO.-**

Este método me ayudará en la presente investigación a distinguir los elementos que afectan directa o indirectamente al turismo en el Cantón Puerto Quito y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, para obtener elementos que sustenten la investigación.

### **MÉTODO SISTEMICO.-**

Este método está dirigido a reunir las partes o elementos para estudiar el comportamiento de la investigación, mediante la determinación de sus componentes, así como las relaciones entre ellos en este caso todos los aspectos que intervienen en el turismo, el desplazamiento, la frecuencia, las expectativas de los turistas y demás. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del tema de estudio y por otro su dinámica aplicable en la propuesta.

## **4.3 TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN**

El diseño de las actividades a realizarse en la recolección de datos se realizará considerando aspectos de confiabilidad y valides en los respectivos instrumentos con la finalidad de obtener datos reales, validos y confiables y que tengan la proyección de inferir los resultados que me permitirá contribuir mi conocimiento, analizarlo y así establecer la factibilidad del proyecto.

Y para su objetividad apliqué una investigación de campo con entrevistas, cuestionarios, sondeos y observaciones.

#### **4.3.1 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN**

**El sondeo.-** Esta técnica se utilizó para comprobar la variedad de centros turísticos que serán nuestra competencia.

**La Observación.-** Se realizó la observación de campo en la ciudad de Puerto Quito para recolectar la información necesaria para la presente tesis, además se realizarán recorridos por los diferentes lugares de Puerto Quito y se obtendrán fotografías para mostrar la riqueza natural del sector, y su ecosistema. Con la observación puedo darme cuenta que tipo de complejo turístico más prefiere los clientes.

**La Encuesta.-** Aplicada directamente a una muestra por familias de la Provincia de Pichincha, con sus respectivos cantones y parte de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, permitiendo determinar gustos, preferencias, precios, así como si existe o no aceptación de este servicio; para se formuló una serie de preguntas en mi investigación se lo realizó a través de 10 preguntas. Como se indica en el ANEXO N° 1.

**La Entrevista.-** Por medio de un modelo de entrevista se aplicó la misma, a los propietarios o administradores de los Centros Turísticos de Puerto Quito, previa coordinación de los mismos, además se entrevistó a los centros turísticos de la Provincia de Pichincha, con sus respectivos cantones y parte de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas segmentando los más conocidos. Esto me permitió obtener un sondeo de opinión inmediata, con el propósito de obtener información de la competencia, para lo cual se formuló una serie de preguntas como se puede observar en el ANEXO N° 2.

### 4.3.2 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para recopilar la información se recurrirá a encuestas, las cuales serán aplicadas a en los puntos estratégicos indicados en el siguiente grafico:

**IMAGEN N° 4.1  
MAPA CANTONAL DE PICHINCHA**



**Fuente:** Municipio de Puerto Quito

### DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para la determinación de la muestra se tomo como datos la información que proporciona el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

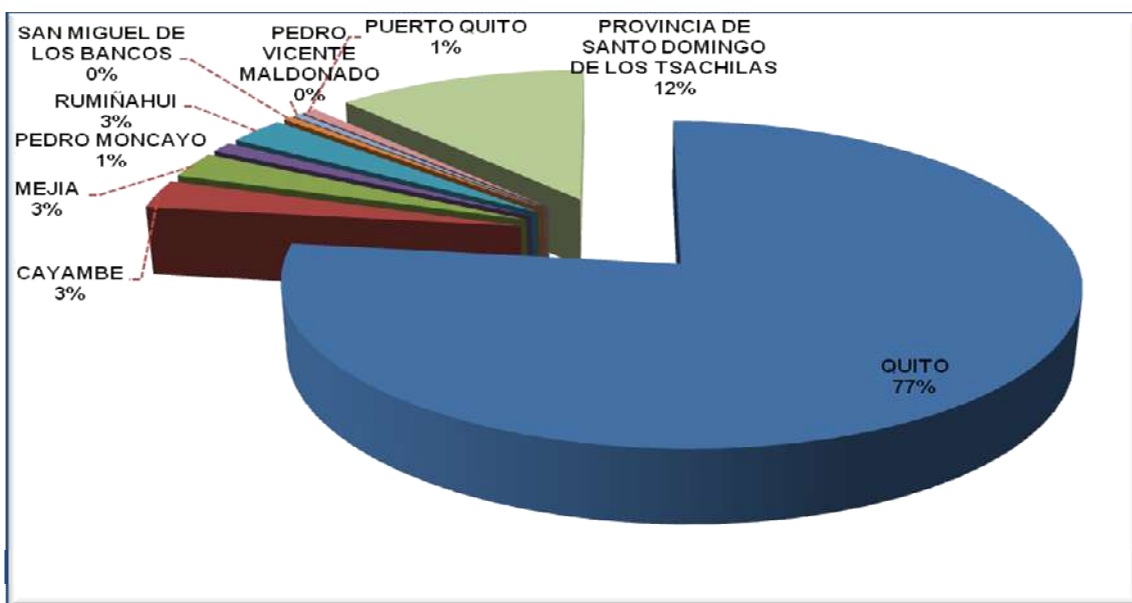
### **POBLACIÓN**

La población es objeto de investigación, está constituida por las familias de la provincia de Pichincha, con sus respectivos cantones y una parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Que figura como población afectada de 3, 177,127 personas para el año 2009, que representa aproximadamente 635,464 familias, (Datos proyectados con el 3.60 % como tasa de crecimiento, ya que según los resultados preliminares del

VI Censo de Población y V de Vivienda realizado en el 2001 esta población fue 2, 388,817 personas).

**GRÁFICO N° 4.1**  
**POBLACIÓN DE PICHINCHA Y SANTO DOMINGO DE LOS TÁSCHILAS**



Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Para poder determinar el tamaño de la muestra se procedió a proyectar la población económicamente activa. Para lo cual procedí a despejar la siguiente fórmula:

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

**Donde:**

Pf = Población Futura

Pa = Población Actual

1 = Variable

r = Tasa de crecimiento población

n = N° de periodos

**DESARROLLO DE LA FORMULA**

$$Pf = Pa(1 + i)^8$$

$$Pf = 2388817 (1 + 0.036)^8$$

$$Pf = 2388817 (1.33)$$

$$Pf = 3177127$$

**POBLACIÓN PROYECTADA POR CANTONES**

**CUADRO N° 4.1  
POBLACIÓN PROYECTADA POR CANTONES**

CANTONES	POBLACION ACTUAL	VARIABLE	TASA DE CRECIMIENTO	N° DE PERIODOS	TOTAL POBLACION PROYECTADA
QUITO	1839853	1	0,036	8	2447004
CAYAMBE	69800	1	0,036	8	92834
MEJIA	62888	1	0,036	8	83641
PEDRO MONCAYO	25594	1	0,036	8	34040
RUMIÑAHUI	65882	1	0,036	8	87623
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	10717	1	0,036	8	14254
PEDRO VICENTE MALDONADO	9965	1	0,036	8	13253
PUERTO QUITO	17100	1	0,036	8	22743
PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS (cantón)	287018	1	0,036	8	381734
<b>TOTAL</b>					<b>3177127</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

## MUESTRA

Se desea tomar una muestra para saber la opinión de las personas, con la finalidad de aplicar correctamente las encuestas y así conocer la factibilidad de la investigación, se considero la fórmula del muestreo con error estándar menor de 0.05 al 90 % de confiabilidad, para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(1) + Ne^2}$$

### Donde:

n = Número de elementos de la muestra

N = Total de la población por familias

e= Margen de error permitido aplicado es 5%

## DESARROLLO DE LA FORMULA

Total de habitantes por familias de la provincia de Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas.

$$n = \frac{635464}{(1) + (635464)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{635464}{1589.66}$$

$$n = 399.74$$

$$n = 400 \text{ familias}$$

En la presente investigación se asumirá una muestra aleatoria de 400 familias, para obtener una información verídica.



## MUESTRA POR CANTONES

**CUADRO N° 4.2**  
**MUESTRA PROYECTADA POR CANTONES**

CANTONES	POBLACIÓN 2001	POBLACIÓN PROYECTADA 2009	POBLACIÓN POR FAMILIAS	MUESTRA	PORCENTAJE
QUITO	1839853	2447004	489431	308	77,02%
CAYAMBE	69800	92834	18568	12	2,92%
MEJIA	62888	83641	16729	11	2,63%
PEDRO MONCAYO	25594	34040	6808	4	1,07%
RUMIÑAHUI	65882	87623	17526	11	2,76%
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	10717	14254	2851	2	0,45%
PEDRO VICENTE MALDONADO	9965	13253	2651	2	0,42%
PUERTO QUITO	17100	22743	4549	3	0,72%
PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS (cantón)	287018	381734	76351	48	12,02%
<b>TOTAL</b>	<b>2388817</b>	<b>3177127</b>	<b>635464</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

## **5. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS**

Los diferentes complejos turísticos, vienen ofreciendo a la colectividad servicios tales como alojamiento, canchas deportivas, salón de recepciones y eventos, restaurante, piscina, bar, etc.

Estos servicios son demandas en el mercado por recreación, ambiente, por la calidad el servicio y preferencia.

El proyecto se dedicará a la prestación de diferentes servicios, como piscina, caminatas por el trayecto que cuenta el complejo turístico en donde podrán observar la diversidad de Flora y Fauna (agroturismo), existirá un restaurante con comida nacional y típica del lugar principalmente el “tapao” y “encocao” de pescado, canchas deportivas, alojamiento (cabañas), la cual estará construida con materiales del medio con baño privado y con capacidad de 2 a 4 personas por cabaña, contará con una tarabita, y piscina natural porque de acuerdo a los resultados obtenidos son los servicios que mayormente demanda la colectividad.

La decoración de interiores y exteriores tendrá un estilo tropical y moderno, a través del aprovechamiento de los recursos turísticos disponibles (aprovechamiento del lugar geográfico). Se contará con el mejor personal idóneo y calificado para la atención a los clientes.

### **5.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Una vez recopilada la información con los diferentes instrumentos, se procedió a realizar el debido procesamiento y análisis de la información después de la tabulación respectiva de las encuestas. Todo esto apoyado de gráficos estadísticos que permitirán ver de mejor manera los resultados encontrados.

#### **5.1.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION**

Con la muestra de 400 personas que equivale al 100% responden de la siguiente manera.

### 1. Marque con una X el ingreso mensual que tiene su familia

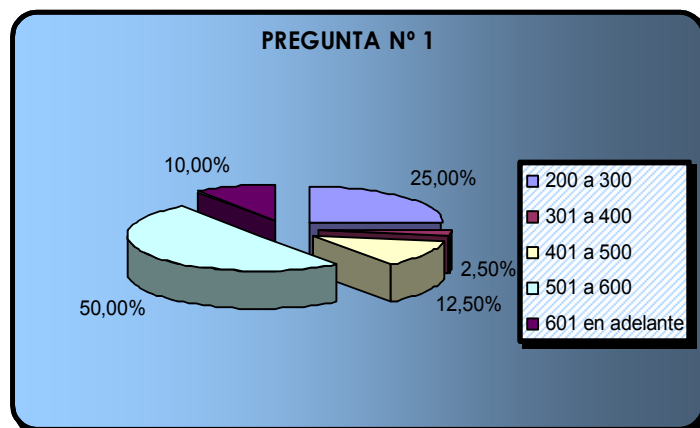
**CUADRO N° 5.1**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
200 a 300	100	25,00%
301 a 400	10	2,50%
401 a 500	50	12,50%
501 a 600	200	50,00%
601 en adelante	40	10,00%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a Familias de las dos Provincias (Pichincha y el Cantón Santo Domingo de los Tsáchilas)

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 5.1**



**Fuente:** Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón

**Elaborado por:** La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se realizó las encuestas a las 400 familias de la Provincia de Pichincha con sus respectivos cantones y parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, de los cuales el 50% respondió que tiene un ingreso de 501 a 600 dólares, un 25% respondió que tiene un ingreso de 200 a 300 dólares, un 10% tiene un ingreso de 601 dólares en adelante, un 12.5% tiene un ingreso de 401 a 500 dólares, y un 2.5% tiene un ingreso de 301 a 400 dólares, con este resultado se puede establecer que la población si cuenta con una mejor capacidad adquisitiva.

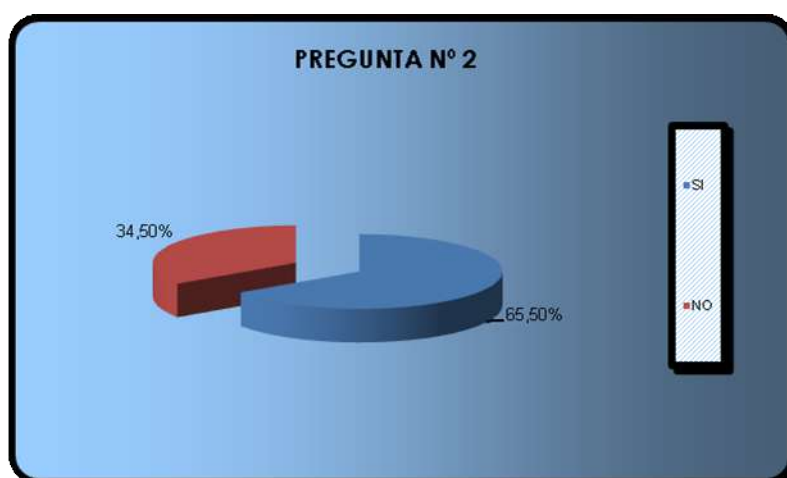
## 2. Visita Ud. algún lugar o centros de recreación turística

CUADRO N° 5.2

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	262	65,50%
NO	138	34,50%
TOTAL	400	100,00%

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.2



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la siguiente pregunta de nuestra encuesta de las 400 familias el 65.50% de los encuestados dice que si visitan centros de recreación ya que a través de ellos se pueden desestresarse y cambiar de rutina, mientras que 34.50% que debido a su tiempo no lo hacen, por lo cual se puede evidenciar que la mayor parte de la población visitan lugares turísticos.

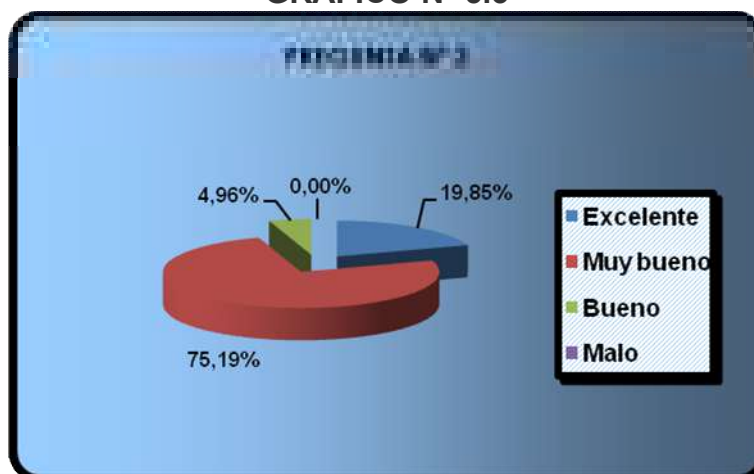
### 3. ¿Cómo considera al servicio del complejo turístico que Ud. ha visitado?

CUADRO N° 5.3

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Excelente	52	19.85%
Muy bueno	197	75.19%
Bueno	13	4.96%
Malo	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.3



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Calificando el servicio que han recibido en el complejo turístico que han visitado las familias encuestadas de la Provincia de Pichincha sus cantones y la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, un 75% respondió Muy Bueno, un 20% respondió que estuvo Excelente, y 5% restante respondió Bueno por lo que ninguno de los encuestados ha recibido un servicio Malo.

#### 4. ¿Con que frecuencia usted visita un complejo turístico?

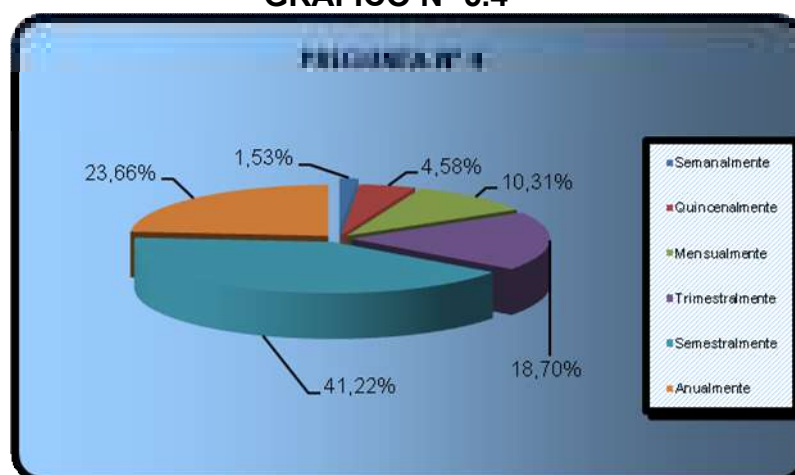
CUADRO N° 5.4

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Semanalmente	4	1,53%
Quincenalmente	12	4,58%
Mensualmente	27	10,31%
Trimestralmente	49	18,70%
Semestralmente	108	41,22%
Anualmente	62	23,66%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.4



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón

Elaborado por: La Autora

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 262 familias que se aplicó las encuestas respondieron que 108 familias que equivale el 41.22% visitan centros turísticos semestralmente, 62 familias que equivale al 23.66% visitan anualmente, 49 familias que equivale al 18.70% lo realizan visitas trimestralmente, mensualmente 27 familias visitan centros turísticos que equivale al 10.31%, teniendo un porcentaje mínimo quincenal y semanalmente del 4.58% y 1.53% respectivamente que realizan visitas, con esta información se puede analizar que durante el año las familias de la Provincia de Pichincha con sus cantones y parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas realizan visitas a los centros turísticos.

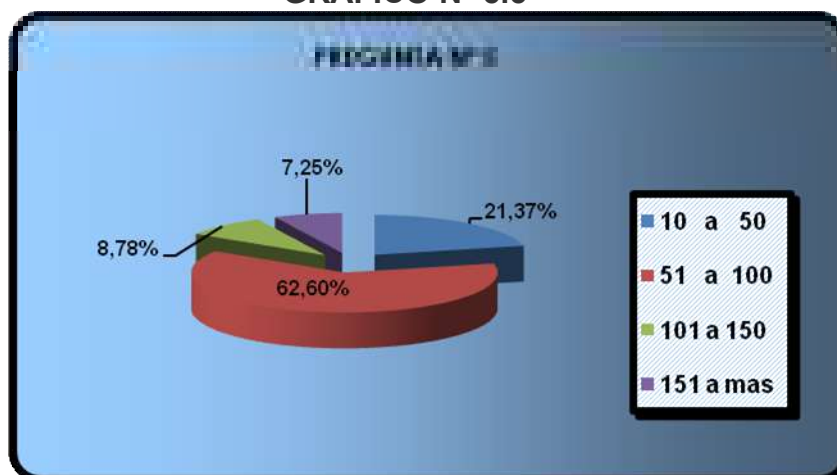
**5. ¿Cuál es su gasto promedio familiar que tiene por visita a un complejo turístico?**

**CUADRO N° 5.5**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
10 a 50	56	21.37%
51 a 100	164	62.60%
101 a 150	23	8.78%
151 a mas	19	7.25%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.5**



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Según los resultados obtenidos tenemos que de las 262 familias su gasto promedio al visitar un centro turístico es de \$51.00 a \$100.00 que corresponde al 62.60 % equivalente a 164 familias, de \$10.00 a \$50.00 están dispuestos a gastar 56 familias equivaliendo al 21.37%, de \$101.00 a \$150.00 gastan 23 familias que equivale al 8.78%, finalmente se tiene que de \$151.00 en adelante gastan 19 familias que equivale al 7.25%, teniendo así un ingreso aceptable de \$51.00 a \$100.00 que les permite satisfacer de mejor forma sus necesidades

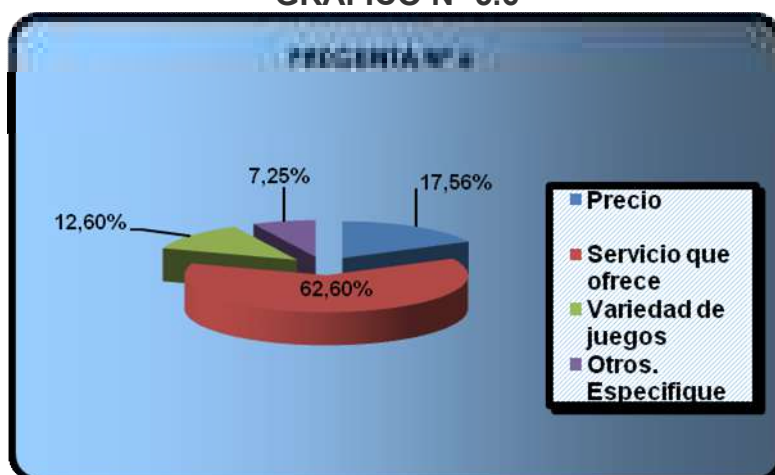
## 6. Indique los motivos por los cuales prefiere el complejo que frecuenta.

CUADRO N° 5.6

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Precio	46	17.56%
Servicio que ofrece	164	62.60%
Variedad de juegos	33	12.60%
Otros. Especifique	19	7.25%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.6



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados obtenidos de 262 encuesta aplicada tienen preferencia por los servicios que ofrecen dando un 62.60%, un 17.56% tienen tendencia por el precio, 12.60% tienen preferencias por la variedad de juegos y un menor porcentaje de un 7.25% tiene preferencia por otros, esto manifiesta que las familias buscan lugares de relajación y sitios acogedores donde la calidad del servicio sea excelente que les permita sentirse bien y disfrutar de los fines de semana, vacaciones, etc.



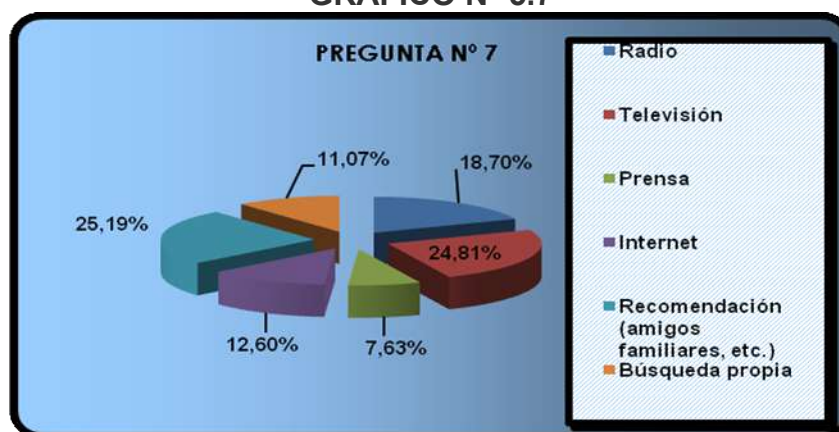
## 7. ¿Por qué medio de comunicación Ud. se informa frecuentemente de lugares o sitios turísticos?

CUADRO N° 5.7

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Radio	49	18.70%
Televisión	65	24.81%
Prensa	20	7.63%
Internet	33	12.60%
Recomendación (amigos familiares, etc.)	66	25.19%
Búsqueda Propia	29	11.07%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.7



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información recopilada en las encuestas la preferencia de los medios de comunicación para la publicidad son variadas, pero la mayor inclinación es la recomendación de amigos, familiares, etc. Ya que del total de las 262 encuestas aplicadas a las familias el 25.19% apoyan esta noción, otro medio de mayor acogida es la televisión con el 24.81%, luego tenemos la publicidad del radio con un 18.70%, seguido del internet con el 12.60% que en la actualidad es un medio importante y utilizado de publicidad, a continuación esta la búsqueda propia con el 11.07% de los encuestados, finalmente tenemos la prensa como última instancia que representa el 7.63%.

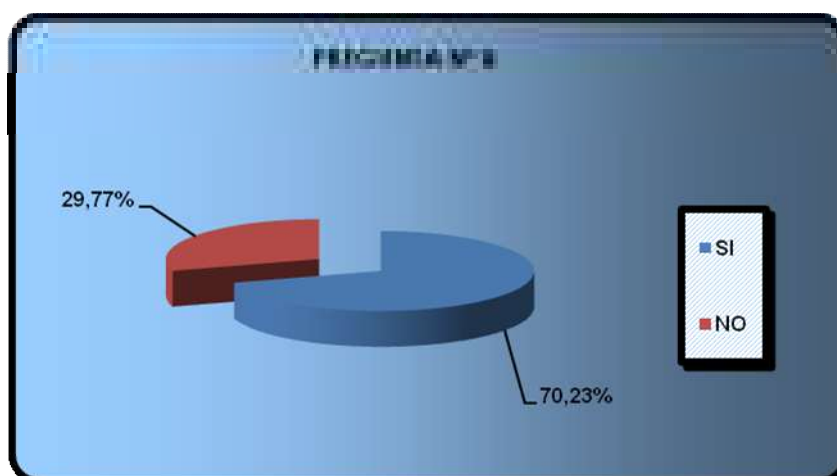
**8. Al crearse un centro turístico en el cantón “Puerto Quito” Estaría dispuesto hacer uso de un nuevo complejo.**

**CUADRO N° 5.8**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	184	70.23%
NO	78	29.77%
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.8**



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Se puede observar que existe una disponibilidad mayoritaria a conocer y hacer uso de un nuevo complejo turístico ya que el 70.23% de las familias encuestadas se han manifestado a favor, esto significa que existe una demanda muy significativa la cual lleva a ser factible la implementación del mismo. Por otra parte existe una minoría del 29.77% que manifiesta que no está dispuesto a conocer dicho centro lo cual no afecta para la creación del complejo turístico.

