



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

*Area Jurídica Social y Administrativa*

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARADOR TURISTICO PARA LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”**

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIEROS COMERCIALES.

**AUTORES:**

**Santos Bladimir Montesdeoca Ramírez  
Tanya Selene Terán Chichande**

**DIRECTOR:**

**Ing. Com. Oscar Gómez Cabrera**

Loja – Ecuador

2012

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Com. Oscar Gómez Cabrera**  
**DIRECTOR DE TESIS.**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de tesis, previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales, cuyo tema se denomina: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARADOR TURISTICO PARA LA CIUDAD DE NUEVA LOJA"**, realizado por los egresados: **BLADIMIR MONTESDEOCA R. y SELENE TERAN C.** , ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección y control, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, mayo del 2012

Atentamente

Ing. Com. Oscar Gómez Cabrera  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Todas las opiniones, conceptos, definiciones, análisis y conclusiones que constan en el presente trabajo son de exclusiva propiedad e incondicional responsabilidad de sus autores.

**Santos Bladimir Montesdeoca Ramírez**

**Tanya Selene Terán Chichande**

## **AGRADECIMIENTO**

Como autores manifestamos nuestro sincero agradecimiento al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por la dedicada formación profesional que nos brindaron en el transcurso de nuestra formación académica y social.

De manera especial agradecemos a todas aquellas personas que nos dieron su apoyo incondicional en el transcurso de nuestro desarrollo académico, nuestras familias, amigos, etc. y en especial al Ing. Com. Oscar Gómez Cabrera, por su considerada orientación proporcionada durante el desarrollo de la presente investigación.

**Los autores**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedicamos a todas las personas que hicieron posibles el desarrollo de nuestra formación profesional mediante su apoyo incondicional y sincero en el implacable camino del saber.

**Santos Bladimir**

**Tanya Selene**

TÍTULO

a. TÍTULO

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD  
PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y  
DISEÑO DE UN PARADOR TURISTICO PARA LA  
CIUDAD DE NUEVA LOJA"**

# RESUMEN



**b. RESUMEN**

El propósito de este proyecto es estudiar la factibilidad de la creación de un parador turístico que preste un servicio de calidad en la ciudad de Nueva Loja, y con ello analizar la competitividad con otros centros turísticos existente en la ciudad, es decir, la capacidad de afrontar los retos del mercado turístico.

Este trabajo constituye un aporte al estudio de la problemática de la calidad del servicio de recreación de esta ciudad, por lo que se quiere lograr explicar adecuadamente las condiciones actuales del servicio. Además, sirve como soporte bibliográfico para otras investigaciones sobre el tema, que se puedan presentar por la importancia del servicio a prestar en la generación de empleo y su aporte a la economía regional.

La investigación se realizó mediante consultas de varias fuentes secundarias, la información suministrada en encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Nueva Loja estratificadas por parroquias en un total de 400, llegando a la conclusión de que existe gran aceptación y por consiguiente demanda del servicio turístico. Así como también se entrevistó a los turistas que llegan a la provincia de Sucumbios y específicamente a la ciudad de Nueva Loja.

En cuanto al estudio técnico presentamos la localización, tamaño, distribución física de la planta y el servicio a prestar. Este proyecto tiene una vida útil de 10 años, con el 20% de utilidad y con un precio de venta al público es decir la entrada al lugar de recreación de 2,47 centavos de dólar para el primer año.

La inversión del proyecto es de a 80,106.37 dólares, lo que será solventada con capital propio y financiado el crédito de 30,000.00 dólares por el banco de Pichincha.

Dentro de la evaluación financiera se determinó que el proyecto si es factible de acuerdo a los índices económicos como son: el valor actual neto de 56,021.84 dólares, la tasa interna de retorno del 12.53%, la relación beneficio costo de 2.54, período de recuperación del capital de 1 año, 7 meses y 28 días y el análisis de sensibilidad que permite un incremento en los costos del 15% y una disminución de los ingresos del 10%.

La parte administrativa de la empresa se ha conformado con las normas de una compañía limitada y se ha detallado los organigramas correspondientes y funciones del personal que laborará en la empresa.

Finalmente contiene conclusiones y recomendaciones que servirán como base para la implantación y corrección de las falencias del proyecto lo que permite llevar a cabo con mayor eficiencia.

## **SUMMARY**

The purpose of this project is to study the feasibility of the creation of a Tourist Inn that lends a service of quality in the city of New Loja, and with it to analyze the competitiveness with other existent tourist centers in the city, that is to say, the capacity to confront the challenges of the tourist market.

This work constitutes a contribution to the study of the problem of the quality of the service of recreation of this city, for what is wanted to be able to explain the current conditions of the service appropriately. The work also, serves like bibliographical support for other investigations on the topic that you/they can be presented by the importance of the service to lend in the employment generation and its contribution to the regional economy.

The investigation was carried out by means of consultations of several secondary sources, the information given in surveys carried out people

that go to the centers tourist recreationalist in a total of 400, reaching the conclusion that great acceptance exists and consequently demand of the tourist service.

As for the technical study we present the localization, size, physical distribution of the plant and the service to lend. This project has a 10 year-old useful life, with 20% of utility and with a sale price to the public that is to say the entrance to the place of recreation of 2, 47 cents of dollar for the first year.

The investment of the project is of to 80.106,37 dollars, what will be paid with own and financed capital the credit of to 30,000.00 dollars for the bank of Pichincha.

Inside the financial evaluation you determines that the project if it is feasible according to the economic indexes as they are: the net current value of to 56,021.84 dollars, the internal rate of return of to 12.53%, relationship benefits cost of to 2.54, the period of recovery of the capital of to 1 year, 7 months and 28 days; and analysis of sensibility in the cost of to 15% and 20% the ingress.

The administrative Part of the company has conformed to with the norms of a Limited Company and it has been detailed the corresponding flowcharts and work of the personnel that worked in the company.

Finally it contains conclusions and recommendations that will serve like base for the installation and correction of the falencias of the project what allows to carry out with more efficiency.

# INTRODUCCIÓN

### **c. INTRODUCCIÓN**

Actualmente nuestro país atraviesa dificultades económicas y políticas que afectan al desarrollo social y productivo trayendo consigo problemas en el área laboral y empresarial; el desarrollo depende de la inversión y movilización de los recursos productivos, buscando oportunidades que son importantes para retomar un camino económicamente activo que garantice el crecimiento de los recursos existentes.

En la provincia de Sucumbíos, avanza lentamente el desarrollo de la empresas ya que no existen personas con gran visión de negocios que hace necesario un correcto estudio que permita preparálas para asumir los riesgos, amenazas y oportunidades que se presentan en el entorno.

Considerando que en la ciudad de Nueva Loja es el centro de actividades petroleras, comerciales, se hace necesario la creación de lugares de recreación que permita constituir una excelente oportunidad para disfrutar de agradables momentos en familia o entre amigos. En la misma existe un número mínimo de empresas turísticas, y las que existen no prestan un servicio adecuado ni satisfacen las necesidades de los consumidores locales por lo que se desconoce las riquezas que existen en el medio; Por tal razón, hemos comprobado la necesidad de crear un Parador Turístico

en esta localidad lo cual generará fuentes de trabajo y fomentará el desarrollo del sector socioeconómico de la ciudad de Nueva Loja.

Cabe destacar que el presente proyecto se elaboró de acuerdo a los lineamientos y conocimientos científicos adquiridos en la Universidad Nacional de Loja, el cual inicia con el título de la investigación, un resumen en castellano y traducido al inglés, que describe como está elaborada la investigación, una introducción en donde se presenta en forma sucinta las partes que comprende el informe, una revisión de literatura en donde se presenta una esquematización de lo escrito sobre el tema que se está investigando; así mismo presenta los materiales y métodos en donde se presenta una metodología en la que se utilizó el método inductivo, deductivo, y técnicas tales como: la observación, entrevistas y encuestas necesarias para obtener la información necesaria del proyecto, luego se presenta los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos de investigación con su respectiva presentación estadística y su análisis.

En la discusión se presenta el contenido de un proyecto de inversión comenzando por un estudio de mercado, cuyo objetivo fue realizar un análisis del comportamiento de la demanda, para establecer gustos, preferencias, y costumbres de los usuarios; el comportamiento de la



oferta, desde el punto de vista de los servicios que existen en la localidad, con la finalidad de conocer la situación actual del turístico en la ciudad de Nueva Loja como también determinar la demanda insatisfecha del proyecto. Posteriormente se realiza un Estudio Técnico en donde se analiza el tamaño de acuerdo a la capacidad instalada, los factores de localización de y la etapa de ingeniería del proyecto. Se propone un Estudio Administrativo en el cual se establece la figura jurídica que va a adoptar la empresa, en base a los requerimientos organizacionales, los organigramas estructural como funcional la descripción de cada una los puestos esto mediante un manual de funciones. En el Estudio Financiero el cual comprende las inversiones y financiamiento que se requiere para el funcionamiento de la empresa, además incluye el análisis de costos e ingresos, los estados financieros y la determinación de los puntos de equilibrio, que sirvieron de base para la realización de la evaluación financiera la cual permite determinar la factibilidad de aplicar el proyecto a través de indicadores como: el VAN, la TIR, Relación Costo-Beneficio, el índice de rentabilidad, liquidez, recuperación de capital, y Análisis de sensibilidad.

Finalmente se establece las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegaron y en las que se citan resultados y sugerencias importantes

para el presente proyecto de inversión que deben tomarse en cuenta al momento de su implementación.