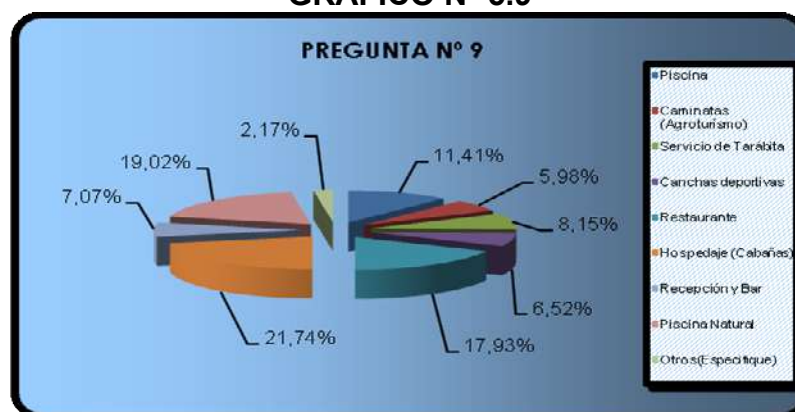
## 9. Que servicios desearía que se implementara

**CUADRO N° 5.9**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Piscina	21	11,41%
Caminatas (Agroturismo)	11	5,98%
Servicio de Tarabita	15	8,15%
Canchas deportivas	12	6,52%
Restaurante	33	17,93%
Hospedaje (Cabañas)	40	21,74%
Recepción y Bar	13	7,07%
Piscina Natural	35	19,02%
Otros(Especifique)	4	2,17%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.9**



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Existe una variedad de servicios que se implementara en el complejo turístico, entre los más importantes que requieren las familias encuestadas se tiene: el servicio alojamiento con un 21.74%, seguido de ello se tiene el servicio de restaurante con el 17.93%, a continuación esta el servicio de las piscinas con un 19.02% que corresponde a la piscina natural, con 11.41% a la piscina normal, el servicio de la tarabita comprende el 8.15%, recepción y bar con el 7.07% , las canchas deportivas el 6.52%, el servicio de caminatas (agroturismo) el 5.98%, en otros los más importantes están el salón de juegos, botes, sala de karaoke, etc. todo esto comprende el 2.17%, con este resultado se puede establecer los principales servicios y la prioridad que tendrá el complejo turístico.

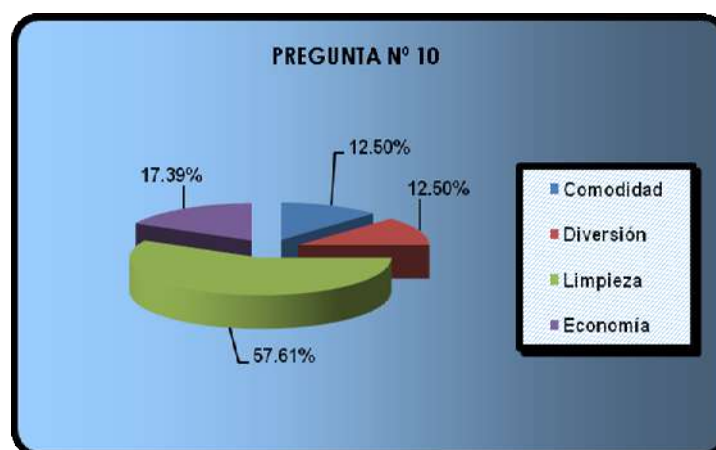
## 10. Qué beneficios le gustaría que tenga el complejo turístico

CUADRO N° 5.10

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Comodidad	23	12.50%
Diversión	23	12.50%
Limpieza	106	57.61%
Economía	32	17.39%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 5.10



Fuente: Encuesta a Familias de las dos Provincias y el Cantón  
Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La información recopilada indica preferencia a los beneficios que le gustaría que tenga el nuevo complejo turístico entre el más destacado esta la limpieza con el 57.61% ya que este refleja la presentación del mismo, a continuación tenemos el factor económico con el 17.39%, finalmente esta la comodidad y diversión con un porcentaje del 12.50%, esto indica que las familias buscan lugares acogedores donde les permita tener un momento relajación y distracción.

### 5.1.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A LOS OFERENTES

Para el análisis de la oferta se considero una muestra de 163 centros turísticos de la provincia de Pichincha con sus respectivos cantones y parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que prestan servicios similares al que se quiere implementar.

A continuación se expone los datos de las entrevistas aplicadas:

#### 1. ¿Su Complejo turístico es visitado frecuentemente por familias?

**CUADRO N° 5.11**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	163	100,00%
NO	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevista a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.11**



Fuente: Entrevista a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos se puede evidenciar que el 100% de los centros turísticos son visitados por familias, lo que nos indica que al crearse un nuevo complejo se obtendrá un buen posicionamiento en el mercado.

## 2. ¿Cuántas familias hacen uso de su complejo turístico?

**CUADRO N° 5.12**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
001-100	25	15,34%
101-200	30	18,40%
201-300	48	29,45%
301-400	60	36,81%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.12**



Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados obtenidos se puede afirmar que de los entrevistados existe el uso del complejo turístico por las familias de 301 a 400 visitas el 35.58%, seguido se obtiene visitas del 201 a 300 que equivale al 25.15%, de 101 a 200 visitas que equivale al 22.70% y finalmente se tiene un 16.56% de familia que utilizan complejos turísticos.

**3. ¿A parte de su establecimiento conoce usted otro que preste el mismo tipo de servicio?**

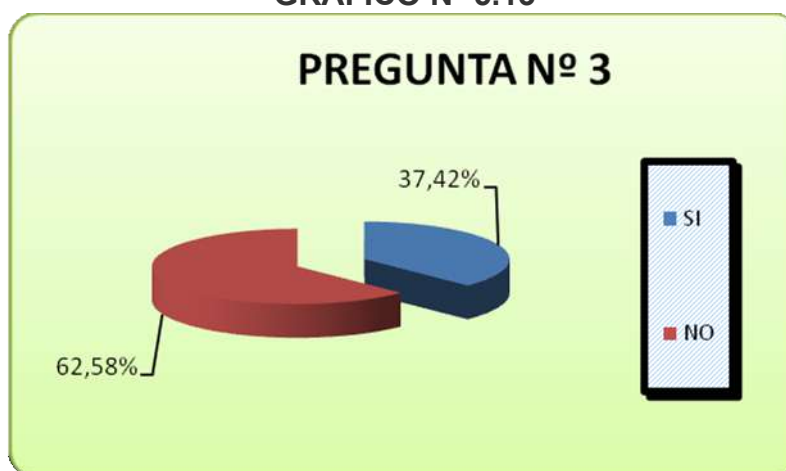
**CUADRO N° 5.13**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	61	37,42%
NO	102	62,58%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.13**



Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Existe un 62.58 % de complejos turísticos que no prestan servicios similares cada uno tiene su exclusividad por lo que las familias que visiten puede identificar a cada cual es de su mejor agrado, un 37.42% tienen un servicio similar.

#### 4. ¿Por qué prefieren sus servicios?

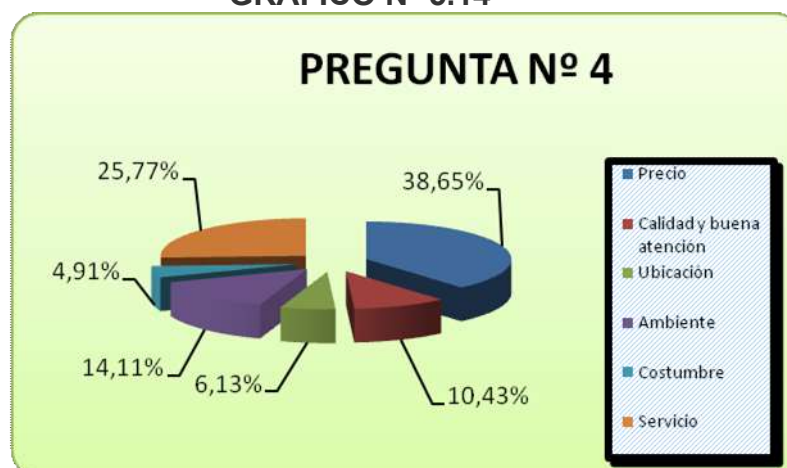
**CUADRO N° 5.14**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Precio	63	38,65%
Calidad y buena atención	17	10,43%
Ubicación	10	6,13%
Ambiente	23	14,11%
Costumbre	8	4,91%
Servicio	42	25,77%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.14**



Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los centros turísticos entrevistados indican que el 38.65 % los visitantes prefieren el servicio por el precio, también el 25.77 % se extiende al tipo de servicio que presta cada uno, un 14.11% al tipo de ambiente que presta, un 10.43% se acogen a la calidad y buena atención que presta cada uno de los complejos turísticos, con una minoría tenemos el 6.13% que visitan por la ubicación y un 4.91% que lo realizan por costumbre.



## 5. ¿Cuál es el precio que ofrece por la utilización de sus servicios?

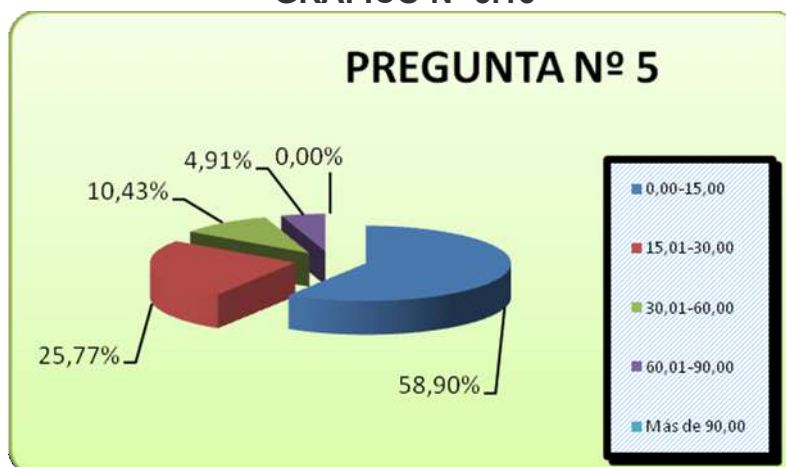
**CUADRO N° 5.15**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
0,00-15,00	96	58,90%
15,01-30,00	42	25,77%
30,01-60,00	17	10,43%
60,01-90,00	8	4,91%
Más de 90,00	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.15**



Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El precio que está en el mercado de los centros turísticos es de 0 a 15 dólares que equivale al 58.90% de todos los entrevistados, con un 25.77% tiene un precio de 15.01 a 30,00 dólares, el 10.43% corresponde a un precio de 30.01 a 60.00 dólares y un 4.91% está en un precio de 60.01 a 90.00 dólares, lo indica que el precio que debe tener el complejo turístico a implementarse debe estar entre 0 a 15,00 dólares.

## 6. ¿En base a qué fija los precios del servicio que ofrece?

**CUADRO N° 5.16**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Competencia	88	53,99%
Clientela	16	9,82%
Costos	59	36,20%
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 5.16**



Fuente: Entrevistas a los Centros Turísticos

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los diferentes centros turístico fijan su precio basándose en la competencia la mayoría con 53.99% lo realizan de esta alternativa, por los costos se fluctúan un 36.20% finalmente por la clientela esta el 9.82 % esto me ayuda a identificar como puedo relacionar el precio que va tener el complejo turístico.

## **6. DISCUSIÓN**

### **6.1 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **6.1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

El Estudio de Mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar el proyecto, tiene como finalidad demostrar o probar que existe un número suficiente de individuos, empresas y otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones representan una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto en cierto período.

Para garantizar la calidad del estudio se deben cumplir las siguientes acciones:

- Identificar las variables más importantes que se encuentran en el mercado del servicio que ofrece el proyecto.
- Procesar y analizar la información recopilada.
- Proyectar su comportamiento al futuro.

#### **OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO**

Los objetivos del mercado son los siguientes:

#### **OBJETIVOS GENERALES**

- Determinar la existencia de una demanda real para la creación del complejo turístico en el cantón de Puerto Quito, permitiendo establecer los factores para combatir la demanda y que su funcionamiento contribuya el desarrollo de todos los habitantes.

- Determinar la factibilidad del proyecto, estudiando el mercado, con el fin de establecer su aceptación entre los diferentes turistas y garantizar que la inversión realizada genere la rentabilidad esperada.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar planes estratégicos para el funcionamiento y atracción de nuevos clientes.
- Realizar un estudio prefactibilidad para el funcionamiento del centro turístico.
- Investigar el comportamiento de oferta y demanda de los clientes, con el propósito de cuantificar la demanda insatisfecha existente en el mercado del cantón de Puerto Quito, la provincia de Pichincha y parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Determinar los motivos que llevan al turista a venir a Puerto Quito.
- Conocer las actividades que les gusta realizar durante su viaje.(actividades recreativas , ocio, etc.)
- Conocer su disponibilidad de tiempo (permanencia en el lugar)
- Determinar los medios que utiliza el turista para informarse acerca de Puerto Quito.
- Conocer si el turista nacional y extranjero está interesado en hacer uso de nuestro servicio.
- Conocer las principales actividades y visitas que realiza.
- Conocer a las principales empresas que brindan servicios similares o sustitutos.

Para la consecución de los propósitos y objetos del complejo, ha sido necesario el lanzamiento de dos tipos de encuestas, dirigida a las familias de la provincia de Pichincha, con sus respectivos cantones y una parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y la segunda dirigida a los complejos turísticos promotores de este servicio, que constituyen el mercado el oferente del Cantón

### 6.1.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El Cantón Puerto Quito recibe una fuerte afluencia turística que va creciendo con los años, se sabe sobremano que Puerto Quito es el destino obligado de todo turista, cualquiera que sea su motivo de viaje. La ciudad de Puerto Quito generalmente no es el destino final del turista en nuestra Provincia, es sólo la ciudad que la conectará a otra, es así que los turistas pasan dos o más días en tránsito por ésta ciudad a la espera de realizar su viaje de conexión a su destino final, por lo tanto suele ocurrir que para su estadía transitoria en la ciudad de Puerto Quito no tienen un itinerario ni un plan de viajes programados, ante esta carencia y además porque se cuentan con atractivos de muy buena calidad cercanos a la ciudad de Puerto Quito, tanto de belleza paisajística, riqueza geográfica y de interés cultural, consideramos la posibilidad de constituir un complejo turístico que cubra esta necesidad.

Para saber si existirá demanda de este servicio es necesario la realización de encuestas, dada la naturaleza de la investigación requerí de esta información para emprender la recolección de datos que necesité y éstos a su vez nos permitan cumplir con nuestros objetivos específicos.

Para esto se considero a las familias que están distribuidas en la provincia de Pichincha en sus Cantones y parte de la provincia de los Santo Domingo de los Tsáchilas, que responderían de acuerdo a su experiencia de visita, cuáles eran sus motivaciones y qué servicios no habían encontrado, entre otros; todo esto se haría con las familias que tienen un determinado plan de viaje y aquellos que están de tránsito en Puerto Quito antes de salir de visita al interior del país.

### **6.1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda de toda empresa esta conformada por la cantidad de producto requerido por los usuarios en un momento determinado, para establecer la demanda, se acudió a información estadística, además de acuerdo a la muestra seleccionada se aplicó encuestas para luego obtener la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

Con el análisis de la demanda se tiene referencia de la cantidad de usuarios potenciales, en el presente y en años futuros. Para este estudio se utiliza una muestra de 400 familias, la misma que esta planteada en la metodología de este trabajo.

El principal propósito de este análisis es determinar la posibilidad que tiene el complejo turístico, en la satisfacción de dicha demanda, determinando ciertos factores como son:

- Estimación del uso promedio del servicio del complejo turístico.
- Determinación de la demanda potencial.
- Determinación de la demanda real o efectiva.
- Determinación de la demanda insatisfecha (Balance Oferta – Demanda).

#### **6.1.3.1 ESTIMACIÓN DEL USO PROMEDIO DEL SERVICIO DEL COMPLEJO TURISTICO**

Ha sido posible tener un conocimiento de cuales son los usuarios actuales y cuales los clientes futuros así como tambien gustos y preferencias de los mismos, a través del estudio de la demanda, para ello se toma referencia en los resultados obtenidos de la pregunta N° 4 de la encuesta aplicada a las 262 familias la que menciona la frecuencia de visitas a un complejo turistico.

**CUADRO N° 6.1**  
**ESTIMACIÓN DEL USO PROMEDIO ANUAL DEL SERVICIO**

PREGUNTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE	FACTOR	PROMEDIO	TOTAL
Semanal	4	1,53%	52	26	104
Quincenal	12	4,58%	24	12	144
Mensual	27	10,31%	12	6	162
Trimestral	49	18,70%	4	2	98
Semestral	108	41,22%	2	1	108
Anualmente	62	23,66%	1	0,5	31
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>100,00%</b>			<b>647</b>
					<b>784/262</b>
					<b>2,47</b>

Fuente: Cuadro N° 5.4  
Elaborado por: La Autora

### 6.1.3.2 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial es la cantidad de bienes o servicios que podrían, consumir o utilizar de un determinado producto o servicio en el mercado, es decir se considera la totalidad de la población en estudio que es de 635,464 familias, del Cuadro N° 4.2 proyectadas para el año base; esto multiplicado por el porcentaje del 65.50% que visitan complejos turísticos, éste dato se lo obtiene de la información del Cuadro N° 5.2. De la encuesta aplicada a 400 familias y nos da como resultado 416,229 familias potenciales que visitan centros de creación.

**CUADRO N° 6.2**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

<b>AÑOS</b>	<b>Δ POBLACIÓN TOTAL FAMILIAS (TC 3,60%)</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (65,50%)</b>
0	635464	416229
1	658341	431213
2	681217	446197
3	704094	461182
4	726971	476166
5	749848	491150

Fuente: Cuadro N° 4.2 y Cuadro 5.2  
Elaborado por: La Autora

### **6.1.3.3 DEMANDA REAL O EFECTIVA**

Es el volumen o cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos en el mercado determinado, ya que existen restricciones para adquirir el producto debido a la situación económica, ingresos u otros.

Para determinar la demanda efectiva se utiliza los datos del Cuadro N° 5.8, el cual menciona si están dispuestos adquirir el servicio al crearse un centro turístico a hacer uso del mismo, en caso de que se instale en el cantón de Puerto Quito, obteniéndose que de 262 familias encuestadas se determina que 184 familias están dispuestos a hacer uso de los servicios del complejo turístico que corresponde al 70.23%.

A continuación se representa la demanda efectiva proyectada:



**CUADRO N° 6.3**  
**DEMANDA REAL O EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA REAL (70.23%)</b>
0	416229	292318
1	431213	302841
2	446197	313364
3	461182	323888
4	476166	334411
5	491150	344935

Fuente: Cuadro N° 5.8  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 6.4**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>Δ POBLACIÓN TOTAL FAMILIAS 3,60%</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (65,50%)</b>	<b>DEMANDA REAL O EFECTIVA (70.23%)</b>	<b>PROMEDIO DE SERVICIO ANUAL</b>	<b>DEMANDA TOTAL</b>
0	635464	416229	292318	2	584635
1	658341	431213	302841	2	605682
2	681217	446197	313364	2	626729
3	704094	461182	323888	2	647776
4	726971	476166	334411	2	668823
5	749848	491150	344935	2	689869

Fuente: Cuadro N° 6.1, Cuadro N° 6.2 y Cuadro N° 6.3  
Elaborado por: Sonia Toapanta

#### **6.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El Análisis de la oferta se la puede relacionar como la cantidad de un bien o de un servicio que entra en el mercado a un precio dado en un determinado periodo de tiempo.

#### 6.1.4.1 CÁLCULO DE LA OFERTA

Con la información obtenida sobre catastros de la Provincia de Pichincha con sus respectivos cantones y parte de la provincia de los Santo Domingo de los Tsáchilas existen 163 complejos turísticos que ofrecen servicios similares al complejo turístico que se va implementar y en base a los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, que esta expresada en el Cuadro N° 5.12, se tiene un promedio de 238 familias visitan mensualmente complejos turísticos.

**CUADRO N° 6.5**  
**ANÁLISIS DE LA OFERTA**

PREGUNTA	Nº DE ENCUESTA	PORCENTAJE	X.m	NºE*X.m
01 -100	25	15,34%	50,5	1262,50
101 - 200	30	18,40%	150,5	4515,00
201 -300	48	29,45%	250,5	12024,00
301- 400	60	36,81%	350,5	21030,00
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>100,00%</b>		<b>38832</b>
				<b>38832/163</b>
				<b>238,23</b>

Fuente: Cuadro N° 5.12  
Elaborado por: La Autora

#### 6.1.4.2 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo a las encuesta aplicadas a los oferentes el número de clientes varía 201- 300 familias por mes, como promedio obteniendo una media de 2859 familias, el cual se obtuvo de la multiplicación del resultado del análisis de la oferta que es de 238.23 por los 163 complejos turísticos, obteniendo así un total de visitas mensuales, para obtener el dato anual se multiplico por los 12 meses del año y este resultado se divide para el total de centros turísticos que existe en la Provincia de Pichincha con sus respectivos cantones y parte de la provincia de los Santo Domingo de los Tsáchilas.

**CUADRO N° 6.6  
DETERMINACION DE LA OFERTA**

PROMEDIO MENSUAL POR VISITA	NUMERO DE COMPLEJOS TURISTICOS	VISITAS MENSUALES	NÚMERO DE MESES	VISITAS ANUALES	VISITA ANUAL POR COMPLEJO TURÍSTICO
238	163	38832	12	465978	<b>2859</b>

Fuente: Cuadro N° 6.5  
Elaborado por: La Autora

#### 6.1.4.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

De la información obtenida en la entrevista a los propietarios de los complejos turísticos, se pudo determinar que el crecimiento de la oferta es del 2.8 % anual, dato obtenido en el Ministerio de Turismo y es así, que con esta tasa de crecimiento permite expresar el escenario futuro de la oferta de este servicio en el mercado del Cantón de Puerto Quito, tal como se demuestra en el siguiente Cuadro N° 6.7

**CUADRO N° 6.7  
PROYECCION DE LA OFERTA**

AÑO	Nº COMPLEJOS TURISTICOS	HOSPEDAJE ANUAL POR COMPLEJO TURISTICO	OFERTA TOTAL ANUAL
	2,80%		
0	163	2859	465978
1	168	2859	479025
2	172	2859	492438
3	177	2859	506226
4	182	2859	520401
5	187	2859	534972

Fuente: Cuadro N° 6.5 y Cuadro N° 6.6  
Elaborado por: La Autora

#### 6.1.4.4 BALANCE DE OFERTA – DEMANDA

Es la relación que existe entre la demanda y la oferta, en la cual nos permite determinar la oportunidad del mercado.

Se realiza un balance entre la oferta y demanda, de esta forma se toma como base la cantidad demandada y ofertada establecidas en la proyección de las mismas.

La oferta proyectada permite hacer la comparación quedando demostrado en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 6.8  
BALANCE OFERTA - DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA TOTAL ANUAL</b>	<b>OFERTA TOTAL ANUAL</b>	<b>OPORTUNIDAD DE MERCADO</b>
0	584635	465978	118657
1	605682	479025	126657
2	626729	492438	134291
3	647776	506226	141549
4	668823	520401	148422
5	689869	534972	154898

**Fuente:** Cuadro N° 6.4 y Cuadro N° 6.7  
**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo al cuadro N° 6.8 para los cinco años tenemos; para el primer año 118,657 utilizaron el servicio, para el segundo año 126,657, para el tercer año 134,291, para el cuarto 148,422, finalmente para el quinto año 154,898.

El proyecto brindará una nueva oferta para los demandantes, aspiramos que un porcentaje de las familias que pasen o se queden en el Cantón con una adecuada publicidad vayan al complejo turístico.

#### **6.1.4.5 COMPETENCIA**

La competencia a nuestro servicio lo constituye principalmente a diferencia de los demás complejos turísticos existentes, la hostería “Cabañas del Río” también se puede mencionar otros complejos turísticos como:

La Hostería “Cocoa” y el “Caoní” que prestan sus servicios en el Cantón Puerto Quito, en la Provincia de Pichincha tenemos los centros turísticos como el Club Balneario los Girasoles, Agua & Montaña, Ushimana, Ecológico Fuentes Cristalinas, Angamarca, Mirasierra, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas tenemos el Complejo Turístico "Los Fikuz", El Arenal y El Primavera.

#### **6.1.5 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Para la comercialización de este servicio se utiliza mecanismos y técnicas modernas que permiten dar a conocer las bondades de este privilegiado lugar.

##### **6.1.5.1 SERVICIO**

El servicio se considera como diferentes actividades que realizan las empresas con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

El Complejo Turístico “La naturaleza de Puerto Quito” contará con los siguientes servicios:

- **SERVICIO DE RESTAURANT**

Este servicio se caracterizará porque principalmente ofrecerá platos típicos propios de la zona como es el encocado de pescado, tilapia al horno, ayampacos, el delicioso chocolate elaborado con el cacao de la zona y otros platos sugeridos por la clientela.

- **SERVICIO DE PISCINA.-**

Principalmente este servicio se identificara por una piscina natural que estará ubicada en el rio que atraviesa el complejo turístico donde se podrá observar la flora y fauna en todo su esplendor, además podrán hacer uso de la otra piscina de acuerdo a gustos y preferencias del cliente.

- **SERVICIO DE CAMINATAS (AGROTURISMO)**

En este servicio se podrá disfrutar las caminatas a través del bosque húmedo primario, experimentando la vida salvaje y paisajes hermosos.

También se podrá observar pájaros, plantas, flores y, con algo de suerte también algún mamífero salvaje del lugar.

Entre las flores tenemos Orquídeas, bromelias, heliconias y árboles primarios están entre las muchas especies de su flora. En la fauna se podrá observar armadillos, guanta, guatusas, colibrís, halcones, loros y otros.

- **SERVICIO DE TARABITA**

La tarabita deja emocionados a los niños, y adultos, A todos les gusta elevarse por los aires con la polea especial, esto les ayudará a subir su adrenalina.

- **SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Este servicio se identificará por la conservación de la naturaleza, por ello las cabañas están ubicadas en un ambiente natural rodeadas de árboles y en el centro de la colección de orquídeas con el aroma de las flores, el canto de las aves y la tranquilidad de un lugar, en armonía con la naturaleza.

- **SERVICIO DEPORTIVO**

Contara con unas canchas deportivas donde la clientela podrá hacer uso para el desarrollo de sus actividades recreativas y deportivas y fomentar la practica del deporte entre niños, jóvenes y adultos.

- **SERVICIO DE BAR**

Este servicio ofrecerá un lugar de encuentro o reunión informal podrán hacer uso de las diferentes bebidas de la zona como la crema de cacao, crema de piña, limón, etc.

Son los servicios más relevantes con los que contara el complejo turístico.

Los frutos de este proceso no solo tendrá efectos en el flujo de turistas para el nuevo servicio, sino también en el de los servicios tradicionales del Cantón por cuyo motivo, esta perspectiva del proyecto es de suma importancia para el éxito futuro del funcionamiento del Complejo turístico

La fuerza de ventas básicamente estará liderada por las personas que dentro de la Junta Parroquial tienen esa responsabilidad, con la perspectiva de ligar permanentemente la imagen corporativa de la misma y sus actuales servicios con el nuevo atractivo, en cuanto a publicidad y artículos promocionales, paquetes de visitas, etc.; y obviamente difundiendo sus bondades a través de los contactos personales existentes y los que se pudieren conseguir.

#### **6.1.5.2 PRECIO**

Naturalmente toda persona busca el mejor precio de un producto o servicio, pero la psicología del usuario es muy diferente de acuerdo a los grupos sociales, de referencia, económicos y otros. El complejo turístico se concentrará en la relación precio-calidad, ya que la toma de decisión de adquisición del servicio del usuario siempre confía mucho en el precio como un indicador de calidad del servicio.

El precio para los diferentes servicios que brindará el complejo turístico se lo determinara basándose en los costos y el margen de utilidad, también de acuerdo a los precios fijados por la competencia en el mercado, porque el precio no puede estar muy elevado ni por debajo de la competencia.

#### **TARIFAS PARA LOS SERVICIOS**

<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO POR PERSONA</b>
Restaurant	2.20
Piscina	2.36
Alojamiento	12,01

Para los otros servicios como es la tarabita, las caminatas, el bar, las canchas deportivas no se fijaran precios porque podrán hacer uso al momento que utilicen los otros servicios.

### **6.1.5.3 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

#### **6.1.5.3.1 PROMOCIÓN**

Es un elemento básico dentro del marketing, ya que por medio de esta una organización, puede informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y su productos, básicamente constituye en un intento a fluir.

Una estrategia de promoción será la realización de algunos convenios con instituciones locales, nacionales e internacionales. Entre estos podemos considerar el Ministerio de Turismo, la Corporación Metropolitana de Turismo, Embajadas, Escuelas, Colegios y Universidades, Fundaciones.

Otra opción para eliminar costos en la comercialización del complejo, es realizarlo mediante convenios con las diferentes instituciones de educación superior que forman profesionales en turismo, de la forma en que actualmente se benefician mutuamente la parroquia y los estudiantes, a efectos de que realicen visitas permanentes a instituciones tales como: escuelas, colegios, asociaciones, universidades, asociaciones de empleados de instituciones públicas y privadas.



Dentro de esta estrategia, se considerara además la posibilidad de realizar promociones, basada en descuentos sobre volúmenes de venta, dirigidas a las instituciones que nos visiten con mayor número de personas.

Una de las estrategias para dar una buena calidad en el servicio que muchas veces es imperceptible es la sonrisa de los empleados, recepcionista y administrador hacia el cliente, esta tarea va mas allá de tener instalaciones de primera, esta será la base para dar una buena calidad en el servicio que vamos a brindar en el complejo.

#### PLAN DE PAQUETES PROMOCIONALES

Todas las tarifas de Alojamiento incluyen Desayuno
--

Por el uso del servicio de Alojamiento para grupos de 4 personas podrán hacer uso de los demás servicios (tarabita, piscina, caminatas, canchas deportivas).
--

Por el uso del Bar se dará un coctail de bienvenida.
--

Por el uso del Restaurant podrá utilizar la tarabita
--

Por el uso de la Piscina podrán recurrir a las canchas deportivas
---

#### 6.1.5.3.2 PUBLICIDAD

##### INSTRUMENTOS PROMOCIONALES

Una de las funciones que cumple la publicidad dentro del marketing mix es de ser un instrumento de comunicación entre el productor y el mercado, que si bien no puede concretar la venta pero influye en el consumidor final y lo acerca al producto.

La aplicación de la misma da a conocer las características y ventajas del complejo turístico con respecto a otros productos similares.

Así tenemos que la publicidad es de fundamental importancia al inicio del proyecto ya que de esta dependerá el conocimiento de nuestro producto tanto en el mercado nacional como internacional.

### FLUJO COMERCIAL



Es muy importante hacer conocer la empresa y para esto se tiene que hacer por medio de un logotipo con la finalidad de identificar este complejo de los demás.

El logotipo que se utilizara para el complejo es el siguiente:



### PROMOCION DE VENTAS

Dentro de los aspectos que intervienen en la promoción del producto turístico tenemos:

- a) Realizar un análisis de la importancia que para las personas revisten los viajes.
- b) Descripción de las motivaciones e inhibiciones que intervienen en la compra y utilización del producto.
- c) Características físicas del producto resaltando las bondades y satisfacciones que proporcionara este al turista.
- d) Una breve descripción del lugar del viaje.

Con todos estos aspectos podemos darnos una idea de lo que debemos ofrecer a los turistas que va a nuestro complejo y de cómo lograr que se vayan satisfechos del servicio recibido.

Dentro de los instrumentos más ópticos a aplicarse son:

- a) Aprovechar la ayuda que ofrecen otras compañías relacionándose directa o indirectamente con su propaganda o promociones.
- b) Viajes de familiarización para agentes de viajes.
- c) Seminarios y presentaciones.
- d) Participación en ferias y eventos.
- e) Aprovechar el turismo internacional.
- f) Buscar el negocio de grupos.

## **RELACIONES PÚBLICAS**

El objetivo de las relaciones públicas es la creación de una imagen que facilite la comercialización del servicio. Este instrumento será aplicado en el proyecto como un medio publicitario que apoye al programa de publicidad y a la promoción en ventas, y de esta manera se impulsara la preferencia del mercado por el producto.

## **MATERIAL DE APOYO**

Es de suma importancia contar con un amplio stock de material de apoyo dentro del programa de promoción, el mismo que estará compuesto de la siguiente manera:

- Afiches con información relativa al complejo, resaltando sus bondades y características no solo de las cabañas sino del lugar de las mismas.
- Publicidad en Radio
- Publicidad en TV.

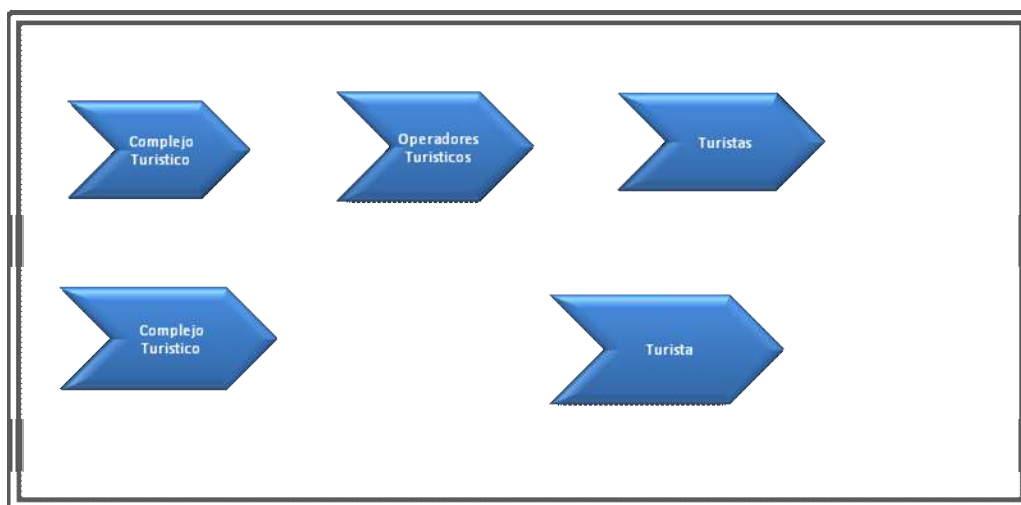
#### 6.1.5.4 CANALES DE DISTRIBUCION

Un canal de distribución es una combinación de instrucciones a través de los cuales un vendedor comercializa sus productos para el usuario o consumidor final.

La principal estrategia es hacer contactos con las operadoras de turismo de quito, ya que este es el principal puerto de llegada de los turistas.

El canal de distribución que utilizaremos en un principio será a través de un intermediario que en este caso es el operador turístico hasta que sea conocido el complejo y goce de prestigio tanto nacional como internacional por su excelente servicio, luego la venta se la realizará en forma directa haciendo contacto directamente con el turista.

**Grafico N° 6.7**  
**CANAL DE DISTRIBUCIÓN**



**Elaborado por:** La Autora

#### 6.1.5.5 INTERNET

Hoy en día las telecomunicaciones han avanzado que contamos con un medio muy eficaz para promocionar y vender cualquier producto, por esto una manera de promocionar el complejo es a través de la creación de una página de internet, y así poder llegar a la mayor cantidad de clientes, señalando en la misma los lugares tan hermosos con los que cuenta el complejo y sus alrededores.

## **6.2 ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico que a continuación se expone, representa a lo relacionado con las características de la planta, tamaño, procesos, análisis de los implementos necesarios para adecuar las instalaciones y equipos es decir los aspectos que intervienen para el proceso de atención de todos los servicios a ofertar para así satisfacer una necesidad específica de los usuarios, además el presente estudio estructura la determinación del tamaño y localización del presente proyecto.

Aquí se consideran los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar la tecnología de acuerdo al espacio físico, los recursos materiales y humanos, además se describe el tamaño que tendrá la planta a implantarse, la localización, diseño óptimo de la planta y la presentación del servicio en el centro turístico.

### **FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO**

El tamaño y la técnica son determinantes que tienen relación directa con la inversión y costo de producir, así dentro de los límites de operación, a mayor escala de actividad operacional, menor costo de inversión por servicio de la capacidad instalada obteniendo siempre un mayor rendimiento del personal utilizado; todo este proceso contribuye a minimizar el costo de producir y elevar la rentabilidad al tiempo que disminuye la inversión e incrementa al máximo las utilidades que ha previsto el presente proyecto.

Este estudio comprende los siguientes aspectos:

- Ingeniería del Proyecto
- Tamaño del Proyecto
- Localización del nuevo centro turístico.
- Ingeniería de la Planta

### **6.2.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La estructura de la presente ingeniería, brindará la factibilidad de planificar aspectos fundamentales como: la instalación del equipo, su funcionamiento, secuencia de procesos, la distribución de la planta para de esta manera poder determinar el personal a utilizar.

Es necesario manifestar que el presente estudio de ingeniería será diseñado con carácter flexible y relativo, es decir, con capacidad para realizar correcciones en cualquier reingeniería dentro de los aspectos mencionados siendo por tanto sensible a cambios que tenga como finalidad mejorar procesos en si la producción del servicio.

### **CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

El servicio tendrá las siguientes características:

- Atención personalizada
- Precio en relación a la competencia
- Tecnología avanzada
- Observación natural

### **6.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

En lo que tiene que ver al tamaño del proyecto, es necesario establecer la capacidad de atención durante un tiempo determinado de su puesta en marcha.

Es importante además tener en cuenta las unidades de reserva o de proveer los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de atención que se plantea, ahora hay

que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

El tamaño de la planta se determina tomando como referencia los resultados que arroja el estudio de mercado, principalmente la oferta y demanda insatisfecha.

Finalmente con referencia a la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas-días por 365 días- año, con el mismo planteamiento se utilizará los servicios.

### **6.2.2.1 CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada de la empresa para la prestación del servicio del complejo turístico, esta de acuerdo con la capacidad que tiene y de acuerdo a esto, el proyecto tiene una capacidad para el servicio de alojamiento, servicio de restaurant y la capacidad para el servicio de la piscina.

- **CAPACIDAD INSTALADA DEL ALOJAMIENTO**

La capacidad instalada del alojamiento se calculo en base a la distribución del servicio el complejo turístico contará con 8 cabañas individuales, en las cuales tendrá la siguiente distribución de camas:

- 2 Cabañas Familiar con una cama de 2 plazas y 1 litera.
- 1 Cabaña Matrimonial con una cama de 2 plazas
- 1 Cabaña Individuales con 1 camas de 1 plaza  $\frac{1}{2}$
- 1 Cabaña Doble con 1 litera
- 3 Cabañas Triples con 1 cama de 1 plaza  $\frac{1}{2}$  y 1 litera

Obteniendo así un total de 19 camas y un subtotal de plazas de 22 que se puede prestar el servicio como se puede observar en el Cuadro N° 6.9 a.

**CUADRO N° 6.9 a**  
**DISTRIBUCION DEL SERVICIO POR CABAÑAS**

TIPO DE HABITACIONES	Nº CABAÑAS	Nº CAMAS	Nº DE PERSONAS
Cabañas Familiares	2	6	8
Cabañas Matrimonial	1	1	2
Cabañas Individual	1	1	1
Cabañas Doble	1	2	2
Cabañas Tripe	3	9	9
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>22</b>

**Fuente:** Otros Centros de la Localidad

**Elaborado por:** La Autora

Los días que se va a laborar son 365 días, esto multiplicado por el N° de personas, se obtiene la capacidad instalada de 8030, el mantenimiento se lo realizara todos los días al momento que desocupen las habitaciones.

**CUADRO N° 6.9 b**  
**DISTRIBUCION DEL SERVICIO**

DIAS	OCUPACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA
365	22	8030

**Fuente :** Cuadro N° 6.9 a

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 6.9**  
**CAPACIDAD INSTALADA ALOJAMINETO**

DEMANDA INSATISFECHA	Nº HOSPEDAJES	PORCENTAJE
118,657	8030	6.77

**Fuente :** Cuadro N° 6.8 y Cuadro N° 6.9 b

**Elaborado por:** La Autora

Frente a la demanda insatisfecha de 118.657, únicamente se podrá cubrir el 6.77 % de este segmento de mercado, debido al número de cabañas que tendrá el centro turístico, estimando un servicio anual de 8030, este porcentaje se obtiene mediante una regla de tres simple multiplicando el N° de Personas \* 100 y dividido para la demanda insatisfecha.



- **CAPACIDAD INSTALADA RESTAURANT**

La capacidad instalada del restaurant se calculo en base a la distribución del servicio, el complejo turístico contará con 8 mesas y 5 sillas por cada mesa, obteniendo así un total de 40 personas, el servicio que presta es desayuno, almuerzo y merienda, como se puede observar en el Cuadro N° 6.10 a.

**CUADRO N° 6.10 a**  
**DISTRIBUCION DEL SERVICIO MESAS**

DESCRIPCION	Nº DE SILLAS	Nº DE MESAS	Nº DE SERVICIOS	Nº PERSONAS
PUESTOS	5	8	3	120
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>120</b>

Fuente: Otros Centros de la Localidad

Elaborado por: La Autora

Los días a laborar son los 365 días, esto multiplicado por el N° de personas, se obtiene la capacidad instalada de 43800, el mantenimiento se lo realizara todos los días al finalizar la jornada laboral.

**CUADRO N° 6.10 b**  
**DISTRIBUCION DEL SERVICIO**

DIAS	OCUPACION ANUAL	CAPACIDAD INSTALADA
365	120	43800

Fuente : Cuadro N° 6.10 a

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 6.10**  
**CAPACIDAD INSTALADA RESTAURANT**

DEMANDA INSATISFECHA	OCUPACION ANUAL	PORCENTAJE
118.657	43800	36,91

Fuente : Cuadro N° 6.8 y Cuadro N° 6.10 b

Elaborado por: La Autora

Únicamente se podrá cubrir el 36,91 % del segmento de mercado, ante una demanda insatisfecha de 118.657, estimando un servicio anual de 43800, este porcentaje se obtiene de la misma manera que el servicio de alojamiento por regla de tres simple.

- **CAPACIDAD INSTALADA PISCINA**

**CUADRO N° 6.11  
CAPACIDAD INSTALADA PISCINA**

PERIODOS	N° PISCINAS	USUARIOS SIMULTANEOS	TOTAL USUARIOS SIMULTANEOS	TIEMPO DE LAS PISCINAS HORAS	USUARIOS POR DÍA	DIAS LABORABLES	TOTAL USUARIOS
0	2	7	14	8	112	365	40880
1	2	7	14	8	112	365	40880
2	2	7	14	8	112	365	40880
3	2	7	14	8	112	365	40880
4	2	7	14	8	112	365	40880
5	2	7	14	8	112	365	40880

**Fuente:** Superficie de las Piscinas

**Elaborado por:** La Autora

Para el servicio de la piscina se consideró que se laborarían 365 días del año, el mantenimiento se lo realizara al final de la jornada laboral todos los días, para el cálculo de la capacidad instalada del complejo turístico se lo realizo de la siguiente manera:

- Total de piscinas 2, con una superficie de 5 \* 10 metros.
- Usuarios Simultáneos 7.
- Estimo 7 usuarios por hora en cada piscina.

Se laborara las 8 horas en donde se obtiene 112 usuarios por día para las dos piscinas, obteniendo así una capacidad instalada de 40880 usuarios anualmente.

Referente al servicio de las caminatas, tarabita, se cobrara indirectamente esto podrán hacer uso al momento que recurran a los otros servicios.

### 6.2.2.2 CAPACIDAD UTILIZADA DEL SERVICIO

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información de la capacidad instalada por lo que utilizara en el año base el 90% de la capacidad máxima instalada, considerando un incremento del 5% para el tercer año, por lo que en el quinto año se estima una capacidad del 100%, como se demuestra en los CUADROS N° 6.12, 6.13 y 6.14, respectivamente alojamiento, restaurante y piscinas.

- **CAPACIDAD UTILIZADA DEL SERVICIO DEL ALOJAMIENTO**

**CUADRO N° 6.12  
CAPACIDAD UTILIZADA ALOJAMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA %</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
0	8030	90.00%	7227
1	8030	90.00%	7227
2	8030	90.00%	7227
3	8030	95.00%	7629
4	8030	95.00%	7629
5	8030	100.00%	8030

Fuente: Cuadro N° 6.9

Elaborado por: La Autora

- **CAPACIDAD UTILIZADA DEL SERVICIO RESTAURANT**

**CUADRO N° 6.13  
CAPACIDAD UTILIZADA RESTAURANT**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD INTALADA %</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
0	43800	90,00%	39420
1	43800	90,00%	39420
2	43800	90,00%	39420
3	43800	95,00%	41610
4	43800	95,00%	41610
5	43800	100,00%	43800

Fuente: Cuadro N° 6.10

Elaborado por: La Autora

- **CAPACIDAD UTILIZADA DEL SERVICIO DE LA PISCINA**

**CUADRO N° 6.14  
CAPACIDAD UTILIZADA PISCINA**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD INTALADA %</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
0	40880	90,00%	36792
1	40880	90,00%	36792
2	40880	90,00%	36792
3	40880	95,00%	38836
4	40880	95,00%	38836
5	40880	100,00%	40880

**Fuente:** Cuadro N° 6.11

**Elaborado por:** La Autora

Los demás servicios podrán utilizar al momento de disponer los otros, como se menciona en paquete promocional.

### **6.2.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La toma de decisiones sobre la localización del proyecto es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que el proyecto pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para el buen funcionamiento de sus actividades productivas y administrativas.

#### **6.2.3.1 ASPECTOS LOCALIZACIONALES**

##### **a) TRANSPORTE O FLETE**

Constituye la factibilidad que tendría la empresa para transportar los materiales e insumos necesarios para la prestación de servicios de igual manera se preverá la facilidad de transporte para las familias visitantes. Es por tanto muy importante planificar donde se va a realizar la obra para facilitar el acceso, si logramos este objetivo podremos considerar optima la localización del proyecto.

### **b) DISPONIBILIDAD Y COSTO DE RECURSOS**

Sin duda alguna este es un factor importante para la localización del proyecto que en cierta manera se relaciona con la distancia del mismo al radio urbano además el transporte y otros costos de servicios, sin embargo la localización del proyecto no tendría mayor problema ya que no está ubicado en aéreas alejadas de la población al contrario estar ubicado a 500 metros del cantón, esto se lo planifica inclusive para evitar gastos mayores para el personal.

### **c) MANO DE OBRA**

En este aspecto es importante manifestar que el proyecto necesitara obligatoriamente mano de obra especializada pero también personal que no tenga mayor experiencia en labores similares, es necesario además manifestar que el presente proyecto no tendrá ningún tipo de problemas en cuanto a movilidad de la fuerza de trabajo ya que donde va a estar localizado existe facilidad de transporte.

### **d) ENERGIA ELECTRICA**

Es uno de los factores que inciden en la localización del proyecto, aun en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica pueda ser transportable a largas distancias hay casos en que las empresas tienen que obligatoriamente tienen que instalar planta propia, en nuestro caso al estar ubicados en el sitio Puerto Quito que es una población donde existe la energía eléctrica, no hay escases de estos y otros recursos.

### **e) AGUA**

Como está claro, para este proyecto este es un elemento básico en el proceso de atención a los clientes del cual no se podrá prescindir, es así que tendrá una gran influencia dentro del factor localizacional su disponibilidad para su utilización.

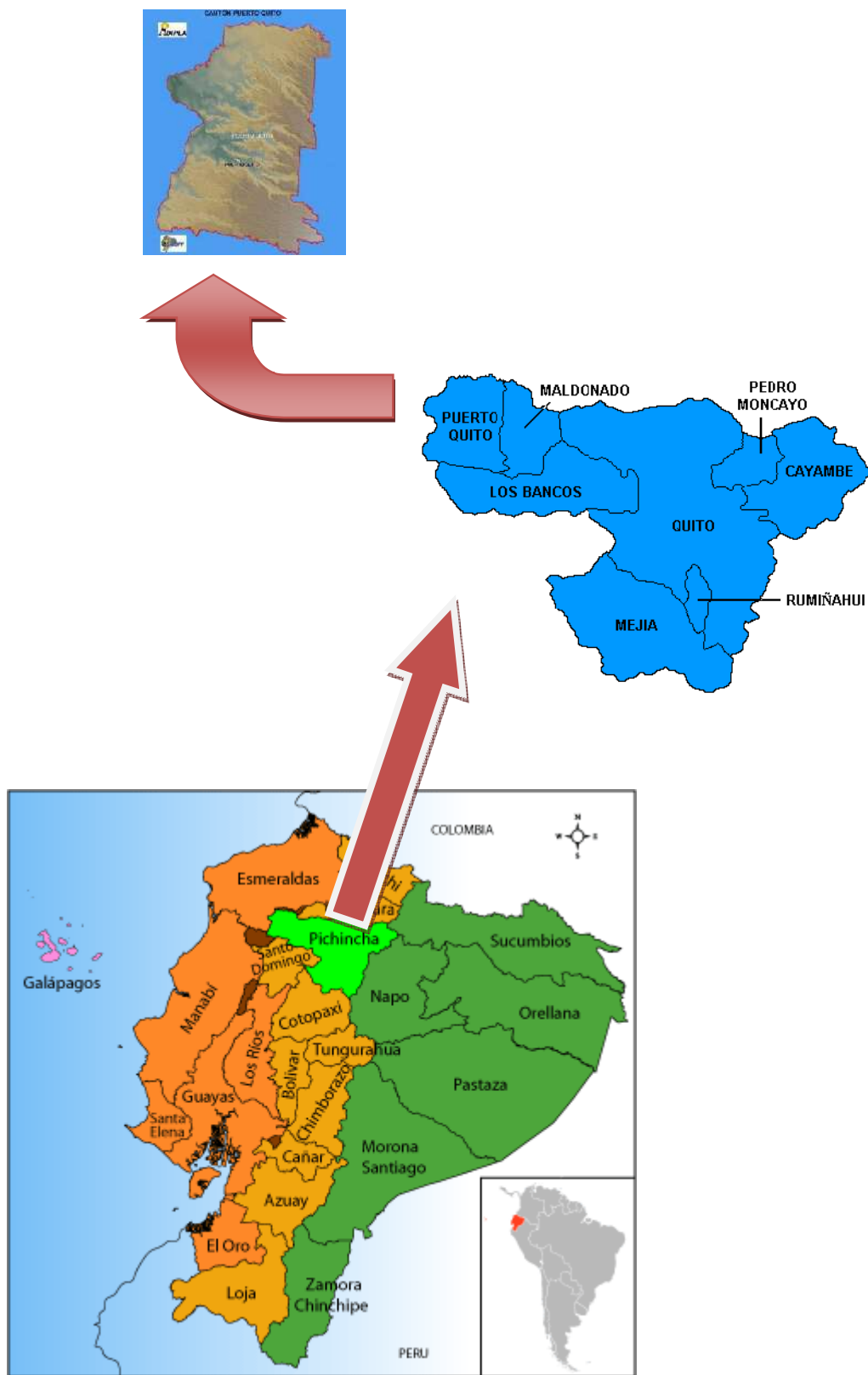
Finalmente luego de realizar un análisis de todos los aspectos que influyen en la localización del proyecto diremos, que está ubicado a 500 metros del cantón Puerto Quito.

## **6.2.3.2 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN**

### **6.2.3.2.1 MACROLOCALIZACION**

El complejo turístico estará ubicado en cantón Puerto Quito, Provincia de Pichincha, este lugar es accesible al transporte, por lo tanto no se va a tener ningún tipo de inconveniente con la implementación del servicio de la localidad.