# REVISIÓN DE LITERATURA

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **1. TURISMO**

Es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas —agricultura, construcción, fabricación— y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

### **2. ESTADÍSTICAS DEL TURISMO**

El 4 de marzo de 1993 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptó las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre las estadísticas del turismo. La definición aceptada oficialmente es: 'El turismo comprende las actividades de personas que viajan a (y permanecen en) lugares fuera de su medio normal durante

más de un año consecutivo por motivos de ocio, negocios u otros propósitos'. Las recomendaciones distinguen las siguientes categorías de turismo: 1) turismo doméstico, que abarca a los residentes de un país que visitan ese mismo país; 2) turismo de entrada, que implica a los no residentes de un país 'A' visitando el país 'A', por ejemplo turistas japoneses que viajan a España; 3) turismo de salida, que comprende a los residentes de un país que visitan otros países, por ejemplo un residente de Roma, Italia, visitando Bruselas, Bélgica. Las tres clasificaciones básicas pueden combinarse entre sí para derivar en las siguientes categorías de turismo: 4) turismo interno, que abarca el turismo doméstico y el turismo de entrada; 5) turismo nacional, que incluye el turismo doméstico y el turismo de salida; y 6) turismo internacional, que comprende el turismo de entrada y de salida.

### **3. EL TURISTA**

Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término 'visitante' puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente: los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante

un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, 2) los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y 3) los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que no son fáciles de analizar debido a las inconsistencias en las definiciones y clasificaciones utilizadas. Teniendo en cuenta esas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

#### **4. ESCALA GLOBAL DE TURISMO**

En 1994 la OMT estimó la existencia de 528,4 millones de turistas que generaban 321.466 millones de dólares en ingresos. Para los países desarrollados y en vías de desarrollo es una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado. El volumen de la actividad turística en una base global no está distribuido uniformemente; la OMT estimó en 1992 que el 62% de las actividades turísticas se

producían entre países desarrollados. Esta estadística ilustra el hecho de que el turismo es disfrutado sobre todo por residentes de países desarrollados que poseen los ingresos necesarios, el tiempo libre suficiente y la motivación para viajar.

## **5. HISTORIA DEL TURISMO**

El turismo puede ser reconocido desde el momento en que se empezó a viajar; la narrativa de Marco Polo en el siglo XIII, el *grand tour* de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX son ejemplos del turismo temprano. A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en la medida en que utilizó, en 1841, un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester. Antes de 1950 el turismo europeo era sobre todo una actividad nacional, exceptuando algunos viajes internacionales, en particular dentro de Europa continental. En el periodo de recuperación que siguió a la II Guerra Mundial, una mezcla de circunstancias dio ímpetu a los viajes internacionales.

Los factores que más contribuyeron son: el número creciente de personas empleadas, el aumento de ingresos reales y tiempo libre disponible y el cambio de la actitud social con respecto a la diversión y al trabajo. Esos

factores se combinaron para estimular la demanda de los viajes y vacaciones al extranjero. La aparición de agencias de viajes especializadas que ofrecían viajes organizados que incluían el transporte, el alojamiento y los servicios en un precio global, posibilitó los viajes al extranjero a un nuevo grupo de consumidores cada vez más creciente. El 'paquete' o viaje 'organizado' democratizó los viajes; las vacaciones en el extranjero dejaron de ser exclusiva de las clases sociales ricas y elitistas.

## **6. LOS DESARROLLOS MÁS RECIENTES**

Las economías de escala que posibilitaron los viajes al extranjero a tanta gente, ampliaron también el horizonte de los viajes. Al mismo tiempo que las líneas aéreas con el desarrollo tecnológico adquirían aviones mayores y más rápidos, las distancias se acortaban en términos de duración de los viajes. Hoy, un avión de 400 pasajeros puede volar desde Londres a Johannesburgo, Sudáfrica, en 11 horas sin escalas; o de Londres a Bangkok, Tailandia, en 14 horas. Las vacaciones con destinos de largo recorrido son ahora realistas en relación a la duración del vuelo, además de atractivas en términos de precio, pues las tarifas aéreas cuestan mucho menos que hace 15 años. Los viajes de largo recorrido se están convirtiendo en un sector creciente en la demanda del turismo internacional.



Además del turismo por vacaciones hay también un importante mercado de turismo de negocios. Los viajeros por negocios utilizan el transporte, el alojamiento y los servicios en forma similar a los viajeros que van de vacaciones. Sin embargo, como sus gastos son más de negocios que personales, aunque su estancia sea más corta en general, tienden a efectuar muchos más desembolsos por visita que los viajeros vacacionales. En la actualidad se ha desarrollado un sub-mercado especialista, el sector de reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones, representado en muchos países del mundo. En casi todas las ciudades importantes pueden encontrarse centros cualificados de convenciones y exposiciones. Muchas ciudades asiáticas, por ejemplo Yakarta, Hong Kong y Singapur, han desarrollado en los últimos años excelentes instalaciones que compiten favorablemente con los centros establecidos en Europa y Estados Unidos. Las convenciones y exposiciones atraen a visitantes de distintas partes del mundo. En 1994 se estimó que este mercado generó 97.000 millones de dólares en ingresos globales.

El rápido crecimiento del turismo internacional se ve reflejado en el incremento de los miembros de la OMT, que en 1995 contaba con 125 países miembros y 250 miembros afiliados. Con algunas excepciones, la mayoría de los países han establecido una Organización Nacional del

Turismo (ONT), generalmente promovida por el Estado. Estas organizaciones son el foco de la actividad del gobierno y el sector privado para representar en el extranjero las ventajas turísticas del país. El apoyo gubernamental a las ONT se basa en la necesidad de asegurar los beneficios económicos derivados del turismo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas. España, donde el turismo tiene una importancia económica de primera magnitud, recibió en 1995 la visita de 51 millones de turistas.

Sin embargo, el crecimiento del turismo a escala internacional ha acarreado problemas, sobre todo en lo referente a su impacto en las sociedades y en el medio ambiente. La aceptación sin restricciones de los beneficios del turismo en la década de 1970 empezó a dar paso a una propuesta más equilibrada sobre el papel del turismo en el desarrollo, especialmente en lo referente a sus impactos no económicos. Los planificadores del turismo empiezan a incluir factores socioeconómicos y medioambientales en su trabajo.

Algunos factores que se consideran negativos son la excesiva ocupación en las costas, la mala planificación de los lugares de temporada o el turismo sexual. En los últimos años, las ventajas económicas ya no son el

único criterio para apoyar el desarrollo del turismo; éste está cada vez más unido al concepto de sostenibilidad.

Un turismo sostenible puede definirse como 'un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo'. La sostenibilidad en el turismo, como concepto, se define como 'eco-turismo', 'turismo verde', o 'turismo responsable'.

Cualquiera que sea su descripción, se considera como un medio de reconocer que la Tierra posee recursos limitados y que el turismo, como en otros sectores, tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos. Hoy preocupa mucho el uso turístico de los parques de animales de Kenia, el deterioro de la Gran Barrera de Arrecifes de Australia y el daño causado por los montañeros o alpinistas irresponsables en las áreas montañosas del Nepal.

La interdependencia del turismo, la cultura y el medio ambiente se ha convertido en una consideración crítica al formular las políticas turísticas. La sostenibilidad no sólo se aplica a los proyectos turísticos a pequeña escala; es igualmente importante, si no más, en zonas donde existe un gran volumen de turistas, como en los países de la cuenca del

Mediterráneo, donde la contaminación medioambiental es de la mayor importancia.

No hay ninguna razón para creer que el turismo declinará como actividad internacional en el futuro. Todo se inclina a suponer que aumentará para convertirse en un aspecto significativo del desarrollo económico y social en muchos países. El desafío, pues, es asegurar que ese crecimiento pueda acomodarse dentro de una estructura sostenible.<sup>1</sup>

## 7. LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

**Población.** Sucumbíos, limita al norte con Colombia, tiene clima tropical húmedo con temperaturas que bordean los 23 grados centígrados. Además de poseer reservas ecológicas con vasta flora y fauna como el Cuyabeno, cuenta con el primer pozo petrolero explotado en el país. Su capital es otra de las puertas de acceso hacia la Amazonía, y disfruta de amplia oferta hotelera.

La provincia de Sucumbíos cuenta con una población de 128.995 habitantes distribuidos en los siete cantones, entre hombres y mujeres de

---

<sup>1</sup> Microsoft © Encarta © 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos

las zonas urbana y rural, de los cuales el cantón Lago Agrio cuenta con una población de 66.788 habitantes y la ciudad de Nueva Loja con 34.106 habitantes.

**Nueva Loja.** Llamada inicialmente Lago Agrio, esta población es otro de los accesos que permiten conocer los secretos de la selva. Con amplia oferta hotelera, es una población dinámica, comercial y con mucho movimiento. Varias agencias de viajes ofrecen tours organizados para adentrarse en las reservas naturales de la Amazonía.

**Límites.** La Provincia de Sucumbíos posee sus límites así: Al Norte el Límite Internacional con Colombia, al Sur la Provincia de Napo, al Este la Línea del Protocolo de Río de Janeiro de 1942, al Oeste las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha.

**Cultura,** Los rasgos culturales de sus habitantes, pese a la influencia de los asentamientos colonos, han sido celosamente conservados y difundidos internamente por las etnias que dirigen sus propios centros educativos.

**Recursos naturales, mineros, petroleros.** Recursos Naturales: El principal recurso constituye la selva, la que en ciertas áreas ha sido

deforestada, debido a la colonización dirigida y espontánea, como consecuencia de la explotación petrolera, dando a los cultivos, que en su mayor parte son para consumo interno. El cultivo agrícola especialmente se basa en la producción de ciertos productos típicos de la región como; palma africana, caña de azúcar, yuca, entre otros.

Sucumbíos, a pesar de ser una provincia nueva, es la que en su mayor parte sustenta la economía nacional, ya que aquí se encuentran el mayor número de campos petroleros, cuya explotación comenzó en el año 1972 por parte de compañías extranjeras como la "Texaco-Gulf", apoyada por una importante infraestructura petrolera que el Oleoducto Transecuatoriano, tiene su mayor obra de ingeniería.

Las reservas turísticas y ecológicas de Cayambe- Coca y Cuyabeno, es un importante recurso gracias a su fabulosa biodiversidad de especies, únicas en el mundo.

**Clima.** Hacia la parte alta de la cordillera, el clima es de páramo y conforme se desciende a la selva amazónica, va modificándose debido a factores como la altitud, humedad, vientos y temperatura que lo convierten en tropical húmedo bastante caluroso, y muy apto para cultivos agrícolas.

**Orografía.** Su topografía está estructurada al Occidente por los macizos subandinos de la Cordillera Oriental de los Andes y al Oriente por una parte de la llanura Amazónica. Entre algunos de los accidentes orográficos podemos mencionar a las estribaciones del Mirador, Espinal Chupa, así como al Reventador (3.562 m), en el límite con la provincia de Napo. La provincia de Sucumbíos tiene una superficie aproximada de 18.612 Km<sup>2</sup>.

El sistema fluvial está compuesto por caudalosos e importantes ríos, que han sido esenciales en el diario convivir de sus habitantes, ya sea por la riqueza ictiológica, que contienen o por la facilidad que brindan para la comunicación y el comercio. Entre los principales están: Coca, Napo, Aguarico y Putumayo, este último localizado en el límite internacional del Ecuador con Colombia.

## **7.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**Reserva de Producción Faunística Cuyabeno.** Hacia el nororiente de Sucumbíos, la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno se extiende en un territorio de 655.781 Has. Está situada entre las cuencas de los ríos San Miguel y Aguarico. Entre sus características principales se cuentan bosques de clima tropical, lagunas como Zancudococha y numerosas

especies de aves, algunas en peligro de extinción. Igualmente presenta gran variedad de fauna terrestre y acuática. El Cuyabeno, como se conoce popularmente a la zona, también contiene una importante reserva de caimanes. Su acceso se realiza por los ríos Aguarico y Cuyabeno.

**Reserva Biológica Limoncocha.** Esta zona protegida comprende la laguna de Limoncocha y áreas cercanas. Cuenta con bosques primarios y secundarios. Las aves constituyen una de sus principales riquezas, con alrededor de 350 especies, así como los reptiles y mamíferos. Se la conoce por ser el lugar de hábitat del caimán negro. El acceso es por la ciudad de Nueva Loja.

**Laguna de Lago Agrio.** A pocos kilómetros de Lago Agrio, esta laguna ofrece la posibilidad de practicar la pesca y la observación de lagartos.

**Santa Cecilia.** A 13 Km. de Nueva Loja está Santa Cecilia, junto a un extenso territorio de bosque primario con árboles de sangre de drago. Esta especie forestal es conocida por sus poderes curativos.

**Imuya.** Se encuentra junto al río Lagartococha, al noroeste de Sucumbíos. Donde existen varias islas flotantes pequeñas que cambian de ubicación.



**Dureno.** Su población pertenece a la tribu de los Cofanes y está situada al borde del río Aguarico. Estos habitantes nativos, que viven en casas construidas con materiales de la zona, se han convertido en guías de la selva y llevan a los turistas hacia rincones desconocidos, muy ricos en flora y fauna silvestres y de enorme interés paisajístico. Uno de los destinos es Tarapoa, desde donde es posible iniciar otras aventuras entre ríos y bosques.

**Puerto Bolívar.** En este poblado los indígenas de la comunidad Siona elaboran artesanías como canastas, coronas, shigras (bolsos de mano) y hamacas. Otras artesanías de la región son collares con semillas y la popular cerámica de barro cocido con acabados en tintes vegetales naturales.

**Gastronomía.** La carne de capibara, sajino, tortuga, guanta, lagarto y boa, es común en los platos de la Amazonía. De la misma forma se degustan pescados como peiche, bagre, bocachico y piraña. Y, por supuesto, está la chicha típica a base de yuca, plátano y frutos de chonta.

La biodiversidad ecológica de Sucumbíos es impresionante y digna de conocer. Una interminable selva con fascinante flora y fauna, ríos de gran caudal, lagunas, cascadas y páramos vírgenes de la zona andina, entre

otros encantos, han sido reconocidos por su importancia nacional y consideradas por el Estado como áreas protegidas, las reservas de Producción Faunística Cuyabeno, Biológica Limón Cocha y parte de la Ecología Cayambe-Coca.

En cuanto a los centros turísticos recreacionales existentes en la ciudad de Nueva Loja son muy escasos y los pocos que existen prestan un servicio de mala calidad en el servicio.

# MATERIALES Y MÉTODOS

## **e. MATERIALES Y METODOS**

### **1. MATERIALES**

Para realizar la presente investigación fue necesario contar con varios materiales, los mismos que se describen a continuación:

Material bibliográfico: tales como libros, textos, revistas y periódicos referentes al turismo a nivel mundial, nacional, provincial y del sector especialmente de la ciudad de Nueva Loja.

Material de escritorio: como es lápices, esferográficos, tableros manuales, calculadoras, papel bond, papel periódico, clips, grapas, etc.; que específicamente permitieron realizar el trabajo de campo

Equipo y material de oficina: grapadora, perforadora, computadora, impresora y teléfono; que permitieron realizar la sistematización de la información primaria y secundaria que se obtuvo.

Mobiliario de oficina, tal como un escritorio, un sillón, sillas de espera; que permitió realizar el almacenamiento de la información y la publicación de la investigación.

## 2. MÉTODOS

Todo proceso investigativo nos permite probar la validez de un conocimiento nuevo ya que se establece conexiones necesarias para demostrar los resultados obtenidos mediante métodos y técnicas que permitan investigar, ordenar, y analizar resultados para proponer acciones de ejecución.

**MÉTODO DEDUCTIVO.-** Al ser un proceso sintético que parte del conocimiento general al particular, se lo utilizó para analizar los resultados obtenidos del estudio de mercado, es decir el análisis de oferta y demanda, proyección de la población, el estudio administrativo, el estudio técnico las inversiones y el financiamiento, y poder explicar la causa de todos los hechos que se investigó dentro del estudio de factibilidad de la implementación de un parador turístico en la ciudad de Nueva Loja

**MÉTODO INDUCTIVO.-** Es un proceso analítico del cual nos permitió unir las partes separadas y formar un todo, y de esta manera facilitar la comprensión del tema de estudio, de este modo el análisis complementó y permitió establecer las relaciones esenciales del problema investigado y se efectuó la interpretación de resultados y establecer las conclusiones y recomendaciones.

En la investigación utilizamos estos métodos para realizar la deducción e inducción de la información recopilada en la encuesta, como también para llevar un control mediante modelos estadísticos y matemáticos.

## **2.1. TÉCNICAS**

**OBSERVACIÓN.-** Siendo una de las técnicas más antiguas que consiste en ver y escuchar los hechos o fenómenos a investigar. Se tomo como un valiosos instrumento que nos sirvió para establecer la relación entre los hechos y la realidad en la que se encuentra la ciudad de Nueva Loja e identificar sus problemas socio-económicos tales como: pobreza, migración, desempleo, delincuencia entre otros, de ahí nace la idea de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Parador Turístico con la finalidad de proporcionar una alternativa válida con miras al desarrollo y de alguna manera atenuar la situación de pobreza y desempleo.

**ENTREVISTA.-** Es una de las técnicas más importantes para el acopio de información de campo mediante mecanismos de iteración verbal en la cual una persona (entrevistador) solicita información a otra (informante) sobre un problema determinado. Nos sirvió para obtener información verbal y se la realizó a los señores propietarios de los centros turísticos

como: La Choza, Laguna Azul, La Sirenita, y Hostería Lago sobre los precios, los servicios, instrucciones y métodos de la actividad turística.

**ENCUESTA.-** Es el procedimiento a través de la cual se buscó obtener la información de las personas mediante un cuestionario que debe ser llenado libremente; la cual estuvo estructurada y aplicada a la población de la ciudad de Nueva Loja.

Con toda la información recopilada se procedió a realizar el estudio con un diagnóstico que permitió determinar el estudio de mercado que define la oferta y la demanda del servicio turístico en esta zona. Así mismo estos datos permitieron determinar el tamaño, localización y distribución de la planta datos necesarios para el normal funcionamiento del proyecto del Parador Turístico.

Otros de los aspectos a considerar es la elaboración de un modelo de organización empresarial para la puesta en marcha el mismo que deberá ser estructurado en base a procedimientos administrativos y legales, frente a la necesidad del Parador Turístico. De igual manera la información recopilada sirvió para determinar los costos y la rentabilidad del proyecto, mismos que son necesarios para la toma de decisiones.

## 2.2. POBLACION Y MUESTRA

**POBLACION.-** Para la realizar la proyección de la población de la ciudad de Nueva Loja se consideró los datos técnicos proporcionados por el INEC, en base al Censo del 2001, siendo esta de 8.527 familias con una tasa de crecimiento del 8,65%; proyectado para el 2011 es de 19.423. Aplicando la fórmula de la proyección.

**Formula:**

$$P_n = p_o(1 + r)^n$$

**En donde**

**P<sub>n</sub>**= población proyectada (año Proyectado)

**P<sub>o</sub>**= población del año Base

**r** = tasa de crecimiento poblacional

**n**= número de años

Como se describe en el cuadro a continuación.