### GRAFICO No. 6.1 MACROLOCALIZACION DEL COMPLEJO



Elaborado por: La Autora

### **6.2.3.2.2 MICROLOCALIZACION**

El proyecto estará ubicado en el cantón Puerto Quito y su ubicación exacta es la siguiente:

**POBLACIÓN:** 17129 habitantes (INEC- Censo 2.001),

**SUPERFICIE:** 640,70 Km. 2. Aproximadamente.

**ALTITUD:** Entre los 120 y 160 m.s.n.m.

**CLIMA:** Tropical Húmedo.

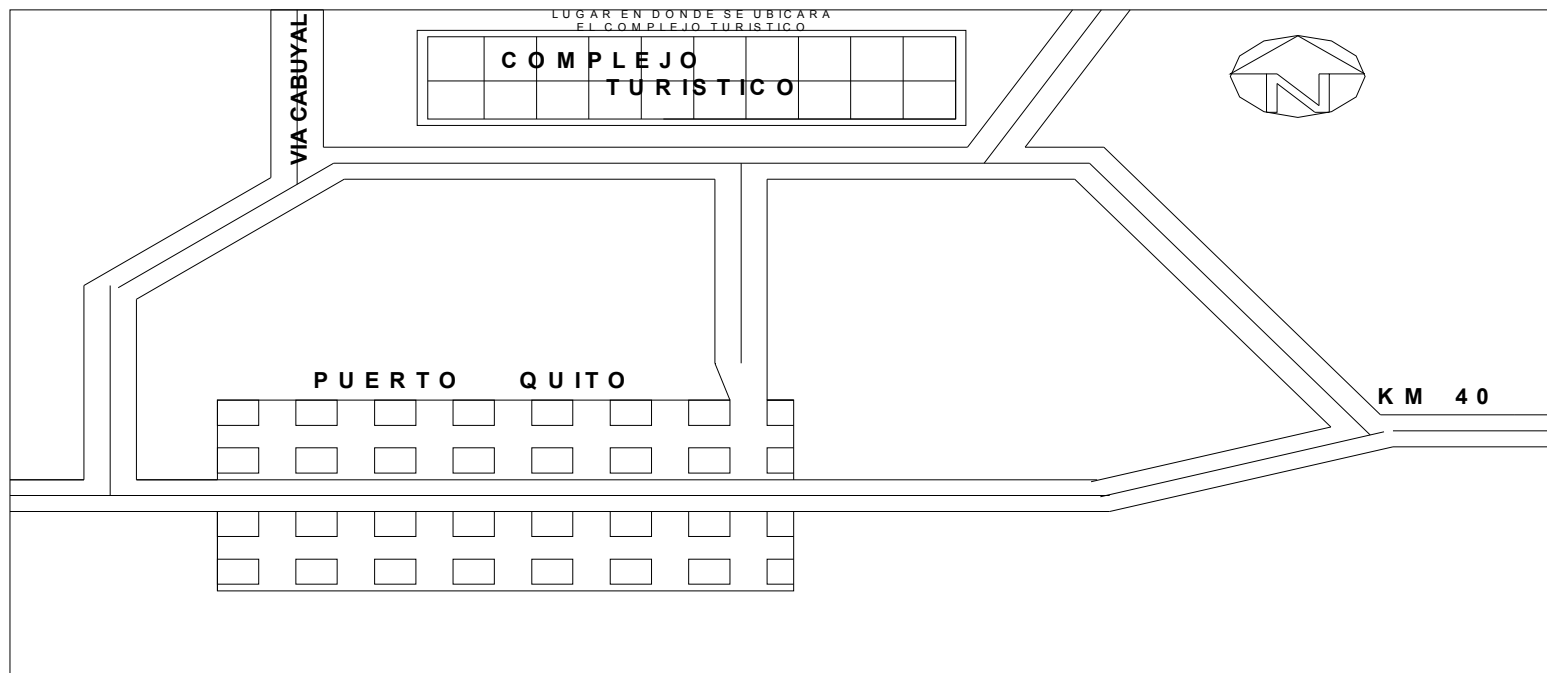
**TEMPERATURA PROMEDIO ANUAL:** 25 ° C

**PRECIPITACIÓN ANUAL:** de 1.000 a 2.000 mm.

**VEGETACIÓN:** Bosque Tropical Húmedo.



**GRAFICO No. 6.2**  
**MICROLOCALIZACION DEL COMPLEJO**



## **6.2.4 INGENIERÍA DE LA PLANTA**

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente al estudio que se relaciona con su fase técnica, es decir en las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, es decir determina la magnitud de los costos de las inversiones que deben efectuarse para la implementación del mismo.

### **6.2.4.1 PROCESO DE PRESTACION DEL SERVICIO COMPLEJO TURISTICO**

Al hablar de proceso de los servicios nos referimos a las diferentes etapas, las cuales tiene que cumplir para lograr dar una eficiente atención al cliente en todos los servicios que prestará el complejo turístico.

#### **6.2.4.1.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO**

La administración tiene gran importancia por los diferentes elementos que a través de esta se utiliza para lograr la optimización de los recursos humanos, financieros y económicos, es así que aplicando un proceso administrativo, correcto y controlado se puede tener beneficios positivos para la entidad.

Los beneficios que prestara el complejo turístico serán explicados a continuación.

- **SERVICIO DE RECEPCIÓN**

Se atenderá a los clientes que pretenden los servicios del complejo turístico, esperando con la recepción de dichas personas en el momento de su ingreso.

Primeramente, se realizará una entrevista de recepción de documentos, en ésta etapa se indicará al cliente los servicios que oferta el complejo, detallando, comodidad, tarifas y mas aspectos afines respecto a los servicios, una vez que el cliente decide tomar los servicios. Se tomará los datos correspondientes para registros del complejo, los datos principales constituyen, nombre y apellidos, número de cédula y pasaporte, estado civil, nacionalidad, etc.

Seguidamente se le asignará un número de cuarto, se entregará a las respectivas llaves y una persona lo conducirá e indicará las instalaciones, esto siempre y cuando el cliente decida hospedarse de lo contrario se indicará las diferentes actividades que puede realizar en el complejo.

- **SERVICIO DEL RESTAURANTE**

En el momento que el cliente o los clientes deciden ocupar los servicios en mención, un salonerero los invita a pasar para que hagan uso de las mesas y proceder a indicar el menú correspondiente, una vez que el cliente se haya servido los alimentos se acercará a caja a cancelar o pedirá que se le incremente a la cuenta total.

- **SERVICIO DE PISCINA**

Los clientes pueden hacer uso de la piscina libremente, pero cumpliendo las debidas recomendaciones tales como, llevar ropa adecuada de baño, no ingresar con bebidas alcohólicas, ni alimentos y dejar sus vestimentas en los respectivos vestidores o casilleros.

El río que atraviesa por el sector se hará un pequeño espacio en donde puedan nadar los turistas y disfrutar de lo natural.

- **SERVICIO DEPORTIVO**

El complejo contará con instalaciones de canchas deportivas, las cuales pueden ser utilizadas por los clientes con horarios a libre criterio.

- **SERVICIO DE CAMINATAS (AGROTURISMO)**

Los clientes podrán hacer uso de los senderos que dispone el complejo turístico en el cual podrá observar la diversidad de flora y fauna con la que cuenta este Cantón, en el transcurso de esta caminata podrá observar un río que atraviesa por el sector.

- **SERVICIO DE TARABITA**

Está se construirá con el objetivo de que los clientes tenga un espacio de distracción el cual será lo que nos diferencia de la competencia ya que esta atravesará una poza de agua que tendrá una dimensión de 16 metros de diámetro.

- **SERVICIO DE GARAGE**

En el momento en que el cliente llega al complejo la recepcionista le informa sobre la existencia del servicio en mención, por lo que el cliente en caso de tener vehículo solicitara también este servicio, el complejo al planificar la distribución del terreno marginara un amplio espacio para el servicio en mención.

En el complejo se planificará con los empleados un control interno de los usos de los servicios que hagan los clientes, con el fin de indicar el funcionamiento y controlar la destrucción de algunos de los bienes del complejo.

La maquinaria, equipo y mano de obra directa e indirecta que se utilizará para la prestación de los servicios escritos, se expondrá en el estudio financiero respectivo.

**GRAFICO N° 6.3**  
**FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DEL COMPLEJO TURISTICO**

FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES		
<b>ORGANIZACIÓN:</b> COMPLEJO TURISTICO EN PUERTO QUITO		
<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA:</b> SERVICIOS DEL COMPLEJO TURISTICO	<b>ELABORADO POR:</b>  Sonia Toapanta	
<b>PROCESO:</b> Servicios	<b>SITUACIÓN</b>	
	<b>ACTUAL</b> <input type="checkbox"/>	<b>PROPUESTA</b> <input checked="" type="checkbox"/>
ACTIVIDADES	SIMBOLOGÍA	TIEMPO
Recepción		3 min.
Prestación del servicio		5 min.
Usuario acepta el servicio		1 min.
Registro de datos personales		6 min.
Recepción y asignación de la cabaña (en caso de que la requiera)		5 min.
Utilización del Restaurante		1 hora
Utilización de la Piscina		1 hora
Utilización de la Tarabita		15 min.
Parqueadero		1 hora
Otros		sin tiempo
Caja entrega de factura		6 min

	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	OPERACIÓN-INSPECCIÓN

	TRANSPORTE
	ALMACENAMIENTO
	DEMORA

## 6.2.4.2 RECURSOS UTILIZADOS

### HUMANOS

#### Mano de obra directa

CONCEPTO	CANTIDAD
Guía	1
Cocinera-Chef	1
Mesero	1
Vigilante	1

#### Mano de obra Indirecta

CONCEPTO	CANTIDAD
Gerente-General	1
Secretaria-Contadora	1

### RECURSOS MATERIALES

#### Equipo

CONCEPTO	CANTIDAD
Televisor de 21" (Recepción y Bar)	2
Televisor de 14" (Habitación)	8
DVD LG Bar	1
Equipo de sonido (Recepción y Bar)	2
Restaurante (Anexo N° 9)	1
Bar (Anexo N° 10)	1

**Suministros Y Menaje**

CONCEPTO	CANTIDAD
Colchones de 2 plazas (Cabañas)	3
Colchones de 1 plaza 1/2 (Cabañas)	4
Colchones camas literas	12
Juegos de Sábanas	25
Cubre Cama	25
Cortinas	18
Toallas Medianas	25
Basureros	12
Cuadros Decorativos	15
Vajilla de 30 piezas	4
Juego de Vasos	50
Juego de Copas	30
Jarras	4
Ollas	6
Sartén	2
Cucharones	10
Juego de cuchillos	1
Espejos	13

**Muebles y Enseres**

CONCEPTO	CANTIDAD
Escritorios (Recepción)	1
Sillas Giratorias (Recepción)	2
Archivadores (Recepción)	1
Mostrador (Recepción)	1
Sillas (Recepción)	6
Basureros (Recepción)	14
Mesas Maderas (Restaurant)	8
Sillas Maderas (Restaurant)	40
Muebles de cocina (Restaurant)	2
Anaquele Horizontal (Restaurant)	1
Mueble de Bar (Bar)	1
Anaquele Horizontal (Bar)	1
Camas de 2 plazas (Cabañas)	3
Camas de plazas 1 1/2 plaza (Cabañas)	4
Camas Literas (Cabañas)	6
Silla Sencilla- individual (Cabañas)	8
Veladores (Cabañas)	8
Mesas de Plástico (Piscina)	5
Sillas de Plástico (Piscina)	25
Bancas para vestidores (Piscina)	6
Anaquele (Piscina)	1
Canastillas (Piscina)	112

### **6.2.4.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

Para diseñar la distribución de la planta, se ha considerado dividir en dos áreas, en administrativa y la de atención al servicio, en la primera se considero lo relacionado al flujo de procesos administrativo y en la segunda la ubicación e instalación de habitaciones, equipo, tarabita, piscinas, canchas deportivas y todo lo servicios que dispondrá el complejo turístico. La distribución del espacio, contando con una extensión de terreno de 30.000 m<sup>2</sup>.

#### **GRAFICO No. 6.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**





## **6.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

La organización y constitución legal permite al complejo turístico ser un organismo que ofrece garantía y seguridad, el presente centro turístico contará con personal administrativo como operativo que colaboren con el cumplimiento de los objetivos, reglamentos normas para realizar con normalidad las actividades.

Cabe señalar que el recurso humano es importante dentro del complejo turístico ya que son todas las personas que integran una empresa, los mismos tiene experiencias, habilidades, aptitudes, conocimientos, voluntades, etc., para llevar a cabo una actividad con el propósito de alcanzar un objetivo común para el crecimiento organizacional.

### **6.3.1 ESTRUCTURA LEGAL**

Como toda empresa a constituirse necesita tener una estructura legal que le permita operar sin ninguna informalidad legal, por lo tanto el complejo turístico estará constituida bajo una escritura Pública, de acuerdo a la ley de la Superintendencia de Compañías, también contara con el registro en el Ministerio de Turismo, SRI, Municipio y permisos otorgados por el ministerio de Salud.

#### **6.3.1.1 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL COMPLEJO TURÍSTICO:**

##### **1. Inscripción en el registro único de contribuyentes (SRI).-**

Una vez legalizado el complejo turístico, está en la obligación de obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) el cual le permitirá, realizar operaciones económicas, recibir ayuda, abrir cuentas corrientes, etc. por ello es necesario solicitarlo inmediatamente después de la constitución de la misma, teniendo en cuenta que la ley establece el plazo de un mes, después de su legalización para adquirirlo.

Para la obtención del RUC, es necesario llenar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC –01-A y RUC –01-B, para inscribir, actualizar o cerrar establecimientos, suscritos por el representante legal.  
**(Anexo N° 3 y Anexo N° 4)**
- Copia certificada del contrato o de la escritura pública.

## **2. Patente municipal.-**

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

Para obtener dicho documento es necesario cumplir con las siguientes normas:

- Presentar formulario respectivo debidamente lleno. **(Anexo N° 5)**
- Adjuntar copia de la escritura de constitución.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Cedula de identidad del representante legal.
- Cancelar el valor vigente.
- Para el cobro del impuesto se emite el Título de Crédito

## **3. Inscripción en el Ministerio de Turismo.-**

Es importante cumplir con el registro en el Ministerio de Turismo, para poder tener la autorización correspondiente para su funcionamiento.

**(Anexo N° 6).**

#### 4. Permiso Sanitario.-

El permiso sanitario de funcionamiento sirve para facultar el funcionamiento del establecimiento o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expendido por la autoridad de salud competente, que es el Ministerio de Salud, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas. **(Anexo N° 7)**.

De acuerdo a la resolución N° 172, de la Cuarta Disposición Transitoria del Reglamento, para la aplicación de la ley de turismo, publicado en el registro oficial N° 292, de 11 de octubre de 1989, el tipo de complejo turístico que se implementara en Puerto Quito será considerado como Cabañas de una Estrella “Tercera Categoría”.

#### 6.3.1.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Sr. Notario, sírvase insertar una de escritura pública para la creación de la compañía limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

**PRIMERA, COMPARECIENTE:** El complejo turístico fija su domicilio en el Cantón de “Puerto Quito” y se rige por la legislación ecuatoriana en calidad de empresa como Compañía de Responsabilidad Limitada, que estará registrada en la superintendencia de Compañías, llamada **COMPLEJO TURÍSTICO “LA NATURALEZA DE PUERTO QUITO”**; que se dedicará a prestar servicios turísticos.

**SEGUNDA, CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD:** Cuenta con tres socios, quienes aportaran con un capital de la siguiente manera y la cual estará sujeta en las normas de la Ley de Compañías y otras leyes.

SOCIOS	APORTACION
Sonia Toapanta	26059.60
Gerardo Verdezoto	26059.60
Nancy Murillo	26059.60

**TERCERO, UTILIDADES:** Las acciones mencionadas se repartirán la utilidad líquida en porcentajes de acuerdo a la inversión de cada uno.

**CUARTA, DISOLUCIÓN:** En caso de disolver la empresa, toda ella se repartirá en porcentaje en que el socio aportó y se disolverá por las causas establecidas en la ley de compañías y por las que se determinen expresamente en los estatutos y reglamentos internos.

**QUINTA, PLAZO DE DURACIÓN:** La empresa tendrá duración indefinida, pero el presente proyecto para efectos de cálculos tendrá una vida útil de 5 años.

### 6.3.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

El complejo turístico cuenta con los niveles administrativos legislativo, ejecutivo, auxiliar o de apoyo y operativo, los cuales representan sus principales niveles de dependencias que existen entre ellos y el grado de coordinación que tienen, estos niveles permitirá analizar la situación actual en la que se encuentra la organización.

Dentro de sus niveles administrativos la estructura organiza funcional del complejo turístico está integrada por los siguientes niveles:

◆ **NIVEL LEGISLATIVO**

Está conformado por la junta general de accionistas, se encarga de legislar sobre las políticas que debe seguir el complejo turístico, normas procedimientos, dictar reglamentos ordenanzas, aspectos de consideración para el buen funcionamiento y a la vez evalúa los resultados alcanzados por el complejo turístico.

◆ **NIVEL EJECUTIVO**

Lo integra el gerente general, este nivel se encarga de la toma de decisiones acerca de las políticas generales que debe seguir el complejo, además planifica, orienta y dirige e interpreta los planes y programas para estimular los niveles operativos y auxiliares.

◆ **NIVEL AUXILIAR O DE APOYO**

Lo conforma la secretaría que a su vez realizará las funciones de contador, como su nombre lo indica auxilia o ayuda al resto de niveles administrativos, su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes y ejecuta actividades administrativas de rutina.

◆ **NIVEL ASESOR**

Lo conforma el Asesor Jurídico, cuya función es la de aconsejar e informar jurídicamente, este nivel dentro de la empresa no tiene ninguna fuerza de mando ya que su función es de manera temporal y se requiere únicamente cuando el complejo turístico lo necesite o exista un conflicto legal.

#### ◆ NIVEL OPERATIVO

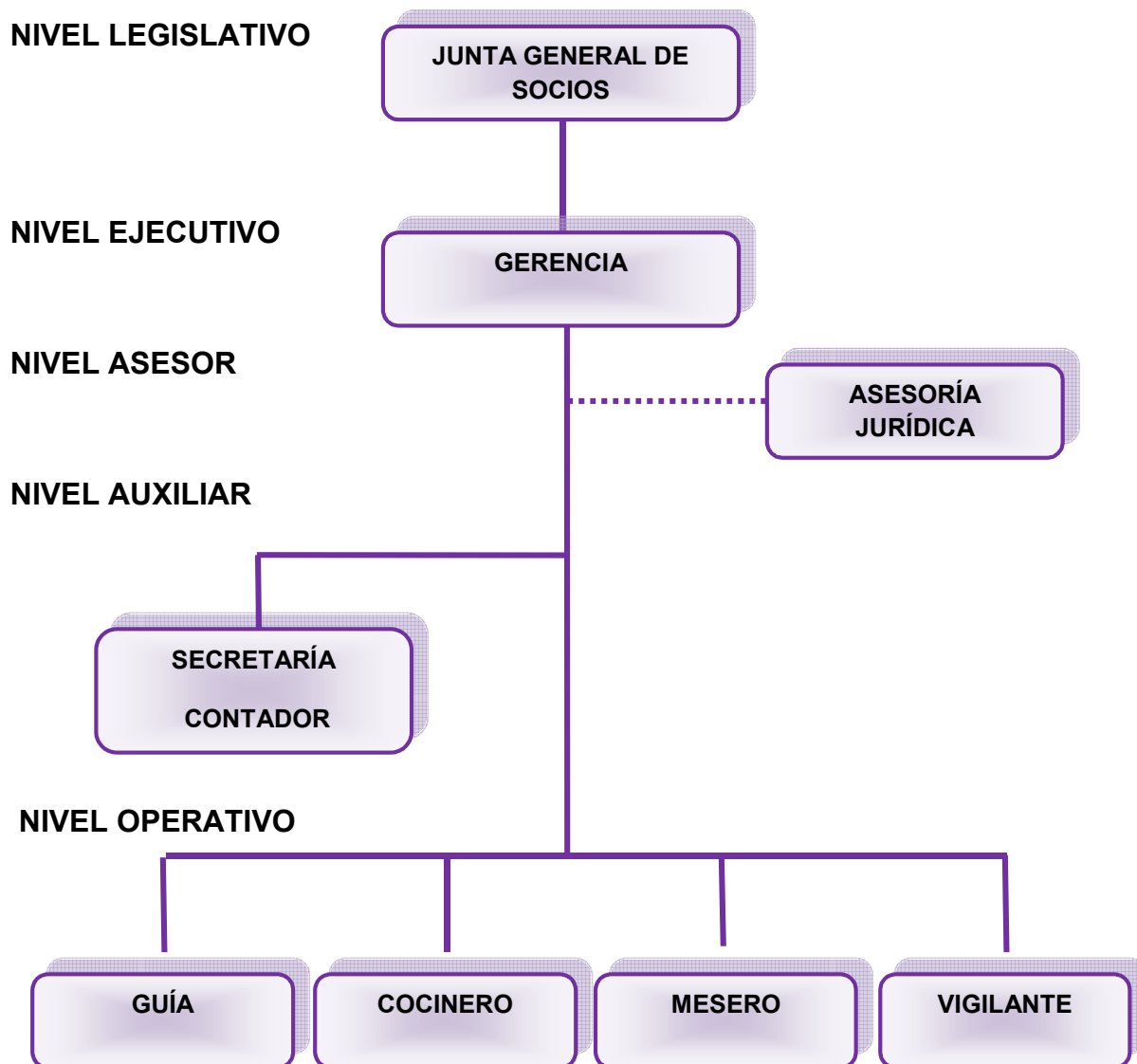
Es aquel que cumple las políticas y programas de trabajo impartidos por el nivel ejecutivo. Tiene relación directa con la consecución de los fines y objetivos, aquí se encuentra los diferentes departamentos que se encargan de la marcha operativa del complejo turístico, es decir el servicio que ofrece el mismo.