Cuadro N° 1

## PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE NUEVA LOJA

AÑOS	POBLACION	NUMERO PROMEDIO DE FAMILIA	POBLACION POR FAMILIAS
2001	34.106	4	8.527
2002	37.056	4	9.264
2003	40.262	4	10.066
2004	43.467	4	10.867
2005	47.227	4	11.807
2006	51.312	4	12.828
2007	55.750	4	13.938
2008	60.573	4	15.143
2009	65.812	4	16.453
2010	71.505	4	17.876
2011	77.690	4	19.423

FUENTE: INEC Censo 2001

ELABORACION: Los autores

**MUESTRA.-** Para calcular el tamaño de la muestra la cual nos sirve para determinar el número de encuestas a aplicar a la población, por lo tanto se procederá a determinar la muestra a partir de la fórmula siguiente:

Fórmula: 
$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

**En donde:**

**n =** Tamaño de la muestra

**N =** 19.423 familias que habitan de la Ciudad de Nueva Loja

**e<sup>2</sup> =** Margen de error. (5%)

Reemplazando:

$$n = \frac{19.423}{1 + (19.423)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{19.423}{48.5575}$$

$n = 400$  encuestas.

### Cuadro N° 2

#### ESTRATIFICACION DE LA MUESTRA

PARROQUIAS	%	POBLACIÓN	MUESTRA
Dureno	15	2.913	60
General Farfán	15	2.913	60
El Eno	20	3.885	80
Pacayucu	15	2.913	60
Jambelí	15	2.913	60
Santa Cecilia	20	3.885	80
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>19.423</b>	<b>400</b>

FUENTE: Cuadro Nro. 1  
ELABORACION: Los autores

La secuencia lógica que se seguirá es primeramente aplicar la encuesta para estructurar el estudio de mercado, luego se planifica el estudio técnico, con esta información se establece el análisis financiero y la organización y luego de analizar los resultados de la factibilidad de la siguiente propuesta, se realiza las conclusiones y recomendaciones.

# RESULTADOS

## f. RESULTADOS

### 1. ENCUESTA APLICADA

La encuesta para el presente estudio se lo orientó con el fin de conocer gustos, preferencias, precios de los lugares de recreación y diversión existentes en la ciudad de Nueva Loja, la misma que fue aplicada a 400 habitantes, así como también se realizó las entrevistas a los gerentes propietarios de cada uno de los Centros Turísticos existentes en la misma ciudad.

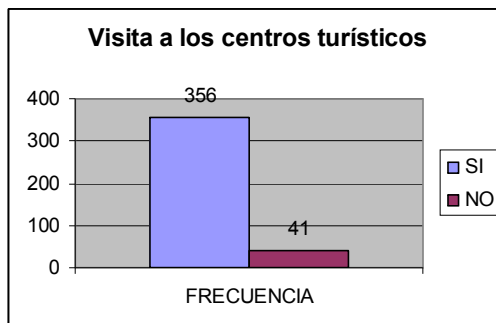
A continuación se detalla el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la muestra de la población en estudio, de las encuestas realizadas a las 400 familias se han establecido al mercado objetivo:

#### 1. ¿Visita su familia a centros turísticos?

**Cuadro N° 3**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	89.00
NO	44	11.00
TOTAL	400	100.00

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



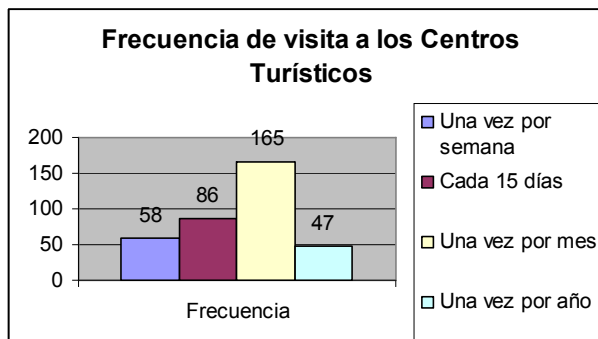
Se entrevistaron a 400 familias de las cuales observamos en el cuadro número 3, que si visitan los centros de recreación y corresponden a 356 encuestados, es decir del 100% un porcentaje de 89% si desean ir a dichos centro. En cambio en número de 44 encuestados que representa el 11,00% ellos no desean visitarlos.

## 2. ¿Con Qué frecuencia Ud. visita los Centros Turísticos?

**Cuadro N° 4**

Razones	Frecuencia	%
Una vez por semana	58	16,24
Cada 15 días	86	24,23
Una vez por mes	165	46,39
Una vez por año	47	13,14
	356	100%

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



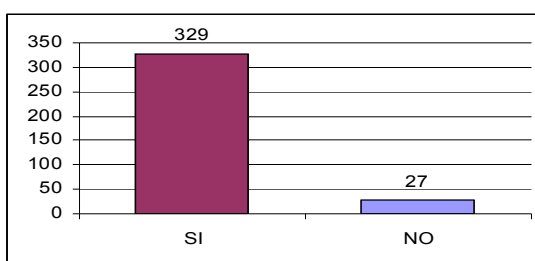
De la información obtenida el mayor número de encuestados en un 46.39% visitan centros turísticos una vez por mes, en un 24.23% lo hacen cada quince días, en un 16.24% visitan una vez por semana y en un 13.14% una vez por año.

### 3. Su familia visita los centros turísticos de Nueva Loja ¿Por qué?

**Cuadro N° 5**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	329	92,3
NO	27	7,7
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



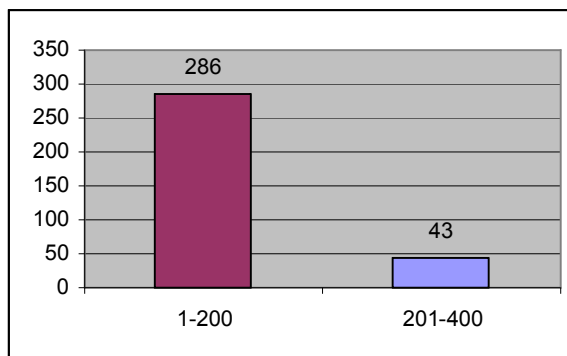
Podemos determinar en el Cuadro N° 4 que existen algunas razones, por las cuales en la ciudad de Nueva Loja prefieren ir a los Centros Turísticos por que les gusta el lugar, por los servicios que presta, por Seguridad, Higiene, etc., los precios cómodos, y la posibilidad de transporte.

**3. Del total de sus ingresos al año, marque cuanto destina para actividades turísticas?**

**Cuadro N° 6**

INGRESOS AL AÑO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-200	286	86,87
201-400	43	13,13
Total	329	100,00

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



De las encuestas realizadas a la población de Nueva Loja que destinan un ingreso mensual entre el rango de 1-200 que representan el 86.87% y en el rango de 201-400 un 13.13%, lo que nos indica que los dos rangos

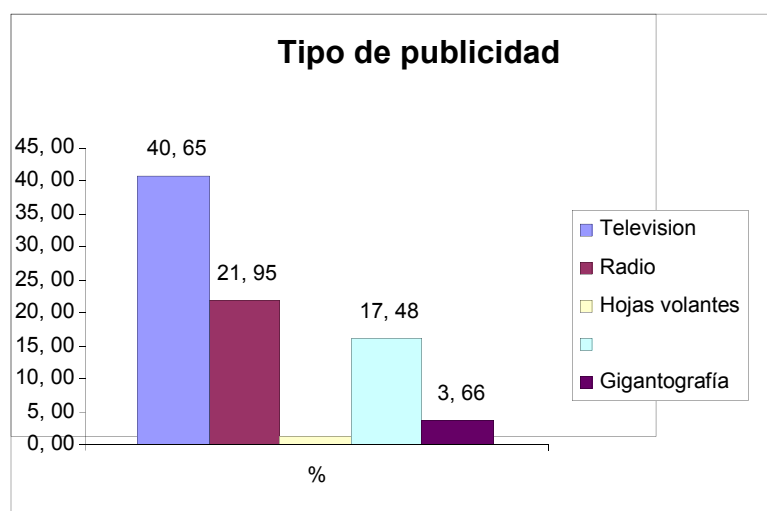
representativos son el primero y el segundo los que destinan sus ingresos para esta actividad de recreación y diversión.

**5. ¿De los siguientes medios señale uno por el cual llegó usted a saber de la existencia de los centros turísticos?**

**Cuadro N° 7**

MEDIOS	FRECUENCIA	%
Televisión	134	40,65
Radio	72	21,95
Hojas volantes	58	17,48
Gigantografía	12	3,66
Periódicos	53	16,26
<b>Total</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores





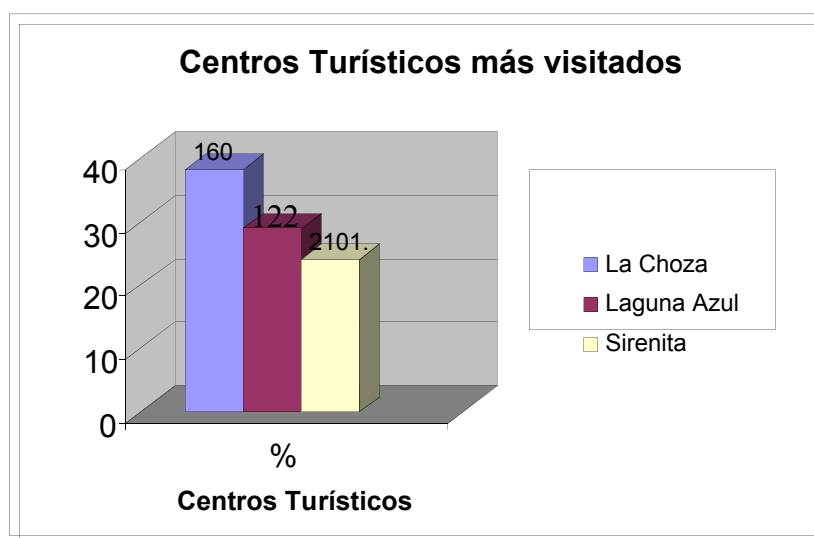
De los encuestados indican que prefieren como medio de comunicación la televisión en un 40,65%, el 21,75%, la radio, un 17,48% las hojas volantes, el 16,46% los periódicos, y con un 3,66% las Gigantografía. Por lo tanto se ha considerado la publicidad por la televisión, radio, periódicos y afiches.

**6. ¿Qué centros turísticos de la ciudad de Nueva Loja, usted ha visitado?**

**Cuadro N° 8**

CENTROS TURÍSTICOS	FRECUENCIA
La Choza	160
Laguna Azul	122
Sirenita	101

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



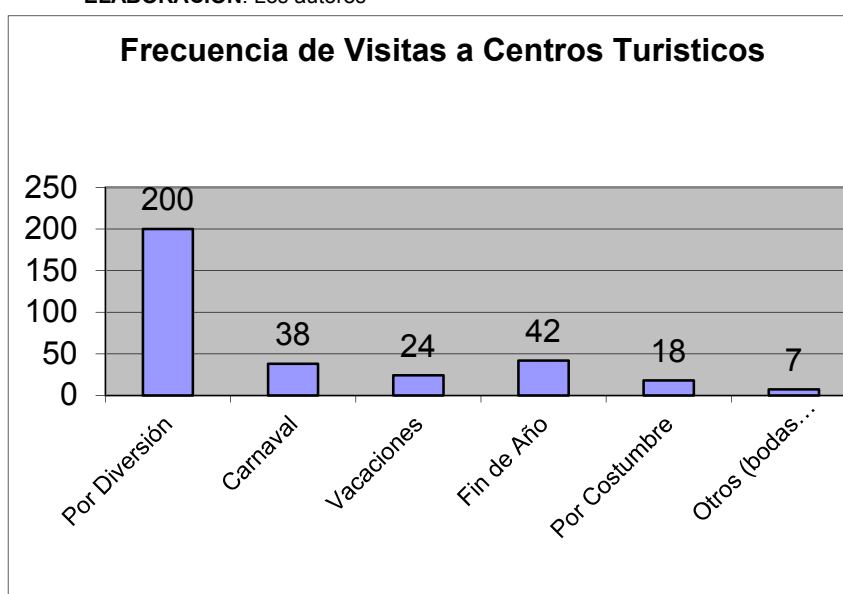
Podemos determinar en este cuadro N° 2, existen diferentes respuestas, debido a que es una pregunta abierta, los más frecuentados: La Chozza con 160 visitas, La Laguna Azul con 122 visitas, Sirenita con 101 visitas.

**7. Señale una de las siguientes alternativas por la cual decidió visitar dichos centros Turísticos**

**Cuadro N° 9**

RAZONES	FRECUENCIA	%
Por Diversión	200	60,7
Carnaval	38	11,6
Vacaciones	24	7,3
Fin de Año	42	12,7
Por Costumbre	18	5,6
Otros (bodas bautizos)	7	2,1
<b>Total</b>	<b>329</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



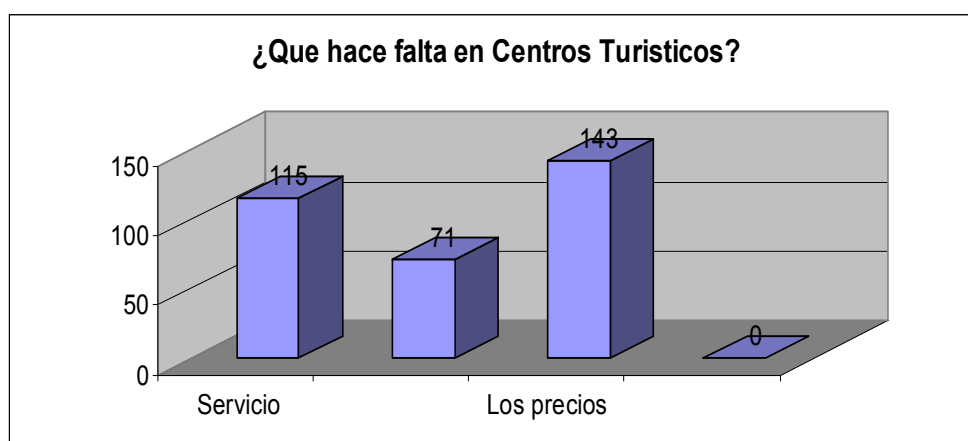
La mayor incidencia de las personas que acuden a los centros turísticos es por: Diversión en un 60,7%, en un 12,7% el Fin de año, en un 11,6% en temporada de carnaval, en un 7,3% en Vacaciones, por costumbre en un 5,6% y por otros motivos como bodas, bautizos, etc. un 2,1%.

### 8. Que debería mejorar los centros Turísticos que Ud. ha visitado.

**Cuadro N° 10**

¿Qué debe mejorar?	Frecuencia	%
Servicio	115	34,95
Infraestructura	71	21,54
Los precios	143	43,51
Otros	0	0,00
<b>Total</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>

**FUENTE:** Encuesta directa  
**ELABORACION:** Los autores



Dentro de lo que debería mejorar esta los precios con el 43,51%, los servicios con el 34,95%, y en lo referente a su infraestructura esta el

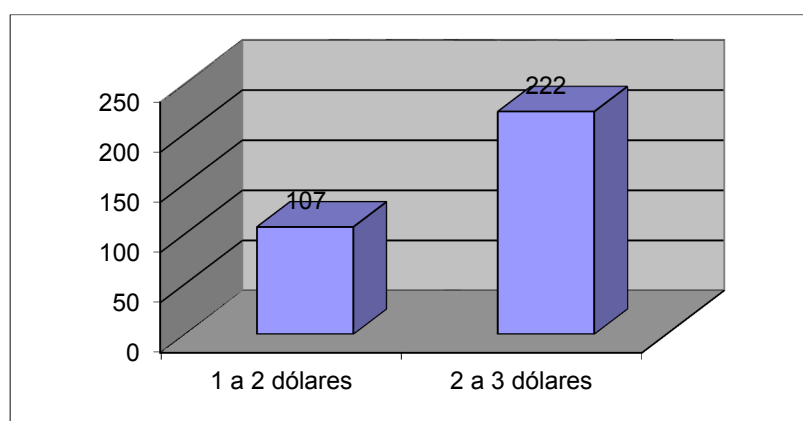
21,54%, esto nos corrobora lo expuesto en la pregunta anterior con respecto a la calidad de los servicios que son ofrecidos por los centros existentes.

### 9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofrecen los centros turísticos.

**Cuadro N° 11**

Precio	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 dólares	107	32,48%
2 a 3 dólares	222	67,52%
<b>TOTAL</b>	<b>329</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta directa  
ELABORACION: Los autores



De los encuestados el precio que estarían dispuesto a pagar por los servicios que presta los centros turísticos esta un 67,52%, dispuestos a

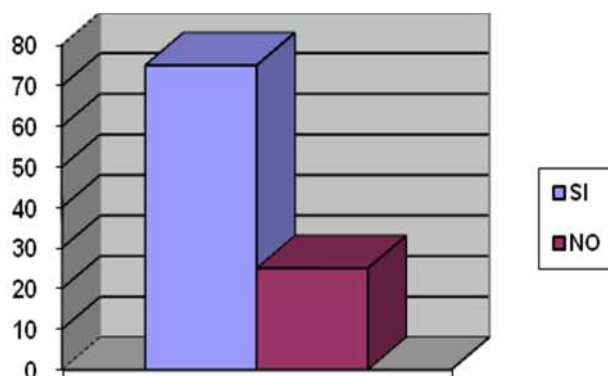
pagar entre dos y tres dólares, mientras que un 32,48%, están dispuestos a pagar un valor de 1 a dos dólares. Cabe indicar que los costos que el centro turístico a implementarse se ha situado en \$ 2,50 dólares considerando que con este costo el usuario podrá hacer uso de todos los servicios que se ofrecen en el Centro Turístico.

#### 10. De crearse un nuevo centro turístico en Nueva Loja Ud. si lo visitaría

**Cuadro N° 12**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	303	92
NO	26	8
<b>TOTAL</b>	<b>329</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta directa  
ELABORACION: Los autores



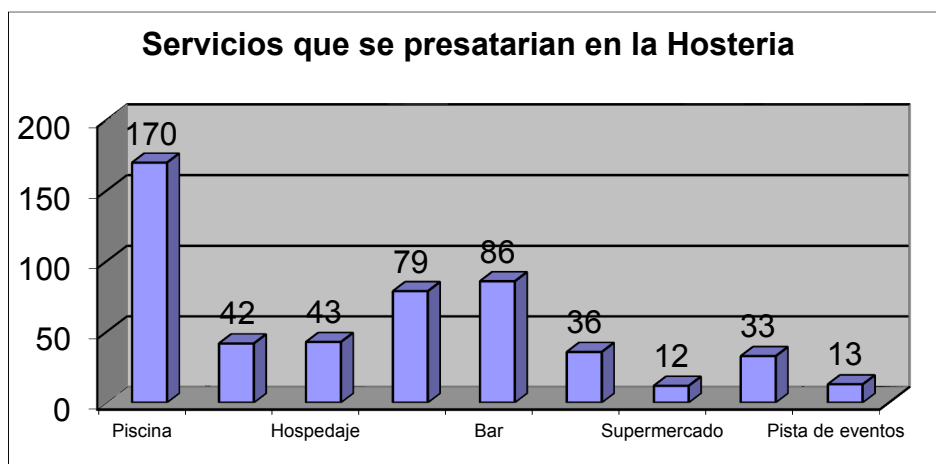
De acuerdo a la información recibida por los encuestados estarían de acuerdo en visitar un nuevo centro turístico un 92% y solamente el 8% no visitarían, lo que comprueba la factibilidad del proyecto.

11.- De los siguientes servicios identifique uno que le gustaría que brinde el nuevo parador turístico.