#### 6.3.3 ORGANIGRAMAS

La estructura organizativa del complejo turístico “La Naturaleza de Puerto Quito” se la representa por medio de los organigramas estructural, funcional y posicional en los cuales se muestra como está organizado jerárquicamente, cuáles son sus principales niveles sus dependencias que existe entre ellos y finalmente el grado de coordinación que tienen.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO

### “LA NATURALEZA DE PUERTO QUITO”



#### SIMBOLOGÍA

— LÍNEA DE MANDO

..... LÍNEA DE ASESORÍA

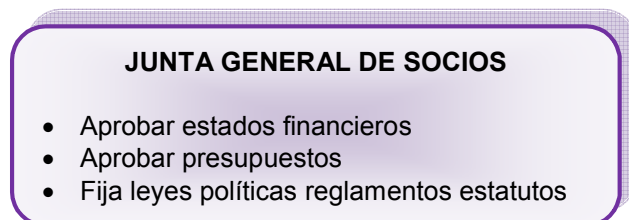
Elaborado por: La Autora



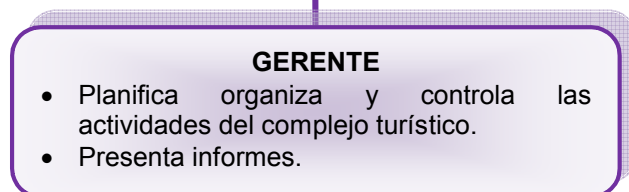
## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO

### “LA NATURALEZA DE PUERTO QUITO”

#### Nivel Legislativo

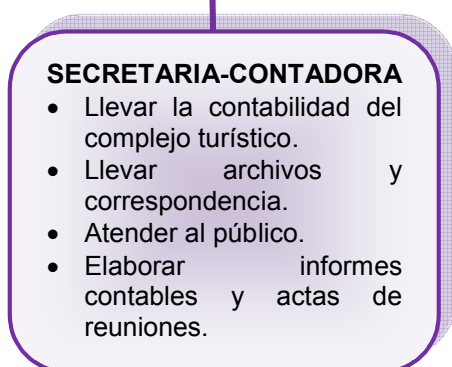
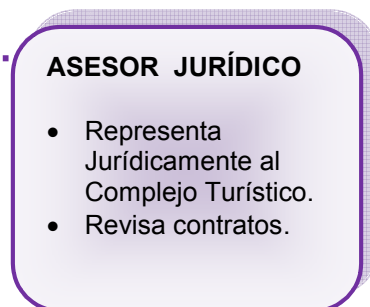


#### Nivel Ejecutivo

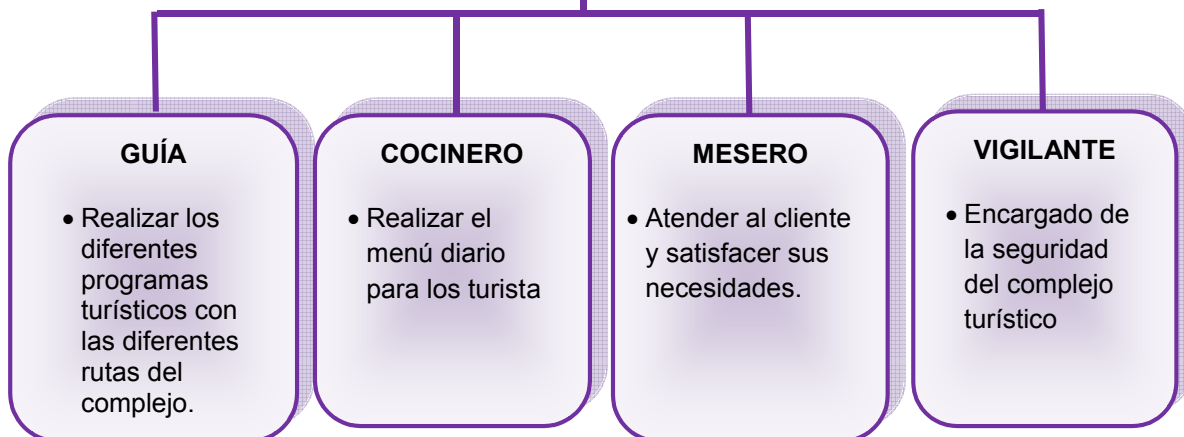


#### Nivel Asesor

#### Nivel Auxiliar

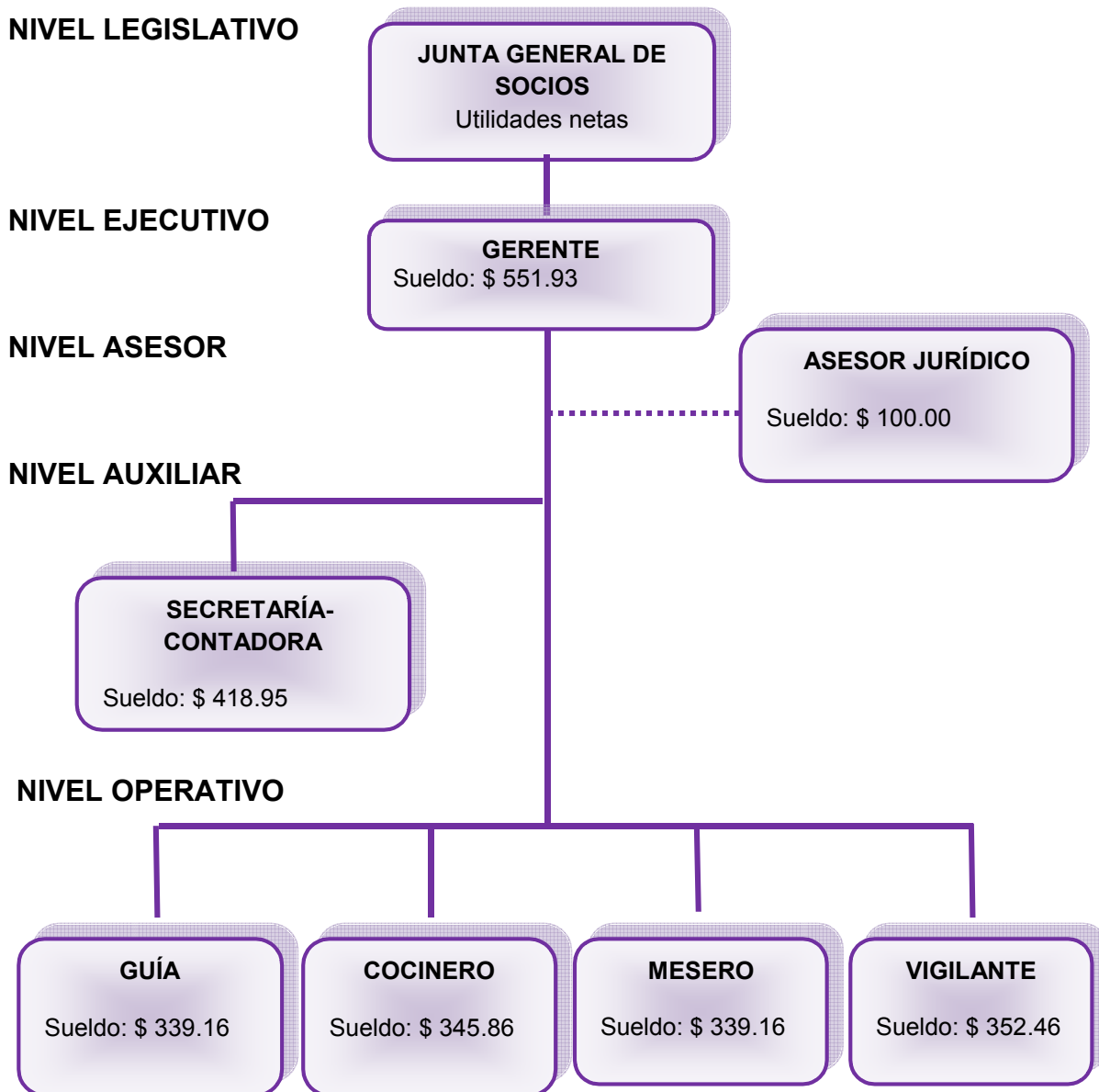


#### Nivel Operativo



**ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO**

**“LA NATURALEZA DE PUERTO QUITO”**



**SIMBOLOGÍA**

———— LÍNEA DE MANDO

..... LÍNEA DE ASESORÍA

Elaborado por: La Autora

### 6.3.4 MANUALES DE FUNCIONAMIENTO

El manual de funciones comprende en si la información de las tareas que el personal debe cumplir en el puesto de trabajo, de igual manera se debe programar la mejor forma de seleccionar el personal para los diferentes cargos del complejo turístico y sus funciones respectivas.

<b>PUESTO: Junta General de Accionistas</b>	<b>CODIGO: 001</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>		<b>A QUIEN REPORTA:</b> NINGUNA
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Legislar, determinar los aspectos más importantes de las diferentes actividades de la empresa y fijar normas, políticas, reglamentos y estatutos.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Designar y remover al personal Administrativo y Gerencial.</li> <li>▪ Aprobar las cuentas y los balances que presentan los Administradores y Gerentes.</li> <li>▪ Determinar las políticas que debe seguir la empresa y fijar las metas en cada uno de los departamentos para alcanzar los objetivos.</li> <li>▪ Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades.</li> <li>▪ Decidir sobre los aspectos de mayor importancia del complejo turístico.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ser accionista de la empresa</li> </ul>		

<b>PUESTO: Gerente General</b>	<b>CODIGO: 002</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> <b>GERENCIA GENERAL</b>		<b>A QUIEN REPORTA:</b> <b>JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS</b>
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Administrar acertadamente las actividades de la empresa, las mismas que determinarán el cumplimiento de las metas organizacionales y por lo tanto los objetivos profesionales del talento humano.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representar legalmente, judicialmente y extrajudicial al complejo turístico.</li> <li>▪ Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades operativas y proponer políticas generales.</li> <li>▪ Supervisar y dirigir la elaboración de planes estratégicos de corto, mediano y largo plazo, en relación al aspecto financiero y administrativo.</li> <li>▪ Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en cada área, las políticas generales para el personal.</li> <li>▪ Administrar acertadamente las actividades de la empresa.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener título Ingeniería Comercial</li> <li>▪ Tener experiencia mínima de dos años en funciones afines.</li> </ul>		

<b>PUESTO: ASESOR JURÍDICO</b>	<b>CODIGO: 003</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> <b>GERENCIA GENERAL</b>		<b>A QUIEN REPORTA:</b> <b>GERENTE GENERAL</b>
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Dar asesoramiento jurídico y orientar a los ejecutivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos relativos a problemas legales.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Otorgar asesoría a ejecutivos y demás niveles administrativos del complejo turístico</li> <li>• Informar sobre las situaciones legales que indiquen relativamente en el desenvolvimiento dl complejo turístico.</li> <li>• Revisar reglamentos, manuales internos y los demás que le corresponden de acuerdo a la ley.</li> <li>▪ Intervenir como conciliador de problemas de manera extrajudicial, en los que se encuentre el complejo turístico.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener título de Doctor de Jurisprudencia o Abogado de los tribunales.</li> <li>▪ Tener experiencia mínima de dos años en funciones afines.</li> </ul>		

<b>PUESTO:</b> Secretaria- Contadora	<b>CODIGO:</b> 004	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> Financiero		<b>A QUIEN REPORTA:</b> GERENTE GENERAL
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Redacta documentos de orden ejecutivo, además realizará labores de recepción, cuya Actividad directa será la atención al cliente finalmente realizará actividades de contabilidad cuya función es controlar los movimientos financieros de la empresa y realizar informes en donde se demuestre el estado económico de la misma.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar los pagos al cliente interno</li> <li>▪ Realizar pagos de las obligaciones tributarias.</li> <li>▪ Realizar los pagos al cliente interno.</li> <li>▪ Realizar los balances contables</li> <li>▪ Atender al público dándole a conocer los múltiples servicios que ofrece el centro turístico.</li> <li>▪ Familiarizarse con los clientes.</li> <li>▪ Llevar un registro diario de todas las personas que concurren a hacer uso de los servicios de la organización.</li> <li>▪ Manejar una excelente atención al cliente.</li> <li>▪ Redactar y mecanografiar comunicaciones</li> <li>▪ Actualizar y ordenar el archivo, llevar el registro de asistencia del personal.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener título de Contadora</li> <li>▪ Tener experiencia de un año en funciones similares</li> </ul>		

<b>PUESTO:</b> Guía	<b>CODIGO:</b> 005	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios		<b>A QUIEN REPORTA:</b> GERENTE GENERAL
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Coordinación, recepción asistencia, conducción información y animación de los visitantes.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acompañar a los visitantes en las diferentes rutas que ofrece el complejo turístico.</li> <li>▪ Controlar constantemente al grupo de visitantes que está bajo su responsabilidad.</li> <li>▪ Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al visitante.</li> <li>▪ Coordinar los servicios que se presentan al turista durante su estadía.</li> <li>▪ Asistir al visitantes en los primeros auxilios y velar por su bienestar</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener título en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Guías locales.</li> <li>▪ Tener experiencia en funciones similares</li> </ul>		

<b>PUESTO: Cocinero</b>	<b>CODIGO: 006</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>  Servicios		<b>A QUIEN REPORTA:</b> <b>GENRENTE GENERAL</b>
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Ejecutar actividades de cocina, manteniendo una excelente calidad de los productos.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mantener las herramientas y equipos del proceso productivo respectivo en las condiciones óptimas para su uso.</li> <li>▪ Realizar la preparación y arreglo de la materia prima y suministros para la producción de la variedad de gastronomía a ofrecer a los clientes.</li> <li>▪ Mantener el aseo y cuidado del local destinado a la presentación del servicio de Restaurant, para precautelar la presentación óptima del servicio.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chef Profesional</li> <li>▪ Tener experiencia en funciones similares</li> </ul>		



<b>PUESTO: Mesero</b>	<b>CODIGO: 007</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios		<b>A QUIEN REPORTA:</b> <b>GERENTE GENERAL</b>
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Atender al cliente y satisfacer sus necesidades.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Servir a la mesa los diferentes platillos al cliente.</li> <li>▪ Atender al cliente con amabilidad y paciencia.</li> <li>▪ Realizar el montaje de mesa.</li> <li>▪ Verificar que los platos al momento de servir sean los correctos.</li> <li>▪ Ayudar al cliente en cualquier pedido</li> <li>▪ Ayudar con la limpieza del negocio.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ser bachiller</li> <li>▪ Tener experiencia en funciones similares mínimo un año.</li> </ul>		

<b>PUESTO: Vigilante</b>	<b>CODIGO: 008</b>	<b>FECHA:</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios		<b>A QUIEN REPORTA:</b> <b>GERENTE GENERAL</b>
<p><b>OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p> <p>Custodiar las instalaciones del complejo turístico, además estará encargado de las actividades que sean necesarias del complejo turístico, entrega de documentación, limpieza y vigilancia de la misma.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cuidar de las instalaciones y mantener limpia</li> <li>▪ Solicitar identificación a las personas que ingresan</li> <li>▪ Vigilar por el buen funcionamiento de los servicios básicos.</li> <li>▪ Proteger la integridad de los bienes y personas.</li> </ul> <p><b>REQUISITO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ser Bachiller</li> <li>▪ Tener experiencia en funciones similares</li> </ul>		

## **6.4 ESTUDIO FINANCIERO**

### **6.4.1 GENERALIDADES**

El análisis financiero actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador, especialmente a lo que refiere al análisis de mercado y al estudio técnico. Del primer análisis, se recoge principalmente, los datos relativos a la cantidad de la demanda que cabería satisfacer mediante la inversión durante un cierto período. El estudio técnico se refiere al momento de inversión en terrenos y contracciones. Estas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario, gastos pre operativos, etc.) y en el establecimiento de los costos y gastos pre-operativos.

Además, el análisis económico pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la empresa; así también otros indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación del mismo.

El estudio financiero contendrá los siguientes instrumentos:

- Inversiones de Proyecto
- Presupuesto
- Los costos y el punto de equilibrio
- Flujo de Caja
- Depreciaciones

## 6.4.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 6.4.2.1 INVERSIÓN

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales, nacionales, importadoras de maquinaria.

**ACTIVOS:** Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres casos de activos: activo fijo, activo diferido y activo circulante o capital de trabajo.

#### **ACTIVO FIJO**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno y se genera en la instalación del complejo. Entre estos activos tenemos.

#### **Especificaciones de los activos fijos.**

Para el proyecto que se está estudiando se incluirá como activos fijos los rubros de terreno, construcciones, maquinaria y equipo, vehículo, muebles y equipo de oficina, instalaciones que son necesarias para la ejecución del proyecto.

- a. **TERRENO.-** Según la distribución de la planta, el complejo turístico requiere para poner en marcha sus actividades, el terreno tiene una extensión de 30.000 m de acuerdo al departamento de avalúos y catastros del Cantón Puerto Quito. El costo del mismo será de \$11.400.

**CUADRO N° 6.15  
COSTO DEL TERRENO**

AREA TOTAL	PRECIO POR METRO	VALOR TERRENO
30.000	0,38	11.400,00

Fuente: Municipio Anexo N° 8

Elaborado por: La Autora

- b. CONSTRUCCIONES.-** Para la construcción del complejo turístico esta hecho en base de estructura de madera y de hormigón, para ello sea realizado cotizaciones de la construcción por metro en la cámara de construcción, de acuerdo a las especificaciones técnicas de los planos tiene una construcción de 3.482,28 metros y el resto de terreno comprenderá el sendero y su dimensión es de 26.517,72 metros.

**CUADRO N° 6.16  
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES**

CONCEPTO	PRECIO
Construcción	38,584.00
<b>TOTAL</b>	<b>38,584.00</b>

Fuente: Planos y Estudios

Elaborado por: La Autora

- c. MAQUINARIA Y EQUIPO.-** El precio del equipo se obtuvo mediante proformas y equipos en empresas locales que se dedican a la venta de los mismos.

**CUADRO N° 6.17  
COSTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Televisor de 21" (Recepción y Bar)	2	200.00	400.00
Televisor de 14" (Habitación)	8	120.00	960.00
DVD LG Bar	1	140.00	140.00
Equipo de sonido (Recepción y Bar)	1	520.00	520.00
Restaurante (Anexo 9)	1	3430.00	3430.00
Bar (Anexo 10)	1	1310.00	1310.00
<b>TOTAL</b>			<b>6760.00</b>

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: La Autora

- d. **MUEBLES Y ENSERES.-** Se refiere a los muebles que se requiere para desarrollar las actividades.

**CUADRO N° 6.18  
COSTO DE MUEBLES Y ENSERES**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios (Recepción)	1	80.00	80.00
Sillas Giratorias (Recepción)	2	50.00	100.00
Archivadores (Recepción)	1	30.00	30.00
Mostrador (Recepción)	1	700.00	700.00
Sillas (Recepción)	6	25.00	150.00
Basureros (Recepción)	14	2.50	35.00
Mesas Maderas (Restaurant)	8	82.00	656.00
Sillas Maderas (Restaurant)	40	35.00	1400.00
Muebles de cocina (Restaurant)	2	100.00	200.00
Anaquele Horizontal (Restaurant)	1	100.00	100.00
Mueble de Bar (Bar)	1	300.00	300.00
Anaquele Horizontal (Bar)	1	180.00	180.00
Camas de 2 plazas (Cabañas)	3	100.00	300.00
Camas de plazas 1 1/2 plaza (Cabañas)	4	90.00	360.00
Camas Literas (Cabañas)	6	120.00	720.00
Silla Sencilla- individual (Cabañas)	8	20.00	160.00
Veladores (Cabañas)	8	35.00	280.00
Mesas de Plástico (Piscina)	5	6.00	30.00
Sillas de Plástico (Piscina)	25	3.50	87.50
Bancas para vestidores (Piscina)	6	31.00	186.00
Anaquele (Piscina)	1	75.00	75.00
Canastillas (Piscina)	112	2.50	280.00
<b>TOTAL</b>			<b>6409.50</b>

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: La Autora

- e. **EQUIPO DE OFICINA.-** Se refiere al equipo de oficina que se va utilizar en el proyecto.

**CUADRO N° 6.19  
COSTO DEL EQUIPO DE OFICINA**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIOUNITARIO	TOTAL
Teléfonos	3	65	195
Sumadoras	1	50	50
<b>TOTAL</b>			<b>245,00</b>

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: La Autora

- f. **EQUIPO DE COMPUTACION.-** Se refiere al equipo de cómputo que se va utilizar en el proyecto.

**CUADRO N° 6.20  
COSTO DEL EQUIPO DE COMPUTACION**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora P. Plana	1	900	900
Impresora	1	150	150

<b>TOTAL</b>	<b>1050.00</b>
--------------	----------------

Fuente: Cybertronic

Elaborado por: La Autora

- g. **UTILERÍA, LENCERÍA Y MENAJE.-** Se refieres a todas las utilerías lencerías y menajes que se requiere para el desarrollo del complejo turístico.

**CUADRO N° 6.21  
COSTO DE UTILERÍA LENCERÍA Y MENAJE**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Colchones de 2 plazas (Cabañas)	3	190.00	570.00
Colchones de 1 1/2 plaza (Cabañas)	4	160.00	640.00
Colchones camas literas	12	150.00	1800.00
Juegos de Sábanas	25	11.00	275.00
Cubre Cama	25	18.00	450.00
Cortinas	18	12.00	216.00
Toallas Medianas	25	6.00	150.00
Basureros	12	2.50	30.00
Cuadros Decorativos	15	5.00	75.00
Vajilla de 30 piezas	4	17.52	70.08
Juego de Vasos	50	0.38	19.00
Juego de Copas	30	0.80	24.00
Jarras	4	0.88	3.52
Ollas	6	9.36	56.16
Sartén	2	9.70	19.40
Cucharones	10	0.20	2.00
Juego de cuchillos	1	5.16	5.16
Espejos	13	4	52.00

<b>TOTAL</b>	<b>4457.32</b>
--------------	----------------

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: La Autora

## ACTIVOS DIFERIDOS

Comprende todos aquellos desembolsos por bienes intangibles cuya utilidad y beneficio se supone corresponde a varios periodos y son requeridos para la puesta en marcha del proyecto, que para el presente proyecto los amortizamos para 5 años; el monto total es de \$1910,00 los mismos que se detallan a continuación:

**CUADRO N° 6.22  
COSTO DE ESTUDIO PRELIMINARES**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Estudios e Investigaciones	1	350	350

**Fuente:** Visitas a la Zona y Observación de los servicios turísticos

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 6.23  
COSTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Constitución Legal	1	300	300
Permisos de Funcionamiento y Patente	1	150	150
Registro Sanitario	1	800	800

<b>TOTAL</b>	<b>1250</b>
--------------	-------------

**Fuente:** Registro Mercantil, Consultor Jurídico, Municipio de Puerto Quito

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 6.24  
COSTO DE INSTALACION**

CONCEPTO	TOTAL
Luz Eléctrica	120.00
Telefonía	50.00
Agua Potable	140.00

<b>TOTAL</b>	<b>310.00</b>
--------------	---------------

**Fuente:** CNT, Empresa Electrica, EMAPP-Q

**Elaborado por:** La Autora



**IMPREVISTOS.**-Todo presupuesto por más que haya sido cuidadosa mente elaborado tendrá siempre un margen de error por causas de la fluctuación de los precios, y cambios en las condiciones originales, etc. Razón por la cual es conveniente incluir el rubro de imprevistos que se calcula generalmente con un porcentaje del 5 % de la suma de las inversiones fijas y que varían de acuerdo a la experiencia que se tenga en los cálculos del proyecto y el grado de confianza que merezca las estimaciones de inversiones fijas.

**CUADRO N° 6.25  
IMPREVISTOS**

CONCEPTO	PRECIO
Imprevistos	95.50

<b>TOTAL</b>	<b>95.50</b>
--------------	--------------

Fuente: Cuadro N° 6.22,6.23, 6.24

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 6.26  
COSTO EN ACTIVOS DIFERIDOS**

CONCEPTO	TOTAL
Estudios Preliminares	350.00
Gastos de Organización	1250.00
Costo de Instalaciones	310.00
Imprevistos 5%	95.50

<b>TOTAL</b>	<b>2,005.50</b>
--------------	-----------------

Fuente: Cuadros N° 6.22,6.23, 6.24, 6.25

Elaborado por: La Autora

## **ACTIVO CORRIENTE**

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la puesta en marcha del proyecto durante un periodo productivo.

Aquí se detallan los siguientes rubros:

- ❖ Materia prima y materiales directos
- ❖ Mano de obra directa.
- ❖ Gastos generales
- ❖ Gastos de publicidad

- ❖ Gastos suministros de limpieza
- ❖ Imprevistos

a. **MATERIA PRIMA DIRECTA Y MATERIALES DIRECTOS.** La materia prima se calcula de acuerdo al producto que se va a elaborar, como el presente proyecto trata de la prestación de servicios varios para atender las necesidades de la demanda determinada en el tamaño del proyecto, se considera los requerimientos en cuanto a las provisiones del restaurant y el bar del complejo turístico como se detalla a continuación:

**CUADRO N° 6.27**  
**COSTO EN MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS**

CONCEPTO	TOTAL
Verduras	45.00
Legumbres	65.00
Hortalizas	30.00
Carnes Rojas	87.00
Carne Blanca	90.00
Mariscos	115.00
Frutas	75.00
Arroz	60.00
Lácteos	40.00
Panes y Cereales	30.00
Aliños	13.00
Embutidos	30.00
Vinos	40.00
Agua Mineral	13.00
Agua Natural	10.00
Licores	110.00
Otros	50.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>903.00</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>10836.00</b>

**Fuente:** Índice de Precios al Consumidor INEC

**Elaborado por:** La Autora

Este valor equivale a 2 canastas familiares básicas.

- b. **MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.**- Los salarios se fijan de acuerdo a las leyes vigentes, se requiere de seis empleados y se detalla a continuación:

**CUADRO N° 6.28  
COSTO EN MANO DE OBRA DIRECTA**

CARGO	GUIA	COCINERO	MESERO	VIGILANTE
SUELDO	240,00	245,04	240,00	250,00
13° SUELDO	20,00	20,42	20,00	20,83
14° SUELDO	20,00	20,00	20,00	20,00
VACACIONES	10,00	10,21	10,00	10,42
FONDOS DE RESERVA	20,00	20,42	20,00	20,83
IESS 12,15%	29,16	29,77	29,16	30,38
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>339,16</b>	<b>345,86</b>	<b>339,16</b>	<b>352,46</b>

<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>1376,64</b>
----------------------	----------------

<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>16519,68</b>
---------------------	-----------------

Fuente: Sueldos y Salarios Ministerio de Trabajo

Elaborado por: La Autora

**NOTA:**

**DÉCIMO TERCER SUELDO:** Doceava parte del total de los ingresos que recibe durante el año calendario. Se calcula desde el 1 de diciembre del año anterior, hasta el 30 de noviembre del año en que se procede al pago, se cancela hasta el 15 de diciembre de cada año.

**DECIMO CUARTO SUELDO:** Equivale a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general anual de 240. Se paga en abril para la región costa y en agosto para la región sierra, cabe anotar que este bono recibe todos por igual, independientemente de si tienen hijos o no.

**FONDO DE RESERVA.-** A este fondo tiene derecho todo empleado cuya permanencia en una misma empresa sea superior a un año; es decir gana a partir del segundo año y corresponde a la doceava parte del total de ingresos.

**VACACIONES.-** Todo trabajador tiene derecho a 15 días continuos de vacaciones cuando haya cumplido un año de trabajo en la misma entidad, el pago corresponde a la 24ava. parte del total de ingresos, se cancela antes de que el trabajador salga en goce de sus vacaciones anuales.

**APORTE PATRONAL.-** Este valor corresponde al 12,15% del total de ingresos de cada empleado que debe asumir el patrono y se debe pagar junto con el valor que por concepto de aportes IESS se descuenta a los empleados en el rol, estos valores se pagan al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) hasta el día 15 del mes siguiente.

**CUADRO N° 6.29  
COSTO EN MANO DE OBRA INDIRECTA**

CARGO	CONTADOR	GERENTE GENERAL
SUELDO	300.00	400.00
13° SUELDO	25.00	33.33
14° SUELDO	20.00	20.00
VACACIONES	12.50	16.67
FONDOS DE RESERVA	25.00	33.33
IESS 12,15%	36.45	48.60
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>418.95</b>	<b>551.93</b>

<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>970.88</b>
----------------------	---------------

<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>11650.60</b>
---------------------	-----------------

Fuente: Sueldos y Salarios Ministerio de Trabajo

Elaborado por: La Autora

- c. **GASTOS GENERALES.-** Se refiere a todos los gastos en servicios básicos que se empleara en el proyecto y se detalla a continuación:

**CUADRO N° 6.30  
COSTO EN GASTOS GENERALES**

CONCEPTO	TOTAL
Servicio Eléctrico (consumo aproximado 900 Kw.)	110.00
Servicio TV Cable	35.00
Agua Potable (consumo aproximado 1000 m3)	180.00
Servicio Telefónico	35.00
Gas	60.00

<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>420.00</b>
----------------------	---------------

<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>5040.00</b>
---------------------	----------------

Fuente: CNT, TV CABLE, EMAPP, EMPRESA ELECTRICA

Elaborado por: La Autora

- d. **GASTO PUBLICIDAD.-** Se considera todos los gastos publicitarios para el funcionamiento y puesta en marcha del proyecto.

**CUADRO N° 6.31  
GASTOS DE PUBLICIDAD**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Publicidad en Radio	4 Cuñas	20.00	80.00
Publicidad en Tv.	2 Spots Tv	60.00	120.00
Afiches (1000)	1 paquete	60.00	60.00

<b>TOTAL</b>	<b>260.00</b>
--------------	---------------

Fuente: Medios de Comunicación

Elaborado por: La Autora

- e. **GASTO SUMINSITROS DE LIMPIEZA.-** Se refiere a todos los útiles de limpieza que se utilizara en el complejo turístico.

**CUADRO N° 6.32  
COSTO EN GASTOS DE SUMISTROS DE LIMPIEZA**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escobas de fibra de 30 cm	12	1.99	23.88
Galones de cloro	12	3.27	39.24
Jabones de Tocador 5 g.	1000	0.30	300.00
Franelas	24	0.79	18.96
Detergentes de 1000 g.	24	2.15	51.60
Pares de Guantes	24	0.52	12.48
Rollos de Papel Higiénico *24 rollos	24	6.25	150.00
Toallas de Mano	12	4.00	48.00
Trapeadores de 30 cm	12	1.99	23.88
Palas de Basura	5	0.99	4.95
Paquetes de 50 Fundas de Basura	6	1.60	9.60
Desinfectante galón	12	1.60	19.20
Paquetes de 100 servilletas	24	1.25	30.00
Vasos plásticos desechables	1000	0.04	40
Champú en Sachet de 10 mililitros	1000	0.20	200
<b>TOTAL</b>			<b>971.79</b>

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: La Autora

- f. **GASTO SUMINISTROS DE OFICINA.-** Se refiere a todos los útiles de oficina que se utilizara en el complejo turístico.

**CUADRO N° 6.33  
COSTO EN GASTOS DE SUMISTROS DE OFICINA**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Factureros	20	5,00	100
Papel Membretado	500	0,03	15,00
Papel Boom (1 resma A4 Repport)	1	4,90	4,90
Sello	1	4,00	4,00
Tinta Impresora	1	12,00	12,00
Perforadora	2	5,00	10,00
Grapadora	2	5,00	10,00
Esteros	12	0,30	3,60
Lápices	12	0,10	1,20
Carpetas	24	0,25	6,00

<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>166,70</b>
----------------------	---------------

<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>2000,40</b>
---------------------	----------------

Fuente: Lafisum

Elaborado por: La Autora

### RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se lo demuestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 6.34  
INVERSIÓN**

INVERSIÓN	TOTAL
<b><u>INVERSIÓN</u></b>	<b><u>118,189.79</u></b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>68,905.82</b>
Terreno	11,400.00
Construcción	38,584.00
Maquinaria y Equipo	6,760.00
Muebles y Enseres	6,409.50
Equipo de Oficina	245.00
Equipo de Computación	1,050.00
Utilería, Lencería y Menaje	4,457.32
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2,005.50</b>
Estudios Preliminares	350.00
Gastos de Organización	1,250.00
Gastos Instalaciones	310.00
Imprevistos	95.50
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>47,278.47</b>
Materia Prima Directa	10,836.00
Mano de Obra Directa	16,519.68
Mano de Obra Indirecta	11,650.60
Gastos Generales	5,040.00
Gastos de Publicidad	260.00
Gastos Suministro de Limpieza	971.79
Gastos Suministro de Oficina	2,000.40

Fuente: Cuadros del 6.15 al 6.33

Elaborado por: La Autora

#### **6.4.2.2 FINANCIAMIENTO**

Cuantificar la necesidad de fondos, preciso determinar de donde provendrán aquellos o sea identificar su frente en contra partida de las inversiones. Por lo tanto los conceptos de inversión y financiamiento están relacionados a los de fuente y usos de fondos respectivamente.

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:



### a. FUENTES INTERNAS

El 66.16 % del total de la inversión que corresponde a 78,189.79 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

### b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco del Pichincha, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto, constituirá el 33.84 % que corresponde a 40.000 dólares a 5 años plazo al 12 % de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria, construcción y muebles y enseres.

Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

El financiamiento se lo hará en parte con capital propio y crédito externo acudiendo a una entidad crediticia, que otorgue ayuda para el proyecto de actividades turísticas con un plazo de diez años sin periodo de gracia y a una tasa de interés flotante que es del 12%. Los pagos se realizarán semestralmente ya que es una de las políticas aceptadas por entidad financiera.

**CUADRO N° 6.35  
FINANCIAMIENTO**

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	40,000.00	33.84%
Capital	78,189.79	66.16%

<b>TOTAL</b>	118,189.79	100.00%
--------------	------------	---------

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado por: La Autora

$$R = \frac{VA * i}{[1 - (1 + i)^{-n}]}$$

$$R = \frac{40.000,00 * 12 / 200}{[1 - (1 + 12 / 200)^{-10}]}$$

$$R = \frac{2400}{0.441605}$$

$$R = 5434.72$$

DONDE:

Interés = i

Valor de préstamo = VA

Pago periódico = R

### AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Las tablas de amortización realizadas, corresponde al pago de cuotas por dividendos fijos que ha sido analizada y escogida para el pago del crédito.

Para poder realizar la tabla de amortización se debe considerar el siguiente calculo:

**CUADRO N° 6.36**  
**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

Nº PAGOS	CAPITAL	INTERES	PAGO PERIODICO	ABONO A LA DEUDA	SALDO INSOLUTO DESPUES DEL PAGO
1	40,000.00	2,400.00	5,434.72	3,034.72	36,965.28
2	36,965.28	2,217.92	5,434.72	3,216.80	33,748.48
3	33,748.48	2,024.91	5,434.72	3,409.81	30,338.67
4	30,338.67	1,820.32	5,434.72	3,614.40	26,724.27
5	26,724.27	1,603.46	5,434.72	3,831.26	22,893.00
6	22,893.00	1,373.58	5,434.72	4,061.14	18,831.86
7	18,831.86	1,129.91	5,434.72	4,304.81	14,527.05
8	14,527.05	871.62	5,434.72	4,563.10	9,963.96
9	9,963.96	597.84	5,434.72	4,836.88	5,127.07
10	5,127.07	307.62	5,434.72	5,127.10	-0.02

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado por: La Autora

### 6.4.2.3 DEPRECIACIONES

Es la pérdida de valor de los activos de una empresa debido a:

- Uso del activo
- Desarrollo tecnológico
- Paso del tiempo
- El desuso
- Obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

Se representa con la letra (D).

VARIABLES:

- COSTO INICIAL.- Valor del activo en momento de la compra, su abreviatura es **(Co)**.
- COSTO DE SALVAMENTO.- Esta representada con la letra **(S)**. y su formula es:

$$S = Co * \% \text{Depreciación}$$

- VIDA ÚTIL.- Tiempo que dura el activo trabajando en condiciones normales y se puede medir en año como también en unidades de producción y esta representando por **(n)**.

### METODO

Para este cálculo se aplica el método de línea recta, que considera que la depreciación en cada periodo es la misma para ello se utilizara la siguiente formula:

$$D = \frac{Co - S}{n}$$

## DEPRECIACIÓN DE LA CONSTRUCCION

**METODO:** LINEA RECTA

**COSTO INICIAL:** 38,584.00

**VIDA UTIL:** 20

**COSTO DE SALVAMENTO:** 1,929.20

$$D = \frac{Co - S}{n}$$

$$D = \frac{38,584.00 - 1,929.20}{20}$$

$$D = 1832.74$$

### CUADRO N° 6.37

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	38,584.00	0.00	38,584.00	0.00	0.00
1	38,584.00	1,832.74	36,751.26	1,832.74	1,832.74
2	36,751.26	1,832.74	34,918.52	1,832.74	3,665.48
3	34,918.52	1,832.74	33,085.78	1,832.74	5,498.22
4	33,085.78	1,832.74	31,253.04	1,832.74	7,330.96
5	31,253.04	1,832.74	29,420.30	1,832.74	9,163.70
6	29,420.30	1,832.74	27,587.56	1,832.74	10,996.44
7	27,587.56	1,832.74	25,754.82	1,832.74	12,829.18
8	25,754.82	1,832.74	23,922.08	1,832.74	14,661.92
9	23,922.08	1,832.74	22,089.34	1,832.74	16,494.66
10	22,089.34	1,832.74	20,256.60	1,832.74	18,327.40
11	20,256.60	1,832.74	18,423.86	1,832.74	20,160.14
12	18,423.86	1,832.74	16,591.12	1,832.74	21,992.88
13	16,591.12	1,832.74	14,758.38	1,832.74	23,825.62
14	14,758.38	1,832.74	12,925.64	1,832.74	25,658.36
15	12,925.64	1,832.74	11,092.90	1,832.74	27,491.10
16	11,092.90	1,832.74	9,260.16	1,832.74	29,323.84
17	9,260.16	1,832.74	7,427.42	1,832.74	31,156.58
18	7,427.42	1,832.74	5,594.68	1,832.74	32,989.32
19	5,594.68	1,832.74	3,761.94	1,832.74	34,822.06
20	3,761.94	1,832.74	1,929.20	1,832.74	36,654.80

**Fuente:** Cuadro N° 6.16

**Elaborado por:** La Autora

## DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

**METODO:** LINEA RECTA

**COSTO INICIAL:** 6,760.00

**VIDA UTIL:** 10

**COSTO DE SALVAMENTO:** 676.00

$D = \frac{Co - S}{n}$

$D = \frac{6,760.00 - 676.00}{10}$

$D = 608.4$

**CUADRO N° 6.38**

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	6,760.00	0.00	6,760.00	0.00	0.00
1	6,760.00	608.40	6,151.60	608.40	608.40
2	6,151.60	608.40	5,543.20	608.40	1,216.80
3	5,543.20	608.40	4,934.80	608.40	1,825.20
4	4,934.80	608.40	4,326.40	608.40	2,433.60
5	4,326.40	608.40	3,718.00	608.40	3,042.00
6	3,718.00	608.40	3,109.60	608.40	3,650.40
7	3,109.60	608.40	2,501.20	608.40	4,258.80
8	2,501.20	608.40	1,892.80	608.40	4,867.20
9	1,892.80	608.40	1,284.40	608.40	5,475.60
10	1,284.40	608.40	676.00	608.40	6,084.00

**Fuente:** Cuadro N° 6.17

**Elaborado por:** La Autora

## DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

**METODO:** LINEA  
**COSTO INICIAL:** RECTA 6,409.50  
**VIDA UTIL:** 10  
**COSTO DE SALVAMENTO:** 640.95

$$D = \frac{C - S}{n}$$

$$D = \frac{6,409.50 - 640.95}{10}$$

$$D = 576.855$$

### CUADRO N° 6.39

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	6,409.50	0.00	6,409.50	0.00	0.00
1	6,409.50	576.86	5,832.65	576.86	576.86
2	5,832.65	576.86	5,255.79	576.86	1,153.71
3	5,255.79	576.86	4,678.94	576.86	1,730.57
4	4,678.94	576.86	4,102.08	576.86	2,307.42
5	4,102.08	576.86	3,525.23	576.86	2,884.28
6	3,525.23	576.86	2,948.37	576.86	3,461.13
7	2,948.37	576.86	2,371.52	576.86	4,037.99
8	2,371.52	576.86	1,794.66	576.86	4,614.84
9	1,794.66	576.86	1,217.81	576.86	5,191.70
10	1,217.81	576.86	640.95	576.86	5,768.55

**Fuente:** Cuadro N° 6.18

**Elaborado por:** La Autora

## DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

**METODO:** LINEA RECTA  
**COSTO INICIAL:** 245.00  
**VIDA UTIL:** 10  
**COSTO DE SALVAMENTO:** 24.50

$$D = \frac{Co - S}{n}$$

$$D = \frac{245.00 - 24.50}{10}$$

D	22.05
---	-------

**CUADRO N° 6.40**

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	245.00	0.00	245.00	0.00	0.00
1	245.00	22.05	222.95	22.05	22.05
2	222.95	22.05	200.90	22.05	44.10
3	200.90	22.05	178.85	22.05	66.15
4	178.85	22.05	156.80	22.05	88.20
5	156.80	22.05	134.75	22.05	110.25
6	134.75	22.05	112.70	22.05	132.30
7	112.70	22.05	90.65	22.05	154.35
8	90.65	22.05	68.60	22.05	176.40
9	68.60	22.05	46.55	22.05	198.45
10	46.55	22.05	24.50	22.05	220.50

**Fuente:** Cuadro N° 6.19

**Elaborado por:** La Autora

## DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACION

**METODO:** LINEA RECTA  
**COSTO INICIAL:** 1,050.00  
**VIDA UTIL:** 3  
**COSTO DE SALVAMENTO:** 34.97

$$D = \frac{Co - S}{n}$$

$$D = \frac{1,050.00 - 34.97}{3}$$

<b>D</b>	338.35
----------	--------

**CUADRO N° 6.41**

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	1,050.00	0.00	1,050.00	0.00	0.00
1	1,050.00	338.35	711.66	338.35	338.35
2	711.66	338.35	373.31	338.35	676.69
3	373.31	338.35	34.97	338.35	1,015.04

**Fuente:** Cuadro N° 6.20

**Elaborado por:** La Autora

•  
•



## DEPRECIACIÓN DE UTILERIA, LENCERIA Y MENAJE

**METODO:** LINEA RECTA

**COSTO INICIAL:** 4,457.32

**VIDA UTIL:** 5

**COSTO DE SALVAMENTO:** 445.73

**D**  $\frac{Co - S}{n}$

**D**  $\frac{4,457.32 - 445.73}{5}$

**D** 802.32

### CUADRO N° 6.42

PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACION PERIODICA	VALOR EN LIBROS	CARGO POR DEPRECIACION	ACUMULADO
0	4,457.32	0.00	4,457.32	0.00	0.00
1	4,457.32	802.32	3,655.00	802.32	802.32
2	3,655.00	802.32	2,852.68	802.32	1,604.64
3	2,852.68	802.32	2,050.37	802.32	2,406.95
4	2,050.37	802.32	1,248.05	802.32	3,209.27
5	1,248.05	802.32	445.73	802.32	4,011.59

**Fuente:** Cuadro N° 6.21

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO N° 6.43 RESUMEN DE DEPRECIACIONES

DENOMINACION	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN
Obra Física	38,584.00	1,929.20	20	1832.74
Maquinaria y Equipo	6760.00	676.00	10	608.4
Muebles y Enseres	6409.50	640.95	10	576.855
Equipo de Oficina	245.00	24.50	10	22.05
Equipo de Computación	1050.00	34.97	3	338.35
Utileria, Lenceria y Menaje	4457.32	445.73	5	802.32

<b>TOTAL</b>	<b>57505.82</b>	<b>3,751.35</b>	<b>58</b>	<b>4180.71</b>
--------------	-----------------	-----------------	-----------	----------------

**Fuente:** Cuadros del N° 6.37 al 6.42

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 6.44  
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO**

DENOMINACION	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACION
ACTIVO DIFERIDO	2,005.50	5	401.10

Fuente: Cuadro N° 6.26

Elaborado por: La Autora

#### **6.4.2.4 DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES (OPERACIÓN)**

##### **COSTOS E INGRESOS**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para las correspondientes evaluaciones del mismo, proyectando una situación contable.

##### **DETERMINACION DE COSTOS**

En la puesta en marcha del proyecto se incurre en una serie de gastos, los mismos que están sujetos a las continuas fluctuaciones en el mercado como consecuencia del proceso inflacionario que sufre la economía ecuatoriana. Es por eso que hemos utilizado en la determinación de costos un porcentaje de 6.72 que es el índice de variación porcentual.

Y en caso de la mano de obra es del 4% según fuente de consulta del INEC.

**CUADRO N° 6.45  
PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES (OPERACIÓN)**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><u>COSTOS DE SERVICIO</u></b>					
Materia Prima	10,836.00	11,564.18	12,341.29	13,170.63	14,055.69
Mano de Obra	16,519.68	17,180.47	17,867.69	18,582.39	19,325.69
<b>TOTAL DE MAT. Y MANO</b>	<b>27,355.68</b>	<b>28,744.65</b>	<b>30,208.98</b>	<b>31,753.02</b>	<b>33,381.38</b>
<b><u>DEPRECIACIONES</u></b>					
Obra Física	1,832.74	1,832.74	1,832.74	1,832.74	1,832.74
Maquinaria y Equipo	608.40	655.20	655.20	655.20	655.20
Muebles y Enseres	576.86	510.26	510.26	510.26	510.26
Equipo de Oficina	22.05	22.05	22.05	22.05	22.05
Equipo de Computación	338.35	338.35	338.35	338.35	338.35
Utilería, Lencería y Menaje	802.32	569.58	569.58	569.58	569.58
<b>TOTAL COSTO DE SERVICIO</b>	<b>31,536.39</b>	<b>32,672.81</b>	<b>34,137.15</b>	<b>35,681.19</b>	<b>37,309.55</b>
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
Sueldos	11,650.60	12,116.62	12,601.29	13,105.34	13,629.55
Amortización Diferida	401.10	428.05	456.82	487.52	520.28
Gastos Generales	5,040.00	5,378.69	5,740.14	6,125.87	6,537.53
Gastos de Publicidad	260.00	277.47	296.12	316.02	337.25
Gastos Suministros de Limpieza	971.79	1,037.09	1,106.79	1,181.16	1,260.54
Gastos Suministros de Oficina	2,000.40	2,134.83	2,278.29	2,431.39	2,594.78
Imprevistos 5%	95.50	101.92	108.77	116.08	123.88
<b>TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>20,419.39</b>	<b>21,474.68</b>	<b>22,588.20</b>	<b>23,763.37</b>	<b>25,003.81</b>
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>					
Interés del Capital	4,617.92	5,767.84	4,465.55	3,002.30	1,358.19
Amortización del Crédito	5,434.72	5,434.72	5,434.72	5,434.72	5,434.72
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>30,472.03</b>	<b>32,677.24</b>	<b>32,488.48</b>	<b>32,200.40</b>	<b>31,796.72</b>
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>62,008.41</u></b>	<b><u>65,350.05</u></b>	<b><u>66,625.62</u></b>	<b><u>67,881.59</u></b>	<b><u>69,106.27</u></b>

Fuente: Cuadros del 6.15 al 6.44

Elaborado por: La Autora

#### **6.4.2.5 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

##### **COSTOS FIJOS**

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción, se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

##### **COSTOS VARIABLES**

Son aquellas que varían en forma directa con los cambio en el volumen de producción.

**CUADRO N° 6.52**  
**CLASIFICACION ANALITICA DE LOS COSTOS**

CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
<b><u>COSTO DE SERVICIOS</u></b>						
Materia Prima		10,836.00		12,341.29		14,055.69
Mano de Obra		16,519.68		17,867.69		19,325.69
<b><u>DEPRECIACIONES</u></b>						
Obra Física	1,832.74		1,832.74		1,832.74	
Maquinaria y Equipo	608.40		655.20		655.20	
Muebles y Enseres	576.86		510.26		510.26	
Equipo de Oficina	22.05		22.05		22.05	
Equipo de Computación	338.35		338.35		338.35	
Utillería, Lencería y Menaje	802.32		569.58		569.58	
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>						
Sueldos	11,650.60		12,601.29		13,629.55	
Amortización Diferida	401.10		456.82		520.28	
Gastos Generales		5,040.00		5,740.14		6,537.53
Gastos de Publicidad		260.00		296.12		337.25
Gastos Suministros de Limpieza		971.79		1,106.79		1,260.54
Gastos Suministros de Oficina		2,000.40		2,278.29		2,594.78
Imprevistos 5%		95.50		108.77		123.88
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>						
Interés del Capital	4,617.92		4,465.55		1,358.19	
Amortización del Crédito	5,434.72		5,434.72		5,434.72	
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>26,285.04</u></b>	<b><u>35,723.37</u></b>	<b><u>26,886.55</u></b>	<b><u>39,739.07</u></b>	<b><u>24,870.91</u></b>	<b><u>44,235.36</u></b>

Fuente: Cuadros del 6.15 al 6.44

Elaborado por: La Autora

#### 6.4.2.6 DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL SERVICIO

El Complejo Turístico prestará sus servicios mediante la puesta en marcha de sus instalaciones en el Cantón de Puerto Quito.

Se pondrá a disposición de la colectividad varios servicios como son:

- Alojamiento
- Restaurant
- Caminatas
- Piscinas
- Tarabita

Los ingresos que se obtendrán por éstos se calculan para cada año de vida útil del proyecto; en la proyección tenemos que los precios se mantendrían, existiría un incremento de precios al implementar nuevos servicios con mucha mejor calidad. Los precios mensuales a manejarse serían los que se detallan en el Cuadro N° 6.46 para el servicio del alojamiento, en el Cuadro N° 6.47 se detalla el costo del servicio del restaurante, y en el Cuadro N° 6.48 el costo que se tendrá para el servicio de las piscinas.

**CUADRO N° 6.46  
COSTO DEL SERVICIO ALOJAMINETO**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO OPERACIONAL</b>	<b>UNIDAD HOSPEDAJE</b>	<b>COSTO POR SERVICIO</b>
1	62,008.41	7227	8.58
2	65,350.05	7227	9.04
3	66,625.62	7629	8.73
4	67,881.59	7629	8.90
5	69,106.27	8030	8.61

**Fuente:** Cuadro N° 6.45 y Cuadro N° 6.12

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 6.47  
COSTO DEL SERVICIO RESTAURANT**

AÑOS	COSTO OPERACIONAL	UNIDAD SERVICIO	COSTO POR SERVICIO
1	62.008,41	39420	1,57
2	65.350,05	39420	1,66
3	66.625,62	41610	1,60
4	67.881,58	41610	1,63
5	69.106,27	43800	1,58

Fuente: Cuadro N° 6.45 y Cuadro N° 6.13

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 6.48  
COSTO DEL SERVICIO PISCINA.**

AÑOS	COSTO OPERACIONAL	UNIDAD SERVICIO	COSTO POR SERVICIO
1	62.008,41	36792	1,69
2	65.350,05	36792	1,78
3	66.625,62	38836	1,72
4	67.881,58	38836	1,75
5	69.106,27	40880	1,69

Fuente: Cuadro N° 6.45 y Cuadro N° 6.14

Elaborado por: La Autora

#### 6.4.2.7 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO

Al costo del servicio se incrementará el 40% de utilidad y se obtienen los siguientes precios para cada año tendrá un incremento del 10%.

- PRECIO DEL SERVICIO DE ALOJAMINETO**

**CUADRO N° 6.49  
PRECIO DEL SERVICIO ALOJAMIENTO**

AÑOS	COSTO OPERACIONAL	UTILIDAD	COSTO POR SERVICIO
1	8.58	40.00%	12.01
2	9.04	50.00%	13.56
3	8.73	60.00%	13.97
4	8.90	70.00%	15.13
5	8.61	80.00%	15.49

Fuente: Cuadro N° 6.46

Elaborado por: La Autora

- **PRECIO DEL SERVICIO DE RESTAURANT**

**CUADRO N° 6.50  
PRECIO DEL SERVICIO RESTAURANT**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO OPERACIONAL</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>COSTO POR SERVICIO</b>
1	1,57	40,00%	2,20
2	1,66	50,00%	2,49
3	1,60	60,00%	2,56
4	1,63	70,00%	2,77
5	1,58	80,00%	2,84

Fuente: Cuadro N° 6.47

Elaborado por: La Autora

- **PRECIO DEL SERVICIO DE LAS PISCINAS**

**CUADRO N° 6.51  
PRECIO DEL SERVICIO PISCINA**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO OPERACIONAL</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>COSTO POR SERVICIO</b>
1	1,69	40,00%	2,36
2	1,78	50,00%	2,66
3	1,72	60,00%	2,74
4	1,75	70,00%	2,97
5	1,69	80,00%	3,04

Fuente: Cuadro N° 6.48

Elaborado por: La Autora



### 6.4.2.8 PRESUPUESTO DE INGRESOS

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO**

**CUADRO N° 6.53  
PRESUPUESTO DE INGRESOS ALOJ.**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO POR PERSONA \$</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	12.01	7227	86796.27
2	13.56	7227	97998.12
3	13.97	7629	106577.13
4	15.13	7629	115426.77
5	15.49	8030	124384.70

Fuente: Cuadros N° 6.12 y 6.49

Elaborado por: La Autora

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA EL SERVICIO DE RESTAURANT**

**CUADRO N° 6.54  
PRESUPUESTO DE INGRESOS REST.**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO POR PERSONA \$</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	2,20	39420	86724,00
2	2,49	39420	98155,80
3	2,56	41610	106521,60
4	2,77	41610	115259,70
5	2,84	43800	124392,00

Fuente: Cuadros N° 6.13 y 6.50

Elaborado por: La Autora

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA EL SERVICIO DE LAS PISCINAS**

**CUADRO N° 6.55**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS PISCINA**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO POR PERSONA \$</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	2,36	36792	86829,12
2	2,66	36792	97866,72
3	2,74	38836	106410,64
4	2,97	38836	115342,92
5	3,04	40880	124275,20

Fuente: Cuadros N° 6.14 y 6.51

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 6.56**  
**RESUMEN PRESUPUESTO DE INGRESOS**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO POR PERSONA \$</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	16.57	83439	260349.39
2	18.71	83439	294020.64
3	19.27	88075	319509.37
4	20.87	88075	346029.39
5	21.37	92710	373051.90

Fuente: Cuadros N° 6.53, 6,54, 6,55

Elaborado por: La Autora

#### **6.4.2.9 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

Se refiere al punto donde los ingresos totales se igualan a los costos incurridos para la venta de un producto, para realizar este análisis es necesario clasificar a los costos en:

- **Costos Fijos.-** Es aquel que permanece invariable independientemente del volumen de producción en un período económico.
- **Costos Variables.-** son los que mantienen una relación directamente proporcional a las cantidades producidas.

- Semifijos o SemivARIABLES.- Son los que tienen elementos fijos y variables a la vez.