**Cuadro N° 13**

SERVICIOS	FRECUENCIA
Piscina	170
Restaurante	42
Hospedaje	43
Jardines	79
Bar	86
Sauna e Hidromasaje	36
Supermercado	12
Discoteca	33
Pista de eventos	13

FUENTE: Encuesta directa  
ELABORACION: Los autores



De las respuestas de los encuestados acerca de los servicios que debería prestar el centro turístico encontramos un número de 170 personas correspondiente al 27,17% opina que piscina, seguido de hidromasajes y

sauna con el 14,13% es decir, 42 personas. Jardines con el 10,33% o sea 43 personas y bar con 86 personas es el 8,70%, cabe destacar que 43 personas equivalente al 12,50% corresponde a hospedaje pero como el centro está cerca de la ciudad no brindará este servicio.

## **2. ENTREVISTA APLICADA**

La entrevista realizada acerca de los diferentes lugares turísticos a los Gerentes Propietarios de los centros turísticos recreacionales, es precisamente para conocer las referencias personales que deben tener en cuenta para lograr el desarrollo del turismo a nivel local, provincial y nacional, tomando en consideración que de los cuatro lugares turísticos que existen en la ciudad de Nueva Loja, ninguno es administrado por Profesionales en Turismo. Así también nos indicaron que la satisfacción que el turista lleva de la visita de estos centros recreacionales es la calidad de servicio que se les brinda, lo que actualmente es una de las falencias.

Los servicios que disponen los centros turísticos recreacionales de la ciudad de Nueva Loja son: piscinas, pista de baile, juegos, canchas deportivas, pisciculturas.

En la ciudad de Nueva Loja, esta clase de turismo se lo realiza cada fin de semana sin ninguna estacionalidad de tiempo, ya que este tipo de turismo recreacional es la única diversión que existe para las personas de este lugar.

Al finalizar el año escolar, tanto en la Sierra como en la Costa existen estudiantes que vienen a nuestra ciudad con el fin de estar con sus familias y otros que vienen con el propósito de realizar sus prácticas estudiantiles.

El turismo en la ciudad de Nueva Loja, es poco promocionado y difundido por las autoridades locales, por lo que mencionaremos algunos factores como la calidad de transporte público, falta de señalización, poca promoción de los centros turísticos del sector, etc.

Como resultado de las entrevistas aplicadas a los Señores Propietarios de los diferentes Centros Turísticos, nos han indicado que sus lugares tienen ya varios años de haber sido creados, con un tiempo aproximado respectivamente de 17 años (La Choza), 12 años (Sirenita), 8 años (Laguna Azul).



Con respecto a los objetivos que persiguen, todos los propietarios los tienen claros, pero no los materializan, es por eso que ciertos lugares turísticos no han alcanzado el éxito deseado en relación al tiempo, ya sea por falta de capital, de espacio físico, por no tener personal calificado, por no aplicar técnicas de Marketing, no hay promoción y el manejo contable lo llevan empíricamente. Ellos indican que para fijar el precio consideran la calidad de servicio que prestan y consideran también el número de personas que visiten el centro. Ellos manifiestan que si satisfacen las necesidades del cliente, a pesar de carecer de los servicios completos que debería tener un Centro Turístico. Indican que dan descuentos a los grupos de estudiantes en temporadas promocionales.

Consideran que el ambiente del que disponen constituye la mayor fortaleza, por lo tanto tienen aceptación por parte del turista. Creen que la presencia de otros paradores con mejores servicios puede ser motivo de amenaza para ellos; así como también por encontrarse cerca de la frontera con Colombia. La mayoría de los propietarios expresan que si les falta implementar servicios como: infraestructura, pistas de baile, juegos recreativos para niños y adultos, pero por falta de recursos económicos les impide ejecutar.

# DISCUSIÓN

## **g. DISCUSIÓN**

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

El estudio de mercado tiene que ver con el establecimiento de la oferta y la demanda, por tanto, es el lugar geográfico en donde oferentes y demandantes realizan las transacciones de bienes y servicios, a un precio pactado y las características convenientes.

#### **1.1. ANALISIS DE LA DEMANDA**

La demanda permite determinar los posibles usuarios que tendrá la empresa, así como también, ayuda a conocer los diferentes tipos de demanda como son la potencial y efectiva.

**Demanda Histórica.** Mediante esta demanda se puede conocer el número de turistas que llegaron a estos centros de atracción y que sirven de base para comparar la demanda en el proceso investigativo. Para determinar los turistas que llegaron a la provincia de Sucumbíos se toman los datos otorgados por la Jefatura de Migración de la ciudad de Nueva Loja y se relaciona para determinar la tasa de crecimiento anual para posteriormente proyectarla para los años de vida útil del proyecto.

**Cuadro N° 14**  
**TURISTAS QUE INGRESARON A SUCUMBIOS 2008**

MESES	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL
	M	F	M	F	
Enero	54	61	199	156	470
Febrero	3	4	154	113	274
Marzo	29	48	168	213	458
Abril	58	60	115	100	333
Mayo	25	60	141	140	366
Junio	39	41	157	174	411
Julio	40	42	301	360	743
Agosto	159	123	219	345	846
Septiembre	45	28	152	178	403
Octubre	12	14	140	150	316
Noviembre	20	22	209	218	469
Diciembre	43	40	128	140	351
<b>TOTAL</b>	<b>527</b>	<b>543</b>	<b>2083</b>	<b>2287</b>	<b>5440</b>

FUENTE: Jefatura de Migración de Nueva Loja.

ELABORACION: Los autores

**Cuadro N° 15**  
**TURISTAS QUE INGRESARON A SUCUMBIOS 2011**

MESES	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL
	M	F	M	F	
Enero	25	36	166	106	333
Febrero	22	22	158	104	306
Marzo	71	88	141	194	494
Abril	13	11	117	152	293
Mayo	29	25	144	185	383
Junio	23	40	167	191	421
Julio	49	61	354	375	839
Agosto	56	62	277	298	693
Septiembre	19	12	140	294	465
Octubre	14	13	187	235	449
Noviembre	65	69	181	208	523
Diciembre	35	60	137	158	390
<b>TOTAL</b>	<b>421</b>	<b>499</b>	<b>2169</b>	<b>2500</b>	<b>5589</b>

FUENTE: Jefatura de Migración de Nueva Loja.

ELABORACION: Los autores

Fórmula para obtener la tasa de crecimiento de los turistas extranjeros

$$i = \sqrt[n]{\frac{Pf}{Po}} - 1$$

**En donde:**

i = Tasa de crecimiento anual

Po = Último año (5.440 turistas)

Pf = Año base o inicial (5.589 turistas)

n = tiempo de diferencia 3 años (pt - po).

$$i = \sqrt[3]{\frac{5.589}{5.440}} - 1 = \sqrt[3]{1,02739} - 1 = 1,00905 - 1 = 0,905\%$$

### Cuadro N° 16

#### PROYECCION DE TURISTAS

AÑO	TURISTAS
2011	5440
2012	5489
2013	5539
2014	5589
2015	5640
2016	5691
2017	5742
2018	5794
2019	5847
2020	5899
2021	5953

**Cuadro N° 17**  
**DEMANDA DEL TURISMO EXTERNO**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>VISITA LUGARES TURÍSTICOS</b>	<b>VISITARÍA PARADOR TURÍSTICO</b>	<b>PROMEDIO DE VISITAS</b>	<b>DEMANDA ANUAL DE TURISTAS</b>
2012	5489	68%	95%	1	3546
2013	5539	68%	95%	1	3578
2014	5589	68%	95%	1	3610
2015	5639	68%	95%	1	3643
2016	5690	68%	95%	1	3676
2017	5742	68%	95%	1	3709
2018	5794	68%	95%	1	3743
2019	5846	68%	95%	1	3777
2020	5899	68%	95%	1	3811
2021	5953	68%	95%	1	3845

**FUENTE:** Oficina Migración Nueva Loja.  
**ELABORACIÓN:** Los autores

**Demanda Potencial.** Mediante esta demanda podemos conocer el número de usuarios que visitan los centros turísticos. Para determinar la demanda potencial se toma la fórmula de proyección con una demanda base de 19.423 familias de la ciudad de Nueva Loja que corresponde al año 2011 y la tasa de crecimiento anual del 8,65%, proyectamos para los años subsiguientes, mismos que se multiplica por el porcentaje del 89% que le gusta visitar los centros turísticos (ver cuadro N° 3), obteniéndose un total de 78.813 familias como demanda potencial para el primer año.

<b>DEMANDA BASE</b>	<b>19.423</b>
<b>INCREMENTO</b>	<b>8,65%</b>

$$D_x = D_b (1 + i)^n$$

$$D_{2012} = 19.423 (1 + 0.0865)^1 = 21.103$$

**Cuadro N° 18**  
**DEMANDA POTENCIAL**

PERIODO	AÑO	POBLACIÓN DE ESTUDIO	HACE TURISMO	DEMANDA POTENCIAL
0	2011	19423		
1	2012	21103	89%	18782
2	2013	22929	89%	20406
3	2014	24912	89%	22172
4	2015	27067	89%	24089
5	2016	29408	89%	26173
6	2017	31952	89%	28437
7	2018	34716	89%	30897
8	2019	37718	89%	33569
9	2019	40981	89%	36473
10	2019	44526	89%	39628

**FUENTE:** encuesta pregunta 1 cuadro N° 2  
**ELABORACIÓN:** Los Autores

**Demanda Actual.** La demanda actual está dada por la cantidad de bienes o servicios que los usuarios desean y pueden comprar a un precio dado en un periodo determinado. Se llama demandantes reales a todas aquellas personas que tienen la necesidad de recreación y diversión, aunque este no esté al alcance de toda la población. Esto resulta de la información de las encuestas de la pregunta 3 y del cuadro N° 4 que en un total del 92,3% si visitan los centros turísticos en Nueva Loja.