#### a. MÉTODO MATEMÁTICO

Por medio de este método es posible establecer el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada, de las ventas y de los productos producidos.

En el presente caso se utilizara el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada y en función de las ventas; empleando además la gráfica para su representación.

La formula en función de las ventas es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Ingreso Total}}}$$

**En donde:**

**PE**= Punto de Equilibrio

**CF**=Costos Fijos

**CV**=Costos Variables

**VT**=Ventas Totales (Ingresos)

La formula en función de la capacidad instalada es la siguiente:

$$Q = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Se basa en el volumen de las ventas e ingresos monetarios que el proyecto genera.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

<b>COSTO FIJO</b>	=	26,285.04
<b>COSTO VARIABLE</b>	=	35,723.37
<b>COSTO TOTAL</b>	=	62,008.41
<b>INGRESO TOTAL</b>	=	260,349.39

**FORMULA:**

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\frac{\text{INGRESOS TOTALES} - \text{COSTOS VARIABLES}}{100}} * 100$$

$$PE = \frac{26,285.04}{\frac{260,349.39 - 35,723.37}{100}} * 100$$

$$PE = 11.70$$

## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

<b>COSTO FIJO</b>	=	26,285.04
<b>COSTO VARIABLE</b>	=	35,723.37
<b>COSTO TOTAL</b>	=	62,008.41
<b>INGRESO TOTAL</b>	=	260,349.39

**FORMULA:**

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{26,285.04}{1 - \frac{35,723.37}{260,349.39}}$$

$$PE = \frac{26,285.04}{1 - 0.14}$$

$$PE = 30,465.28$$

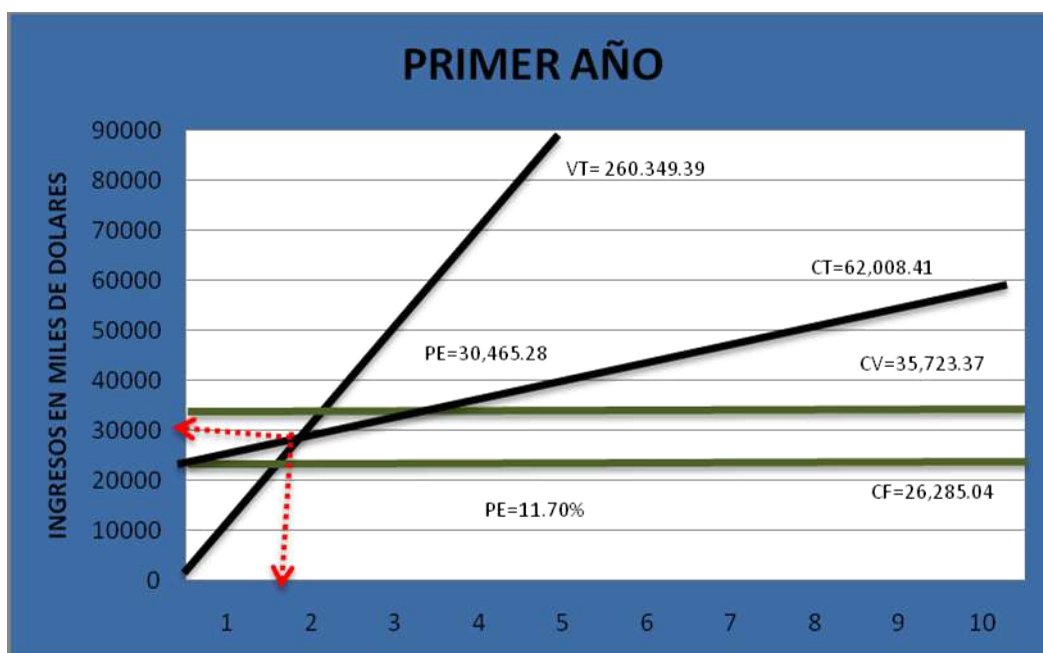
Con el resultado de 30,465.28 obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, como las ventas del complejo turístico están por arriba de la cifra mencionada esto significa que existe utilidad para el complejo turístico.

### b. MÉTODO GRAFICO

En forma grafica el punto de equilibrio se encuentra cuando se igualan los costos con lo ingresos.

Para tener referencia del punto de equilibrio en forma grafica se presenta el grafico en función de las ventas y de la capacidad instalada.

**GRAFICO N° 6.4**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: La Autora

### **6.4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA**

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

El objetivo central es determinar las necesidades de recurso financieros, las fuentes y condiciones de ella y la rentabilidad generada por el mismo en terminas privados.

Para cumplir con lo expuesto organizamos la información recopilada hasta ahora en los siguientes instrumentos:

- Estado De Pérdidas o Ganancias
- Flujo De Caja

#### **6.4.3.1 ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIAS**

El Estado de pérdidas o ganancias es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Rentas, Costos y Gastos, para determinar el resultado económico del complejo turístico, obtenido durante un período de tiempo dado.

Básicamente compara los ingresos que ha producido con costos y gastos así mismo que se van a producir, estos resultados se presenta los siguientes cuadros para el alojamiento, restaurant y los diferentes tipos de servicio:

**CUADRO N° 6.57**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>260,349.39</b>	<b>294,020.64</b>	<b>319,509.37</b>	<b>346,029.39</b>	<b>373,051.90</b>
(-) Costo del Servicio	31,536.39	32,672.81	34,137.14	35,681.19	37,309.55
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>228,813.00</b>	<b>261,347.83</b>	<b>285,372.23</b>	<b>310,348.20</b>	<b>335,742.35</b>
(-) Costos de Operación	30,472.03	32,677.24	32,488.48	32,200.40	31,796.72
<b>(=) Utilidad en Operación</b>	<b>198,340.98</b>	<b>228,670.59</b>	<b>252,883.75</b>	<b>278,147.81</b>	<b>303,945.63</b>
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	29,751.15	34,300.59	37,932.56	41,722.17	45,591.84
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>168,589.83</b>	<b>194,370.00</b>	<b>214,951.19</b>	<b>236,425.64</b>	<b>258,353.79</b>
(-) 25% Impuestos a la Renta	42,147.46	48,592.50	53,737.80	59,106.41	64,588.45
<b>(=) Utilidad antes de la Reserva</b>	<b>126,442.37</b>	<b>145,777.50</b>	<b>161,213.39</b>	<b>177,319.23</b>	<b>193,765.34</b>
(-) 10% Reserva	12,644.24	14,577.75	16,121.34	17,731.92	19,376.53
<b>(=) UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>113,798.14</b>	<b>131,199.75</b>	<b>145,092.05</b>	<b>159,587.30</b>	<b>174,388.81</b>

Fuente: Cuadros N° 6.45 y 6.56

Elaborado por: La Autora

#### **6.4.3.2 FLUJO DE CAJA**

El Flujo de caja o de efectivo nos permite presentar la diferencia entre el ingreso efectivamente recibió y los egresos realmente pagados, considerando que para su calculo no se incluyen como egresos las depreciaciones, ni amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto, ya que la información clave esta en el cálculo de los beneficios esperados, el estudio de mercado y técnico en los cuales se asignan los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área cuantificando los costos que estos demandan.

El flujo de caja se encuentra demostrado en el cuadro siguiente en el que se comparan los ingresos con los egresos.



**CUADRO N° 6.58  
FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		260,349.39	294,020.64	319,509.37	346,029.39	373,051.90
Crédito	40,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Capital Propio	78,189.79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor Residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,600.05
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>118,189.79</b>	<b>260,349.39</b>	<b>294,020.64</b>	<b>319,509.37</b>	<b>346,029.39</b>	<b>377,651.95</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activo Fijo	68,905.82	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Activo Diferido	2,005.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Activo Corriente	47,278.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo del Servicio		31,536.39	32,672.81	34,137.14	35,681.19	37,309.55
Costo de Operación		20,419.39	21,474.68	22,588.20	23,763.37	25,003.81
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>118,189.79</b>	<b>51,955.78</b>	<b>54,147.49</b>	<b>56,725.35</b>	<b>59,444.56</b>	<b>62,313.36</b>
UTILIDAD BRUTA	0.00	208,393.61	239,873.15	262,784.02	286,584.83	315,338.59
15% Utilidad Trabajadores	0.00	31,259.04	35,980.97	39,417.60	42,987.72	47,300.79
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	0.00	177,134.57	203,892.18	223,366.42	243,597.10	268,037.80
25% Impuestos a la Renta	0.00	44,283.64	50,973.04	55,841.60	60,899.28	67,009.45
<b>Utilidad antes de la Reserva</b>	0.00	132,850.93	152,919.13	167,524.81	182,697.83	201,028.35
Depreciaciones	0.00	4,180.71	4,180.71	4,180.71	4,180.71	4,180.71
Amortización Diferida	0.00	401.10	401.10	401.10	401.10	401.10
<b>FLUJO NETO</b>	<b>0.00</b>	<b>137,432.74</b>	<b>157,500.94</b>	<b>172,106.62</b>	<b>187,279.64</b>	<b>205,610.16</b>

Fuente: Cuadros N° 6.35,6.43,6.44,6.45,6.56

Elaborado por: La Autora

### **6.4.3.3 CRITERIOS PARA EVALUAR EL PROYECTO**

La evaluación del proyecto tiene como objetivo determinar, si su inversión es conveniente. Para ello se utiliza los siguientes indicadores de facilidad:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno. (TIR)
- Análisis de Sensibilidad.
- Relación Beneficio/Costo
- Periodo de Recuperación del Capital

#### **6.4.3.3.1 VALOR ACTUAL NETO**

El Valor Actual Neto lo constituyen los flujos futuros traídos al valor presente, con el objetivo de compararlos con la inversión inicial. Si el resultado de los flujos es mayor que la inversión significa que se podrá contar con recurso para recuperarla y obtener rentabilidad.

El VAN permite aceptar o rechazar el proyecto y se lo define como la sumatoria de los beneficios descontados a la tasa de interés otorgada, que en este caso es del 12% tasa máxima que paga las instituciones financieras en la actualidad.

Los criterios de dedición son:

- Si el VAN es Positivo se debe realizar el proyecto
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto
- Si el VAN es cero es indiferente su ejecución.

La fórmula matemática para su cálculo se expresa:

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

EN DONDE:

I= Tasa de inversión

n= Periodos

**CUADRO N° 6.59**  
**VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO NETO	VALOR ACUAL 0,12	VALOR ACTUALIZADO
0	118,189.79		
1	137,432.74	0.89285714	122,707.80
2	157,500.94	0.79719388	125,558.79
3	172,106.62	0.71178025	122,502.09
4	187,279.64	0.63551808	119,019.59
5	205,610.16	0.56742686	116,668.73
<b>Fuente:</b> Cuadro N° 6.58			<b>606,457.00</b>
<b>Elaborado por:</b> La Autora			118,189.79
			<b>488,267.21</b>

El Valora Actual Neto de los flujos de fondos del proyecto ha entregado un resultado positivo de \$ 488,267.21 para los servicios de alojamiento, piscina y restaurant, lo que indica que el proyecto es rentable según la interpretación de datos universalmente aceptada.

#### **6.4.3.3.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno es un instrumento de evaluación del rendimiento de una inversión, determinada en base a sus flujos de fondos netos. Dicha tasa hace que el valor actual de las entradas de fondos sean igual al valor actual de las salidas, es decir que el Valor Actual Neto sea cero.

Para ello se empleo el método de aproximaciones sucesivas siguiendo una secuencia lógica de etapas hasta conseguir al final la Tasa Interna de Retorno.

Se estimo una tasa de descuento que a nuestro juicio dio un valor actualizado igual o muy cercano a cero convirtiéndose en el límite superior e inferior de las tasas (tasa mayor positiva y tasa mayor negativa).

Los criterios que la TIR, utilizada para tomar las decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

La decisión de inversión será positiva cuando la TIR sea mayor a tasa de descuento utilizada.

**CUADRO N° 6.60**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	FACT. ACT.	VAN MENOR	FACT. ACT.	VAN MAYOR
		80%		90%	
0	-118,189.79		-118,189.79		-118,189.79
1	137,432.74	0.555555556	76,351.52	0.526315789	40,185.01
2	157,500.94	0.308641975	48,611.40	0.277008310	13,465.76
3	172,106.62	0.171467764	29,510.74	0.145793847	4,302.48
4	187,279.64	0.095259869	17,840.23	0.076733604	1,368.95
5	205,610.16	0.052922149	10,881.33	0.040386107	439.45
			65,005.44		-58,428.13

Fuente: Cuadro N° 6.58

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$TIR = 12 + 2 \left( \frac{65,005.44}{65,005.44 - (-58,428.13)} \right)$$

$$TIR = 81.05$$

EN DONDE:

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Tasa menor

Dt= Diferencia de Tasas

La Tasa Interna de Retorno para el proyecto es del 81.05 % para los servicio del alojamiento, restaurant y piscina, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, ya que es mayor al costo del capital que es de 12%.

#### 6.4.3.3.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que nos desconocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 6.70% en los costos y una disminución del 4.20 % en los ingresos

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

**CUADRO N° 6.61**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 6.70 % EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		6.70%			70%		80%	
0						-118,189.79		-118,189.79
1	62,008.41	66,162.98	260,349.39	194,186.41	0.588235294	114,227.30	0.555555556	63,459.61
2	65,350.05	69,728.51	294,020.64	224,292.13	0.346020761	77,609.74	0.308641975	23,953.62
3	66,625.62	71,089.54	319,509.37	248,419.83	0.203541624	50,563.78	0.171467764	8,670.06
4	67,881.58	72,429.65	346,029.39	273,599.74	0.119730367	32,758.20	0.095259869	3,120.54
5	69,106.27	73,736.39	373,051.90	299,315.51	0.070429628	21,080.68	0.052922149	1,115.63
						178,049.90		-17,870.32

Fuente: Cuadro N° 6.44 y 6.56

Elaborado por: La Autora

$TIR = TIR\text{ MENOR} + DIFERENCIA\ DE\ TIR\ (VAN\ MENOR / VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR)$

$$TIR = 70 + 2(178,049.90 / 178,049.90 - (-17,870.32))$$

$$NTIR = 71.82$$

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD SERVICIO DEL ALOJAMIENTO****a. DIFERENCIA DEL TIR**

DIF.TIR=TIR proyectado-Nuevo TIR

DIF.TIR=81.05%-71.82%

DIF.TIR=9.23%

**b. PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

%VAR= (DIF. TIR/TIR del PROY)

%VAR= (9.23%/81.05%)

%VAR= 0.11388

**c. SENSIBILIDAD**

Sensibilidad=%VAR. / NUEVATIR

Sensibilidad=0.11 /71.82

Sensibilidad=0.002 %

Con este resultado se puede observar que el proyecto no es sensible debido a que es menor a uno.



**CUADRO N° 6.62**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCION DEL 4.20 % EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			4.20%		70%		80%	
0						-118,189.79		-118,189.79
1	62,008.41	260,349.39	249,414.72	187,406.30	0.588235294	110,239.00	0.555555556	61,243.89
2	65,350.05	294,020.64	281,671.77	216,321.72	0.346020761	74,851.81	0.308641975	23,102.41
3	66,625.62	319,509.37	306,089.98	239,464.36	0.203541624	48,740.96	0.171467764	8,357.50
4	67,881.58	346,029.39	331,496.16	263,614.57	0.119730367	31,562.67	0.095259869	3,006.66
5	69,106.27	373,051.90	357,383.72	288,277.45	0.070429628	20,303.27	0.052922149	1,074.49
						167,507.93		-21,404.84

Fuente: Cuadro N° 6.45 y 6.56

Elaborado por: La Autora

$TIR = TIR\text{ MENOR} + \text{DIFERENCIA DE TIR (VAN MENOR/VAN MENOR - VAN MAYOR)}$

$$TIR = 70 + 2(167,507.93 / 167,507.93 - (-21,404.84))$$

$$NTIR = 71.77$$

## **ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCION DEL SERVICIO DEL ALOJAMINETO**

### **a. DIFERENCIA DEL TIR**

$$\text{DIF.TIR} = \text{TIR proyectado} - \text{Nuevo TIR}$$

$$\text{DIF.TIR} = 81.05\% - 71.77\%$$

$$\text{DIF.TIR} = 9.28\%$$

### **b. PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

$$\% \text{VAR} = (\text{DIF. TIR} / \text{TIR del PROY})$$

$$\% \text{VAR} = (9.28\% / 81.05\%)$$

$$\% \text{VAR} = 0.11449$$

### **c. SENSIBILIDAD**

$$\text{Sensibilidad} = \% \text{VAR} / \text{NUEVATIR}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.114 / 71.77$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.0015\%$$

Se puede observar que no es sensible el proyecto debido a que es menor a uno.

#### 6.4.3.3.4 RELACION BENEFICIO COSTO

Se la define como la relación existente entre los valores actuales de los beneficios y los valores actuales de los costos.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente a realizar el proyecto

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

#### RELACIÓN BENEFICIO COSTO SERVICIO DE ALOJAMIENTO

$$\text{RELACIÓN B/C} = \frac{\text{VAN INGRESOS}}{\text{VAN COSTOS}}$$

**RELACIÓN B/C = 7.69**

La relación beneficio costo da como resultado 7.69, lo que indica que por cada dólar invertido recibe \$ 6.69 centavos adicionales para los servicios de alojamiento, restaurant y piscina.

**CUADRO N° 6.63**  
**RELACION BENEFICIO COSTO DEL ALOJAMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS TOTAL ORIG.</b>	<b>FACTOR ACT.</b>	<b>COSTOS ACTUALIZADO</b>	<b>INGRESO ORIGINAL</b>	<b>FACTOR ACT.</b>	<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>
		12%			12%	
1	62,008.41	0.892857143	55,364.65	260,349.39	0.89285714	232,454.81
2	65,350.05	0.279102884	18,239.39	294,020.64	0.79719388	234,391.45
3	66,625.62	0.477841171	31,836.46	319,509.37	0.71178025	227,420.46
4	67,881.58	0.209647146	14,231.18	346,029.39	0.63551808	219,907.93
5	69,106.27	0.386105932	26,682.34	373,051.90	0.56742686	211,679.67
			<b>146,354.03</b>			<b>1,125,854.32</b>

Fuente: Cuadro N° 6.45 y 6.56

Elaborado por: La Autora

### 6.4.3.3.5 PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión. Este periodo consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

Los periodos de recuperación del capital se utilizan para la evaluación de la inversión proyectada.

A continuación se desarrolla el tiempo requerido para que el complejo turístico recupere su inversión inicial.

**CUADRO N° 6.64**  
**PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL**

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO	
		FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	118,189.79		
1		137,432.74	137,432.74
2		157,500.94	294,933.68
3		172,106.62	467,040.30
4		187,279.64	654,319.94
5		205,610.16	859,930.10

Fuente: Cuadro N° 6.58

Elaborado por: La Autora

Para su respectivo análisis se utilizo la siguiente fórmula:

$$PRC = AÑOQUESUPE RALAINVERS IÓN + \frac{\sum PRIMEROSFL UJOS - INVERSIÓN}{FLUJOAÑOQU ESUPERALAI NVERSION}$$

$$PRC = 1 + \frac{137432 .74 - 118189 .79}{137432 .74}$$

$$PRC = 1 .140017$$

$$1.1400 \quad 1 \text{ AÑO}$$

$$0.1400 \times 12 = 1.68 \quad 1 \text{ MES}$$

$$0.6800 \times 30 = 20.4 \quad 20 \text{ DÍAS}$$

Se recupera la inversión en el año 1 y un mes 20 días.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 CONCLUSIONES

- En el Estudio de Mercado se obtuvo una demanda insatisfecha de 118,657.00 lo que hace ver una gran oportunidad de mercado.
- Se puede concluir que además de los materiales de rigor como son el hormigón, se utilizaran materiales disponibles de la zona, lo que incrementara el atractivo para el turismo nacional e internacional; adicionando un ahorro que permitirá abaratar costos.
- Al realizar la evolución financiera, se obtuvo los siguientes resultados: El VAN es de 488,267.21. La TIR que se obtiene que es del 81.50%, siendo este porcentaje mayor al costo de oportunidad, en la relación del beneficio-costos se obtuvo como resultado 7.69, lo que significa que el proyecto es muy rentable, el periodo de recuperación está dentro de la vida útil del proyecto, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible ni al incremento de los costos en un 6.70% ni a la disminución de los ingresos en un 4.20%.
- Por medio de los indicadores económicos y estados proyectados comprobamos que el proyecto es económicamente muy rentable.
- Se puede afirmar finalmente de acuerdo a todos los resultados obtenidos que el proyecto es factible y rentable de implementarlo.

## 7.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la instalación y puesta en marcha del complejo turístico, por cuanto existe una demanda insatisfecha favorable.
  
- Fomentar la investigación en la confirmación de estos centros turísticos, siendo una de las alternativas más favorables, para mejorar la demanda de empleo, aprovechando los recursos turísticos, que posee el Cantón de Puerto Quito.
  
- Tener una visión empresarial y tomar decisiones rápidas en proyectos, ya que mediante la puesta en marcha en proyectos rentables genera mayor oportunidad de trabajo tanto interno como fuera del Cantón, y así se evitaría la emigración nacional como internacional.
  
- Para la implementación del presente proyecto se recomienda apoyarse en un plan estratégico que permita un mejor desenvolvimiento en el mercado turísticos y por ende mejorar resultados y desarrollo para el complejo turístico.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

- BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, edit. MacGraw Hill, Edición 2000.
- CANELOS, Ramiro “Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios” pag.42
- CARDENAS TABARES, Fabio, “Mercadotecnia y productividad turística”, Editorial Trillas, México, 1991.
- CETUR, “Turismo Receptivo Aéreo”, Ecuador 1997.
- CUELLAR, Juan Carlos, “Formulacion y Seguimiento de Proyectos”, Editores asociados, Ecuador, 1999.
- EL COMERCIO, “Los hoteles buscan recuperar mercados” sección B8, 23 de junio, Quito, Ecuador 2001.
- HERNADEZ, Edgar, “Proyectos Tursiricos, Formulacion y Evaluacion”, editorial Trillas Mexico, 1991.
- HERNÁNDEZ Edgar “Proyectos Turísticos, Formación y Evaluación”.
- LEONARD J. Kazmier Ph.d “Administración Aplicada a la Administración y a la Economía”, Segunda edición revisada, Col. McGraw Hill, México 1996.
- MENESES Edilberto, “Proyectos” Escuela Politécnica del Ejercito, Ecuador 1998
- MINISTERIO DE TURISMO, Investigaciones turísticas, Quito, 1999
- MINISTERIO DE TURISMO”, Plan De Competitividad Turística, Ecuador, I Parte” Ecuador, 2001.
- PETER J, Paul, “MARKETING para no conocedores” Col M;cgraw Hill, 1991”
- SECRETARIA DE TURISMO,” Operación de turismo Receptivo y, Nacional”, Editorial Limusa, Mexico, 1998.
- ZAPATA Pedro “Contabilidad General”



## INTERNET

- ASPECTOS FÍSICOS NATURALES  
<http://www.puertoquito.gov.ec/index.php?option=com>
- CANTONIZACIÓN  
<http://www.puertoquito.gov.ec/index.php?option=com>
- EL TURISMO  
<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo>
- RESEÑA HISTÓRICA  
<http://www.in-quito.com/uio-kito-qito.../pichincha.htm>
- UBICACIÓN GEOGRÁFICA  
<http://www.pichincha.gov.ec-gobierno de la provincia pichincha-información>

# Anexos

ANEXO N° 1 FORMATO DE LA ENCUESTA A LAS FAMILIAS

ANEXO N° 2 FORMATO DE LA ENCUESTA A LOS OFERENTES

ANEXO N° 3 FORMULARIO 01A

ANEXO N° 4 FORMULARIO 01B

ANEXO N° 5 REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

ANEXO N° 6 SOLICITUD DE FUNCIONAMIENTO

ANEXO N° 7 SOLICITUD DE REGISTRO

ANEXO N° 8 UBICACIÓN DEL TERRENO

ANEXO N° 9 COSTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO RESTAURANTE

ANEXO N° 10 COSTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO BAR



**1859**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

***ENCUESTA***

Solicitamos su colaboración para la realización de la presente encuesta. Esta tiene como objetivo establecer la factibilidad para la creación de un **COMPLEJO TURISTICO EN EL CANTON PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

Conteste las siguientes preguntas de manera mas sincera y objetiva, ya que la encuesta es anónima.

**Fecha:**..... **Cantón:**.....

**Edad:**..... **Genero:**    F                       M  

**1. Marque con una X el ingreso mensual que tiene su familia**

200 a 300                    (   )

301 a 400                    (   )

401 a 500                    (   )

501 a 600                    (   )

601 en adelante            (   )

**2. Visita Ud. algún lugar o centros de recreación**

Si  No

**3. ¿Como considera al servicio del complejo turístico que Ud. a visitado?**

Excelente ( )  
 Muy bueno ( )  
 Bueno ( )  
 Malo ( )

**4. ¿Con que frecuencia usted visita un complejo turístico?**

Semanalmente ( ) Trimestralmente ( )  
 Quincenalmente ( ) Semestralmente ( )  
 Mensual ( ) Anualmente ( )

**5. ¿Cual es su gasto promedio familiar que tiene por visita a un complejo turístico?**

10 a 50 ( )  
 51 a 100 ( )  
 101 a 150 ( )  
 151mas ( )

**6. Indique los motivos por los cuales prefiere el complejo que frecuenta.**

Precio ( )  
 Servicio que ofrece ( )  
 Variedad de juegos ( )  
 Otros. Especifique.....

7. *¿Por qué medio de comunicación Ud. se informa frecuentemente de lugares o sitios turísticos?*

- |   |     |
|---|-----|
| Radio                                   | ( ) |
| Televisión                              | ( ) |
| Prensa                                  | ( ) |
| Internet                                | ( ) |
| Recomendación (amigos familiares, etc.) | ( ) |
| Búsqueda propia                         | ( ) |

8. **Al crearse un centro turístico en el cantón “Puerto Quito” Estaría dispuesto hacer uso de un nuevo complejo.**

Si  No

9. **Que servicios desearía que se implementara**

- |                         |     |
|-------------------------|-----|
| Piscina                 | ( ) |
| Caminatas (Agroturismo) | ( ) |
| Servicio de Tarabita    | ( ) |
| Canchas deportivas      | ( ) |
| Restaurante             | ( ) |
| Hospedaje (Cabañas)     | ( ) |
| Salón de juegos         | ( ) |
| Piscina Natural         | ( ) |
| Sala de Karaoke         | ( ) |
| Discoteca               | ( ) |
| Botes                   | ( ) |
| Otros(Especifique)..... |     |

<b>10. Qué beneficios le gustaría que tenga el complejo turístico</b>	 <p>1859</p>	<b>gustaría que tenga el</b>
Comodidad		( )
Diversión		( )
Limpieza		( )
Economía	( )	

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN COMPLEJO  
TURISTICO EN EL CANTON PUERTO QUITO, PROVINCIA E PICHINCHA.**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMPETIDORES PARA DETERMINAR LA  
OFERTA**

Le solicitamos muy comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta que se detalla a continuación, ya que cuya información será de vital ayuda para llevar a cabo la realización del presente proyecto de tesis.

**1. ¿Su Complejo turístico es visitado frecuentemente por familias?**

SI

No

**2. ¿Cuántas familias hacen uso de su complejo turístico?**

01 – 100

101 - 200

201 – 300

301 – 400

3. **¿A parte de su establecimiento conoce usted otro que preste el mismo tipo de servicio?**

SI

No

4. **¿Por qué prefieren sus servicios?**

Precio

Calidad y buena atención

Ubicación

Ambiente

Costumbre

Servicio

5. **¿Cuál es el precio que ofrece por la utilización de sus servicios?**

\$ 0.00 - \$ 15.00

\$15.01 - \$ 30.00

\$30.01 - \$ 60.00

\$60.01 - \$ 90.00

Más de \$ 90.00

**6. ¿En base a qué fija los precios del servicio que ofrece?**

A la competencia


A la clientela

A los costos

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN RUC 01A

 RESOLUCION 0070	REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - A	INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO	ORIGINAL: SRI www.sri.gov.ec
			01 RUC
<b>A.- IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD</b>			
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL			
03 NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD		04 NOMBRE COMERCIAL	
05 PROVINCIA		06 CANTON	
		07 PARROQUIA	
08 CIUDAD/ELLA		09 BARRIO	
10 INTERSECCION / MANZANA		11 CALLE	
12 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		13 CONSULTO	
14 CAMINO		15 NO. DE OFICINA	
		16 CARRITERO	
17 TELEFONO 1		18 TELEFONO 2	
19 CELULAR		20 FAX	
21 APARTADO POSTAL		22 REFERENCIA	
		23 TELEFONO 3	
		24 E-MAIL	
<b>B.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD</b>			
ORIGEN (Elija una opción)		RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS	
		RUC	
25 CONSTITUCION		26	
27 FUSION		28	
29 ESCISION		30	
<b>C.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD</b>			
31 FECHA DE CONSTITUCION		32 TIPO DE SOCIEDAD	
año mes día		33 No. EXPEDIENTE SUPER. DE CAS	
		34 No. RESOLUCION SUPER. DE CAS	
		35 No. REG. MERCANTIL	
		36 NO. PATRONAL	
37 REG. INSCRIPCIÓN REGISTRO MERCANTIL		38 ORGANISMO REGULADOR	
año mes día		39 CAPITAL SUSCRITO	
40 NOMBRE DEL CONTADOR		41 PATRIMONIO	
		42 C.I. /RUC CONTADOR	
<b>D.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION</b>			
43 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		44 C.I. O PASAPORTE	
45 NACIONALIDAD		46 CARGO QUE DESEMPEÑA	
47 TIPO DE VISA (RESP. LEGAL EXTRANJERO)		48 FECHA DE NOMBRAMIENTO	
		año mes día	
49 CANTON		50 PROVINCIA	
		51 PARROQUIA	
52 NUMERO		53 CALLE	
54 REFERENCIA		55 INTERSECCION	
		56 TELEFONO	
		57 E-MAIL	
<b>E.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL GERENTE GENERAL ( O DE QUIEN HAGA SUS VECES )</b>			
58 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		59 C.I. O PASAPORTE	
60 NACIONALIDAD		60 CARGO QUE DESEMPEÑA	
61 TIPO DE VISA (GERENTE EXTRANJERO)		62 FECHA DE NOMBRAMIENTO	
		año mes día	
63 CANTON		64 PROVINCIA	
		65 PARROQUIA	
66 NUMERO		67 CALLE	
68 REFERENCIA		69 INTERSECCION	
		70 TELEFONO	
		71 E-MAIL	
<b>F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS</b>			
RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		NACIONALIDAD	
		DOMICILIO FISCAL	
		CEDULA / RUC / PASAPORTE	
		TIPO DE VISA	
		% PART.	
		VALOR ACCIONES O PARTICIPACIONES	
72			
73			
74			
75			
76			
77			
<b>G.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL</b>			
78 DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL			
<b>H.- INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD</b>			
79 ES SOCIEDAD EMISORA DE TARJETAS DE CREDITO?		80 ES UN FIDUCIARIO?	
SI NO		SI NO	
81 ES UNA INSTITUCION FINANCIERA QUE GENERA OPERACIONES DE CREDITO?		82 ES UNA EMPRESA PUBLICA?	
SI NO		SI NO	
83		84 POSEE VEHICULO PROPIO?	
		SI NO	

Nota: El presente formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.

Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.

02	FECHA DE PRESENTACION
	año mes día

\_\_\_\_\_  
FIRMA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION

## FORMULARIO RUC 01 B

REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - B RESOLUCION 0070				INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO				No. 50015518 www.sri.gov.ec			
01								RUC			
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL											
<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
03 NOMBRE COMERCIAL				04 APERTURA		CIERRE		ACTUALIZACION		No. ESTABLECIMIENTO	
05 PROVINCIA						06 CANTON			07 PARROQUIA		
08 CIUDADELA			09 BARRIO			10 CALLE			11 NUMERO		
12 INTERSECCION / MANZANA						13 CONJUNTO			14 BLOQUE		
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL						16 No. DE OFICINA		17 CARRETERO			
19 CAMINO				20 REFERENCIA							
21 TELEFONO 1			22 TELEFONO 2			23 TELEFONO 3			24 FAX		
25 CELULAR			26 APARTADO POSTAL			27 CORREO ELECTRONICO					
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS				35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS				36 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			
año	mes	día	año	mes	día	año	mes	día	año	mes	día
<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
03 NOMBRE COMERCIAL				04 APERTURA		CIERRE		ACTUALIZACION		No. ESTABLECIMIENTO	
05 PROVINCIA						06 CANTON			07 PARROQUIA		
08 CIUDADELA			09 BARRIO			10 CALLE			11 NUMERO		
12 INTERSECCION / MANZANA						13 CONJUNTO			14 BLOQUE		
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL						16 No. DE OFICINA		17 CARRETERO			
19 CAMINO				20 REFERENCIA							
21 TELEFONO 1			22 TELEFONO 2			23 TELEFONO 3			24 FAX		
25 CELULAR			26 APARTADO POSTAL			27 CORREO ELECTRONICO					
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS				35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS				36 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			
año	mes	día	año	mes	día	año	mes	día	año	mes	día

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO											
03	NOMBRE COMERCIAL				04	APERTURA		CIERRE		ACTUALIZACION	No. ESTAB
05	PROVINCIA			06	CANTON			07	PARROQUIA		
08	CIUDEDELA	09	BARRIO		10	CALLE			11	NU	
12	INTERSECCION / MANZANA				13	CONJUNTO			14	BL	
15	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				16	No. DE OFICINA	17	CARRETERO			
19	CAMINO			20	REFERENCIA						
21	TELEFONO 1		22	TELEFONO 2			23	TELEFONO 3		24	FAX
25	CELULAR		26	APARTADO POSTAL			27	CORREO ELECTRONICO			
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			35	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			36	FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		
	año	mes	día		año	mes	día		año	mes	día

**Nota:** Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos

37	FECHA DE PRESENTACION		
	año	mes	día

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL

## SOLICITUD DE REGISTRO

....., a .....de  
.....del 200....

Yo, ..... en calidad de  
Representante Legal de

La empresa ..... solicito al (a la  
) señor (a)

Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales  
vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las  
siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

.....

Nombre del

Establecimiento:.....

Ubicación del establecimiento:

.....

Ciudad Provincia Cantón

.....

.....

Calle No. Transversal Sector

Teléfono

Fecha de

Constitución:.....

...

Fecha de Inicio de

Operaciones:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....Número de

cédula.....

Monto de inversión:

.....

Número de

empleados:.....

Número de mesas:..... Número de plazas

.....

Número de habitaciones:..... Número de plazas

.....

Observaciones:.....

.....

.....

Atentamente,

---

Propietario/ Administrador/ Representante Legal

**REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL**

**REGISTRO**

1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Fotocopia de la cédula de identidad,
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Fotocopia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento). Av. República y Av. Diego de Almagro (EDIF.FORUM 1er. Piso)
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil. (formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del propietario o

representante legal, sobre los valores declarados)

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
**SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO**

---

Razón Social: \_\_\_\_\_ No. RUC: \_\_\_\_\_  
 Denominación o Nombre Comercial: \_\_\_\_\_ No. de Patente actual: \_\_\_\_\_  
 Licencia Metropolitana de Funcionamiento (renovación): \_\_\_\_\_ No. Precio: \_\_\_\_\_

**PERSONA NATURAL**
**PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD**

Nombre completo: \_\_\_\_\_  
 Nombre completo del Representante Legal: \_\_\_\_\_  
 No. C.I. Representante Legal: \_\_\_\_\_  
 No. Resolución: \_\_\_\_\_  
 Fecha de Resolución: \_\_\_\_\_ (dd/mm/aa)  
 Capital Suscrito: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Actividad Económica: \_\_\_\_\_  
 Se con una X en el material que utiliza:

	CANTIDAD		
	Pequeña	Mediana	Grande
<input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares			
<input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables			
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado			
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado			
<input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:			

Dimensiones del local (m<sup>2</sup>): \_\_\_\_\_

**DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

Calle: \_\_\_\_\_ Calle Secundaria: \_\_\_\_\_ Letra + Número: \_\_\_\_\_  
 Piso: \_\_\_\_\_ Oficina / Departamento No.: \_\_\_\_\_  
 Sector o Referencia para ubicación: \_\_\_\_\_  
 Teléfono 1: \_\_\_\_\_ Teléfono 2: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR**

¿Se requiere permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:
 Local propio 
Local arrendado

Leyenda	Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de Material

UBICACIÓN DEL RÓTULO			TIPO DE RÓTULO						
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared mediana	Adosado a la pared lateral	Rótulo	Mural	Vanas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

**CROQUIS DE UBICACIÓN**

N


S

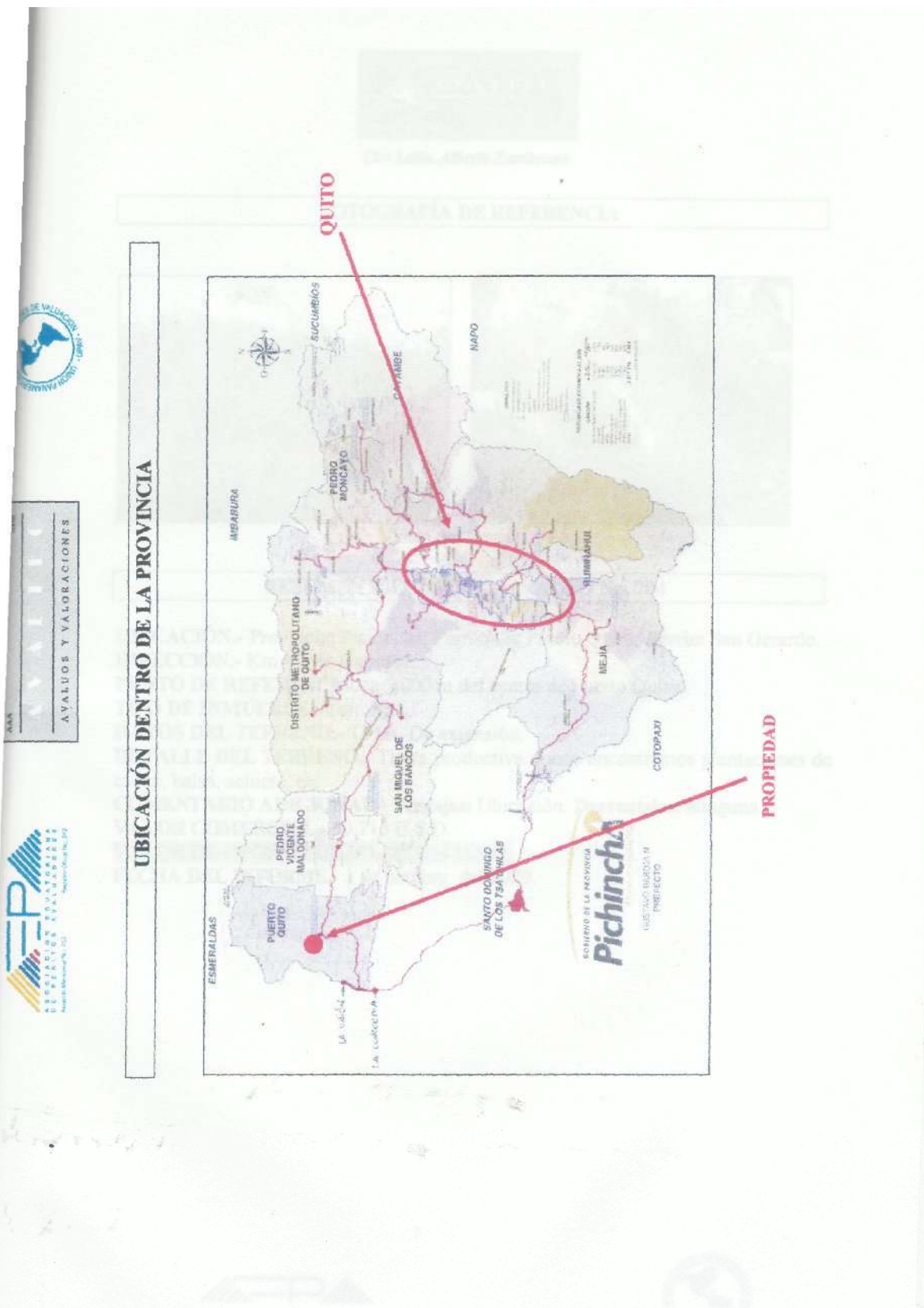
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:  
 Yo, \_\_\_\_\_, suscrito, afirmo conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las tasas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.

Funcionario Responsable: \_\_\_\_\_  
 Fecha: \_\_\_\_\_  
 No. Trámite: \_\_\_\_\_



**FORMULARIO ÚNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO**

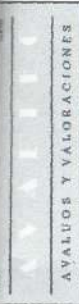
 <b>REPÚBLICA DEL ECUADOR</b> <b>MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA</b> INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL "LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ"	
<b>FORMULARIO ÚNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS NACIONALES</b>	
No.de Trámite: _____	
<b>CIUDAD Y FECHA:</b> _____	
<b>DATOS DEL FABRICANTE:</b>	
Dirección _____ (País) _____ (Ciudad) _____ (Teléfono, Fax, Correo electrónico, E-mail. Otros)	
<b>DATOS DEL SOLICITANTE:</b> Persona Natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica <input type="checkbox"/>	
Nombre o razón social: _____	
Dirección.- Provincia: _____ Ciudad: _____	
Parroquia: _____ Sector: _____	
Calle (s): _____ Número: _____	
Teléfono (s): _____ Fax: _____	
Otros (e-mail, correo electrónico, etc.): _____	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
Nombre y Marca(s) comercial(es): _____	
Fórmula cuali-cuantitativa: _____ (Porcentual y en orden decreciente)	
Número de Lote: _____	
Fecha de elaboración: _____ Fecha de vencimiento: _____	
Tiempo máximo de consumo: _____	
Formas de presentación: Envase Interno: _____	
Envase externo: _____	
Contenido (en Unidades del Sistema Internacional): _____	
Condiciones de Conservación: _____	
<b>Adjunto los siguientes requisitos establecidos en la Legislación Sanitaria Ecuatoriana vigente:</b>	
1.- a) Certificado de Constitución, existencia y representación Legal de la entidad solicitante <input type="checkbox"/>	5.- Interpretación del Código de Lote con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/>
b) Cédula de Identidad <input type="checkbox"/>	6.- Ficha de estabilidad emitida por un Laboratorio Acreditado <input type="checkbox"/>
2.- Certificado de Libre Venta Original <input type="checkbox"/>	7.- Certificación del fabricante nacional nombrando al Representante Legal del Producto en el Ecuador <input type="checkbox"/>
3.- Certificado de análisis del producto otorgado por la autoridad de salud o la autoridad competente del país de origen; o, por el propio fabricante siendo necesario en este último caso que el certificado venga notariado desde el país de origen del producto. Original (duración 6 meses) <input type="checkbox"/>	8.- Certificación del Fabricante nacional sobre la Titularidad del Registro Sanitario Ecuatoriano, original Notariado <input type="checkbox"/>
4.- Certificado de procedencia del producto original notariado <input type="checkbox"/>	9.- Proyecto de rótulo o etiqueta del producto original <input type="checkbox"/>
4a.-Fórmula Cualitativa emitida por el Fabricante firmada por el Representante Técnico <input type="checkbox"/>	10.- Los documentos, etiquetas y certificados redactados en el idioma nacional <input type="checkbox"/>
	11.- Factura a nombre del INHMT "LIP" <input type="checkbox"/>
	Número: _____ Fecha: _____
f) _____	f) _____
<b>REPRESENTANTE LEGAL DEL PRODUCTO</b>	<b>REPRESENTANTE TÉCNICO</b>
	Reg. Título MSP.....
RECIBIDO POR (Nombre y firma):	Fecha de recepción:



UBICACIÓN DENTRO DE LA PROVINCIA

QUITO

PROPIEDAD



GOBIERNO DE LA PROVINCIA  
**Pichincha**  
 MUNICIPIO BARCELOM  
 PREFECTO

ESMERALDAS

PUERTO QUITO

PEDRO VICENTE MALDONADO

DISTRICTO METROPOLITANO DE QUITO

AMBARURÁ

SUCUMBIOS

PEDRO MONCAYO

CAYAMBE

NAPO

EL CAYAMA

LA COLONIA

LA CALERA

SAN MIGUEL DE LOS BANCOS

EL CAYAMA

EL CAYAMA

EL CAYAMA

EL CAYAMA

EL CAYAMA



*Cdr. Lcto. Alberto Zambrano.*

### FOTOGRAFÍA DE REFERENCIA



Vistas del terreno.

### RESUMEN EJECUTIVO - AVALUO No. 704

**UBICACIÓN.-** Provincia: Pichincha; Parroquia: Puerto Quito; Barrio: San Gerardo.

**DIRECCIÓN.-** Km 40 vía Cabuyal.

**PUNTO DE REFERENCIA.-** a 1.000 m del centro de Puerto Quito.

**TIPO DE INMUEBLE.-** Terreno.

**DATOS DEL TERRENO.-** 12 Hs. De extensión.

**DETALLE DEL TERRENO.-** Tierra productiva donde encontramos plantaciones de cacao, balsa, achiote, etc.

**COMENTARIO ADICIONAL.-** Ventajas: Ubicación. Desventajas: Ninguna.

**VALOR COMERCIAL.-** 50.715 U.S.D.

**VALOR DE OPORTUNIDAD.-** 45.644 U.S.D.

**FECHA DEL INFORME.-** 1 de octubre del 2009.



**ANEXO N° 9**  
**COSTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO RESTAURANTE**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Cocina Industrial en acero inoxidable 4 quemadores	1	850,00	850,00
Refrigerador Electrolux	1	1050,00	1050,00
Microondas Electrolux	1	200,00	200,00
Horno	1	60,00	60,00
Batidora	2	30,00	60,00
Licuadora	1	60,00	60,00
Ollas (juego)	1	155,00	155,00
Sanduchera	1	25,00	25,00
Figorífico	1	970,00	970,00

<b>TOTAL</b>	<b>3430,00</b>
--------------	----------------

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: Sonia Toapanta

**ANEXO N° 10**  
**COSTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO BAR**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Equipo de audio-ilumina	1	506,00	506,00
Plasma Panasonic 28"	1	804,00	804,00

<b>TOTAL</b>	<b>1310,00</b>
--------------	----------------

Fuente: Almacenes de Quito

Elaborado por: Sonia Toapanta

## 10. INDICE DE CONTENIDOS

	PORTADA	
	CERTIFICACIÓN	II
	CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD	III
	AGRADECIMIENTO	IV
	DEDICATORIA	V
<b>1</b>	<b>RESUMEN</b>	<b>1</b>
	SUMMARY	4
<b>2</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>REVISIÓN DE LITERATURA</b>	<b>10</b>
3.1	MARCO REERENCIAL	10
3.1.1	Antecedentes	10
3.1.2	Reseña Histórica	11
3.1.3	Ubicación Geográfica	13
3.1.4	Aspectos Físicos Naturales	14
3.1.5	Actividades Turísticas	17
3.1.6	Clima	19
3.1.7	Turismo	19
3.1.7.1	Historia del Turismo	20
3.1.7.2	Clasificación del Turismo	22
3.1.7.3	Importancia Socioeconómica y Cultural del Turismo	24
3.1.7.4	Marco Conceptual	27
<b>4</b>	<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>29</b>
4.1	Materiales	29
4.2	Métodos	29
4.3	Técnicas y Procedimientos para Recolectar la Información	30
4.3.1	Técnicas de Información	31
4.3.2	Recopilación de la Información	32
<b>5</b>	<b>EXPOSICIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>37</b>
5.1	Presentación y Análisis de la Información	37
5.1.1	Procesamiento de la Información	37
5.1.2	Análisis de la Encuesta a los Oferentes	48
<b>6.</b>	<b>DISCUSIÓN</b>	<b>54</b>
6.1	ESTUDIO DEL MERCADO	54
6.1.1	Diagnóstico Situacional	54
6.1.2	Análisis de la Situación	56
6.1.3	Análisis de la Demanda	57
6.1.3.1	Estimación del Uso promedio del Servicio del Complejo Turístico	57
6.1.3.2	Demanda Potencial	58
6.1.3.3	Demanda Real o Efectiva	59
6.1.4	Análisis de la Oferta	60
6.1.4.1	Cálculo de la Oferta	61
6.1.4.2	Determinación de la Oferta	61
6.1.4.3	Proyección de la Oferta	62
6.1.4.4	Balance De Oferta-Demanda	62
6.1.4.5	Competencia	64
6.1.5	Plan De Comercialización	64

6.1.5.1	Servicio	64
6.1.5.2	Precio	66
6.1.5.3	Promoción y Publicidad	67
6.1.5.3.1	Promoción	67
6.1.5.3.2	Publicidad	68
6.1.5.4	Canales de Distribución	71
6.1.5.5	Internet	71
6.2	ESTUDIO TÉCNICO	72
6.2.1	Ingeniería del Proyecto	73
6.2.2	Tamaño del Proyecto	73
6.2.2.1	Capacidad Instalada del Servicio	74
6.2.2.2	Capacidad Utilizada del Servicio	78
6.2.3	Localización del Proyecto	79
6.2.3.1	Aspectos Localizacionales	79
6.2.3.2	Factores que Influyen en la Localización	81
6.2.3.2.1	Macrolocalización	81
6.2.3.2.2	Microlocalización	83
6.2.4	Ingeniería de la Planta	85
6.2.4.1	Proceso de Presentación del Servicio Complejo Turístico	85
6.2.4.1.1	Descripción del Servicio	85
6.2.4.2	Recursos Utilizados	89
6.2.4.3	Distribución de la Planta	91
6.3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	93
6.3.1	Estructura Legal	93
6.3.1.1	Requisitos para el Funcionamiento del Complejo Turístico	93
6.3.1.2	Constitución de la Empresa	95
6.3.2	Niveles Administrativos	96
6.3.3	Organigramas	98
6.3.4	Manuales de Funcionamiento	102
6.4	ESTUDIO FINANCIERO	110
6.4.1	Generalidades	110
6.4.2	Inversión y Financiamiento	111
6.4.2.1	Inversión	111
6.4.2.2	Financiamiento	123
6.4.2.3	Depreciaciones	126
6.4.2.4	Determinación de Costos Totales (Operación)	133
6.4.2.5	Determinación de los Costos Fijos y Variables	135
6.4.2.6	Determinación del Costo del Servicio	137
6.4.2.7	Determinación del Precio del Servicio	138
6.4.2.8	Presupuesto de Ingresos	140
6.4.2.9	Determinación del Punto de Equilibrio	141
6.4.3	Evaluación Financiera	145
6.4.3.1	Estado de Pérdidas o Ganancias	145
6.4.3.2	Flujo de Caja	147
6.4.3.3	Criterios para Evaluar el Proyecto	149
6.4.3.3.1	Valor Actual Neto (VAN)	149
6.4.3.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	151
6.4.3.3.3	Análisis de Sensibilidad	153
6.4.3.3.4	Relación Beneficio Costo	158

6.4.3.3.5	Periodo de Recuperación del Capital	160
<b>7</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>161</b>
7.1	CONCLUSIONES	161
7.2	RECOMENDACIONES	162
<b>8</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>163</b>
<b>9</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>165</b>
<b>10</b>	<b>INDICE</b>	<b>166</b>