Se toma en cuenta así mismo solo la proyección del turista local, o sea las familias que habitan en la ciudad de Nueva Loja, que visitan los centros

turísticos de la zona como uno de los atractivos turísticos más importantes del Oriente Ecuatoriano.

**Cuadro N° 19**

**DEMANDA REAL O ACTUAL**

PERIODO	AÑO	DEMANDA POTENCIAL	VISITA CENTROS TURÍSTICOS	DEMANDA ACTUAL
1	2012	18782	92,3%	17336
2	2013	20407	92,3%	18835
3	2014	22172	92,3%	20465
4	2015	24090	92,3%	22235
5	2016	26173	92,3%	24158
6	2017	28437	92,3%	26248
7	2018	30897	92,3%	28518
8	2019	33570	92,3%	30985
9	2019	36474	92,3%	33665
10	2019	39629	92,3%	36577

**Fuente:** encuesta pregunta 3, cuadro N° 5  
**Elaboración:** Los Autores

**Demanda Efectiva.** Es el conjunto de bienes y servicios que los consumidores, realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado, es también el deseo de adquirir un bien a servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Los demandantes efectivos del proyecto están determinados por el porcentaje de aceptación al implementarse un Parador Turístico en la Ciudad de Nueva Loja; estos datos fueron obtenidos de la pregunta N° 10



de la encuesta a la población de la localidad dando como resultado que un 92% de los habitantes de la Ciudad de Nueva Loja si están dispuestos a visitar el Parador Turístico, como lo demuestra el grafico con su respectiva proyección.

### Cuadro N° 20

#### DEMANDA EFECTIVA

PERIODO	AÑO	DEMANDA ACTUAL	VISITARÍA EL CENTRO TURÍSTICO	DEMANDA EFECTIVA
1	2012	17336	92%	15949
2	2013	18836	92%	17329
3	2014	20465	92%	18828
4	2015	22235	92%	20456
5	2016	24158	92%	22226
6	2017	26248	92%	24148
7	2018	28519	92%	26237
8	2019	30985	92%	28507
9	2020	33666	92%	30972
10	2021	36578	92%	33651

Fuente: encuesta pregunta 10 cuadros N° 11  
Elaboración: Los Autores

## 1.2. ANALISIS DE LA OFERTA

**Oferta.** Es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado con un precio concreto, analizando las condiciones de producción o servicios de las empresas más importantes. Refiriéndose a la situación actual y futura, en donde se deberá proporcionar las bases para prever

las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.<sup>2</sup>

Además podemos manifestar que se refiere a toda la cantidad de servicios similares, que se están ofertando en el mercado o área de estudio.

De la investigación realizada en la ciudad de Nueva Loja, y para cuantificar la oferta se visitó los principales centros turísticos de la localidad como: La Choza, Laguna Azul, Sirenita,

Las características de estos lugares son solamente de turismo recreacional por lo que buscan una armonía con la sociedad; generalmente las edificaciones están compuestas por cemento y madera. Cuentan además dos centros con piscinas, podemos indicar que dos centros recreacionales no cuentan con piscina pero en este lugar atraviesa un río grande como es el río de mayor nombre en la ciudad como es el Aguarico, además podemos indicar que todos estos lugares ofrecen servicios de bar, jardines y áreas verdes, así como también áreas de recreación.

---

<sup>2</sup> McCarthy, J. R. y Perrealt, W. D. *Marketing*. Madrid: McGraw-Hill, 2000. Obra de gran rigor y exhaustividad.

**Oferta turística anual.** La oferta anual promedio de las visitas a los centros de recreación de la Ciudad de Nueva Loja es de 10.080. Esto como resultado de la información recibida por los propietarios de los principales centros turísticos de la localidad a través de la entrevista aplicada a cada uno de ellos.

**Cuadro N° 21**  
**VISITANTES ANUALES**

<b>CENTROS</b>	<b>VIST./SEMANAL</b>	<b>VIST./MENSUAL</b>	<b>VISIT./ANUAL</b>
La choza	90	360	4.320
Laguna Azul	50	200	2.400
Sirenita	70	280	3.360
<b>TOTAL</b>			<b>10.080</b>

**Fuente:** Las entrevistas  
**Elaboración:** Los autores

**Proyección de la Oferta.** El presente cálculo se lo realizó con la información proporcionada por los dueños de los centros turísticos de la zona, lo cual nos dio un promedio de crecimiento del 2,57% en las visitas al año de conformidad a los registros que llevan cada uno de los negocios y que se encuentran ubicados en la ciudad de Nueva Loja.

## Cuadro N° 22

### PROYECCION DE LA OFERTA

AÑO	VISITA 2.57%
2011	10.080
2012	10.339
2013	10.605
2014	10.877
2015	11.157
2016	11.444
2017	11.738
2018	12.039
2019	12.349
2020	12.666
2021	12.992

**Fuente:** la entrevista a los Propietarios

**Elaboración:** Los Autores

### 1.3. DEMANDA INSATISFECHA

Se concibe a la demanda no satisfecha como la cantidad de bienes o servicios que probablemente se consuman o utilicen en el mercado en un período determinado.

Teóricamente la demanda insatisfecha es la diferencia matemática que existe entre la demanda y la oferta; así en el siguiente análisis tomaremos los datos de la demanda efectiva y los datos de la oferta actual para obtener la demanda insatisfecha la cual es el resultado de la resta de los dos indicadores mencionados.

El balance entre la oferta y la demanda nos permite obtener la demanda insatisfecha la misma que está constituida por la cantidad de usuarios que el mercado no logra satisfacer, para determinar esta demanda se debe restar la cantidad de demanda efectiva tanto de turistas como de las familias de la ciudad de Nueva Loja 50.074 usuarios, menos la oferta total 10.080 usuarios dándonos como resultado la demanda insatisfecha que es 39.994.

**Cuadro N° 23**

**DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA POR VISITAS				OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
	TURISTAS	FAMILIAS	PERSONAS	TOTAL		
2012	3546	15949	63796	67342	10339	57003
2013	3578	17329	69314	72892	10605	62288
2014	3610	18828	75310	78920	10877	68043
2015	3643	20456	81824	85467	11157	74311
2016	3676	22226	88902	92578	11444	81135
2017	3709	24148	96592	100301	11738	88564
2018	3743	26237	104947	108690	12039	96651
2019	3777	28506	114025	117802	12349	105454
2020	3811	30972	123889	127700	12666	115034
2021	3845	33651	134605	138450	12992	125458

**Fuente:** cuadros N° 17, 20 y 22

**Elaboración:** Los Autores

#### 1.4. EL MARKETING MIX

El marketing Mix se lo define como una actitud comercial. El marketing es el proceso por el cual el consumidor puede utilizar el producto o servicio y

ve desde la determinación de sus necesidades hasta la producción o conversión de los bienes o servicios.

Para la comercialización de nuestro servicio del Parador Turístico tomaremos en cuenta los elementos de la mezcla de mercado que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

**Que es un servicio.** Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de usuario. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

**Presentación del Servicio.** El Parador Turístico prestará el servicio de diversión y recreación al público en general con: piscina, Jardines, canchas deportivas, jardines, bar-restaurant entre otros.

El producto o servicio dentro de una empresa es motivar y satisfacer a un comprador u usuario, el servicio de nuestro parador turístico es dar entretenimiento y recrear a toda la ciudadanía y turistas que ingresan a la

ciudad de Nueva Loja. El Parador Turístico ofrecerá a sus clientes un servicio, mediante la atención directa.

**Precio.** Los dos determinantes principales del precio son los costos generales del servicio y la competencia. La política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.<sup>3</sup>

Es una de las principales variables del marketing sobre la que la empresa puede actuar para conseguir sus objetivos. La empresa determinará el precio del servicio según el rango de la competencia.

**Fijación del Precio.** Para maximizar las utilidades los empresarios por lo general, basan los precios de sus servicios en el costo de los mismos (adquisición del personal, mano de obra, costo de instalación, etc.), más un margen de ganancia.<sup>4</sup>

El precio de nuestro servicio se lo establecerá atribuyendo el porcentaje al costo de producción, de manera que permita cubrir los gastos

---

<sup>3</sup> BENGOCHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing"

<sup>4</sup> BENGOCHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing"

incurridos y proporcionar una utilidad, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva de los clientes del servicio turístico que ofrecerá el Parador Turístico de Nueva Loja, analizando los precios de la competencia se calculará un porcentaje de utilidad, que satisfaga la rentabilidad propuesta de tal manera que el servicio resulte competitivo en el mercado.

**Precios de la competencia.** Los precios de la competencia de los lugares turísticos dentro de la zona son los siguientes:

- Laguna azul la entrada al lugar es gratuita pero si se hace uso de la piscina tiene un precio de 2 dólares adultos, y 1 dólar niños.
- La Sirenita, también la entrada es gratuita cuesta el uso de la piscina que es de 2 dólares adultos, y 1 dólar niños.
- La Choza, La entrada al lugar cuesta 2 dólares adultos 1.50 centavos de dólar a niños

Cabe indicar que los costos que el centro turístico a implementarse se ha situado en \$ 2,00 con un margen de utilidad del 25% que nos da como precio final \$ 2,50 dólares considerando que con este costo el usuario podrá hacer uso de todos los servicios que se ofrecen en el Centro Turístico.



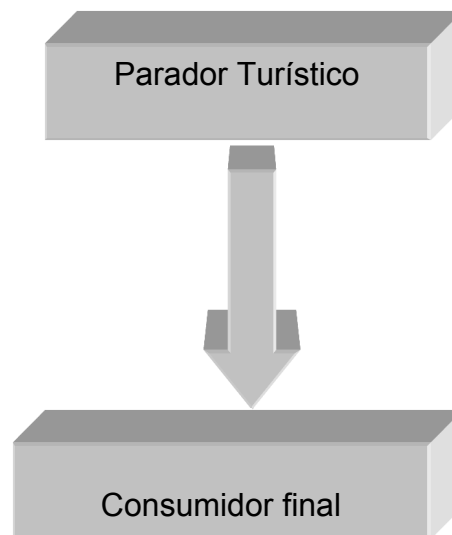
**Plaza.** Una vez establecido el servicio que se ofrecerá, es necesario ponerlo a disposición a través de los diferentes caminos, etapas o escalones que el servicio puede recorrer hasta llegar al consumidor o usuario final.

La prestación de los servicios del Parador Turístico, será en la Ciudad de Nueva Loja, por ser un servicio turístico su canal de distribución es directa, así mismo se pondrá a disposición de los operadores turísticos de la Provincia y del País.

La programación y políticas de comercialización están relacionadas íntimamente con la plaza en la que será vendido el servicio; por ello, en el caso del presente estudio, están dirigidas las ventas originalmente hacia la población de la Ciudad de Nueva Loja, sin que ello restrinja la posibilidad de que posteriormente utilicen estos servicios los habitantes de toda la provincia, aprovechando que es un mercado muy atractivo para un servicio alternativo y sano.

**Canales de comercialización.** El canal de comercialización de nuestro parador es directamente con el consumidor final como se indica en el siguiente gráfico:

**Gráfico N° 1**  
**ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN**



**Elaboración:** Los Autores

**Publicidad.** La publicidad es sin duda la más utilizada para comercializar un producto o servicio. Es la forma de comunicar de manera oral o visual a un público seleccionado acerca de un producto o servicio a brindarse con el fin de informarles o influirles para que los adquiera.

La publicidad tiene por objeto el estudio de los procedimientos más adecuados para dar a conocer el comercio de un servicio o producto. La función de publicidad es anunciar, convencer, y recordar sobre los productos y servicios que la empresa ofrece o dispone en el mercado.

**Presupuesto de la publicidad.** La publicidad del Parador Turístico lo haremos por medio de la radio, afiches, periódicos y televisión; con la finalidad de estimular, motivar a los usuarios a que acudan a nuestro parador. Esto se establece en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 24**

**COSTO ANUAL PUBLICIDAD**

<b>Detalle</b>	<b>Val. Mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Radio	20.00	240.00
Afiches	10.00	120.00
Periódicos	15.00	180.00
Televisión	25.00	300.00
<b>Total</b>		<b>840.00</b>

**FUENTE:** Publicidad de la ciudad de Nueva Loja

**ELABORACIÓN:** Los autores

## **2. ESTUDIO TÉCNICO**

Este estudio es realizado con la ayuda técnica de profesionales en turismo, construcciones, que permite el análisis tomando en cuenta la localización, los procesos de los servicios maquinaria y equipo a utilizarse dentro del proyecto.

El presente estudio comprende los siguientes aspectos:

1. Tamaño y localización del proyecto
2. La ingeniería del proyecto
3. Los proceso de flujo de los servicio

### **2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

#### **Tamaño de la Empresa**

El tamaño constituye la infraestructura, es decir la capacidad normal durante el período de vida útil del proyecto, tomando en consideración todos los factores que influyen para tomar la decisión, de tal forma que el estudio de mercado, la demanda, la oferta, los costos, las inversiones, etc. son los factores determinantes.

Tomando en cuenta la participación que tendría el Parador Turístico en el mercado se ha planificado el tamaño de la empresa desde el punto de vista administrativo, esto por tratarse de servicios, en un inicio estará planificado para cubrir parte de demanda insatisfecha pero con proyección para años posteriores, esto debido a la relatividad de la demanda que podría aumentar o disminuir según los gustos y preferencias de los usuarios.

El tamaño de la planta establece la relación que existe entre la capacidad productiva durante la vida útil del proyecto. La determinación del tamaño de una unidad de producción de servicios es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto.

El tamaño propuesto para el presente proyecto es aceptado por considerarse claramente definida la demanda no satisfecha del servicio, es realmente alta con la oferta de estos servicios.

### Capacidad instalada

Es establecida por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. La capacidad instalada marca el uso máximo de producción es decir el 100% de la capacidad que tendrá cada uno de los factores o elementos que forman parte del proceso de conversión; se considera también el tiempo laboral utilizado en jornadas de trabajo.

Para el presente proyecto, la capacidad instalada responde a la infraestructura, tecnología que nos permitirá cubrir la demanda no satisfecha que es para el primer año (2012) de 57.003 visitas y de 125.458 visitas para el último año de la vida útil (2021).

**Cuadro N° 25**

#### **CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA ANUAL</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA AL 100%</b>
2012	57.003	40.080
2021	125.458	40.080

**Fuente:** cuadro 23  
**Elaboración:** Los autores

### **Capacidad utilizada**

Como se explicó la capacidad instalada del Parador Turístico según el asesoramiento técnico es de 40.080 visitas anuales al Parador, sin embargo es necesario aclarar que la capacidad utilizada por inicio de actividades y destrezas en los procesos de atención a los usuarios, considerando el ingreso al mercado del servicio que se ofrecerá y estimar espacios que permitan corregir problemas propios de los primeros años en el negocio, por ello, se ha programado participar con el 85% de la capacidad instalada para el primer año para atender a 34.068 visitas, para luego seguir subiendo progresivamente según el período planificado de vida útil del proyecto.

Una vez que se conoce la capacidad utilizada de la empresa, nos proyectamos para los siguientes años de vida útil, tomando en consideración el porcentaje de utilización de las instalaciones del Parador Turístico de Las Pirámides.

Cuadro N° 26

**PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>PORCENTAJE A UTILIZAR</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
2012	40080	85%	34068
2013	40080	85%	34068
2014	40080	85%	34068
2015	40080	90%	36072
2016	40080	90%	36072
2017	40080	90%	36072
2018	40080	95%	38076
2019	40080	95%	38076
2020	40080	95%	38075
2021	40080	100%	40080

**FUENTE:** cuadro 25 y programación del servicio

**ELABORACIÓN:** Los autores

## **2.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

El estudio de la localización del proyecto se debe especificar claramente cual será el mejor sitio para ubicar al Parador Turístico de acuerdo a los objetivos y los servicio que está dispuesta a ofrecer. La localización óptima será aquella que permita obtener un servicio de calidad que permita maximizar los beneficios y reducir al mínimo los costos.

**Macrolocalización.** Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional, nacional e internacional



Gráfico N° 2

## MAPA TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS



Con los factores analizados en la macrolocalización, lo que se ha identificado es que el presente proyecto turístico se encuentra en una zona estratégica la misma que en los últimos años ha ido creciendo gracias al aumento de demanda potencial y afluencia turística hacia el sector, el Parador turístico estará ubicada en la Ciudad de Nueva Loja, en el sector de las Pirámides.

**Microlocalización.** El Parador Turístico estará localizado en la vía la Choca sector de Las Pirámides a orillas del río Aguarico considerado como el más popular de la zona, a 5 kilómetros de la Ciudad de Nueva

Loja, tiene una temperatura promedio entre los 24°C. La zona se caracteriza por su clima tropical húmedo. Se debe determinar algunos factores que permitan el normal funcionamiento de la empresa.<sup>5</sup>

Para determinar la localización del Parador Turístico, se han analizado algunos factores claves, detallados a continuación.

### **1. Medios y Costos de Transporte**

Se cuenta con los medios de transporte necesarios para llegar al Parador y los costos no son elevados.

### **2. Disponibilidad del personal capacitado**

Se contará con un personal capacitado con mayor eficiencia y efectividad en la atención a los clientes.

### **3. Factores climáticos**

Dentro de las ventajas con las que cuenta el proyecto están los factores climáticos de su ubicación, ya que el clima es bastante agradable, su

temperatura oscila entre los 13 a 33 grados centígrados aproximadamente.

#### **4. Costo y Disponibilidad de terrenos**

El terreno en el que se pretende instalar debe tener una extensión entre dos y cuatro hectáreas, dentro de las cuales existen paisajes extraordinarios, flora y fauna exuberante. La hectárea de terreno está valorada en \$ 12.000 y no se encuentra cerca de sectores residenciales o ningún sector que pueda expresar su rechazo ante el proyecto.

#### **5. Estructura impositiva y legal**

En lo que se refiere a estructura impositiva y legal, la localización del terreno cuenta con una ventaja ya que el gobierno seccional (Gobierno Provincial) ha mostrado interés en desarrollar actividades turísticas en la zona.

#### **6. Hidrografía.**

El río principal que circula en este sector es el río Aguarico el mismo que desemboca en el río San Miguel, cuenta con recursos hídricos importantes como fuente naturales, cascadas y ríos.

**Gráfico N° 3**  
**UBICACIÓN DEL CENTRO TURISTICO**



Elaboración: Los Autores.

### 2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

Es la parte técnica del proyecto tiene que ver con las etapas de estudio, instalación, y puesta en marcha del proyecto, se conocen los procesos para producir el bien o servicio. La estructuración del presente proyecto de ingeniería para un Parador Turístico permite agrupar sus presupuestos en: Terrenos, edificación, la instalación de equipo, adecuaciones de

infraestructura etc. para de esta manera poder determinar el personal a utilizar. La ingeniería del proyecto tiene como propósito determinar cuáles serán las características del proceso de producción que exige nuestro proyecto de inversión, así como determinar el tipo de maquinaria requerido, en dónde se puede adquirir y el esquema preliminar de la distribución de la planta

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 sensible a cambios que tengan como finalidad mejorar procesos en la producción del servicio de la empresa, parqueadero etc.

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 sensible a cambios que tengan como finalidad mejorar procesos en la producción del servicio de la empresa, parqueadero etc.

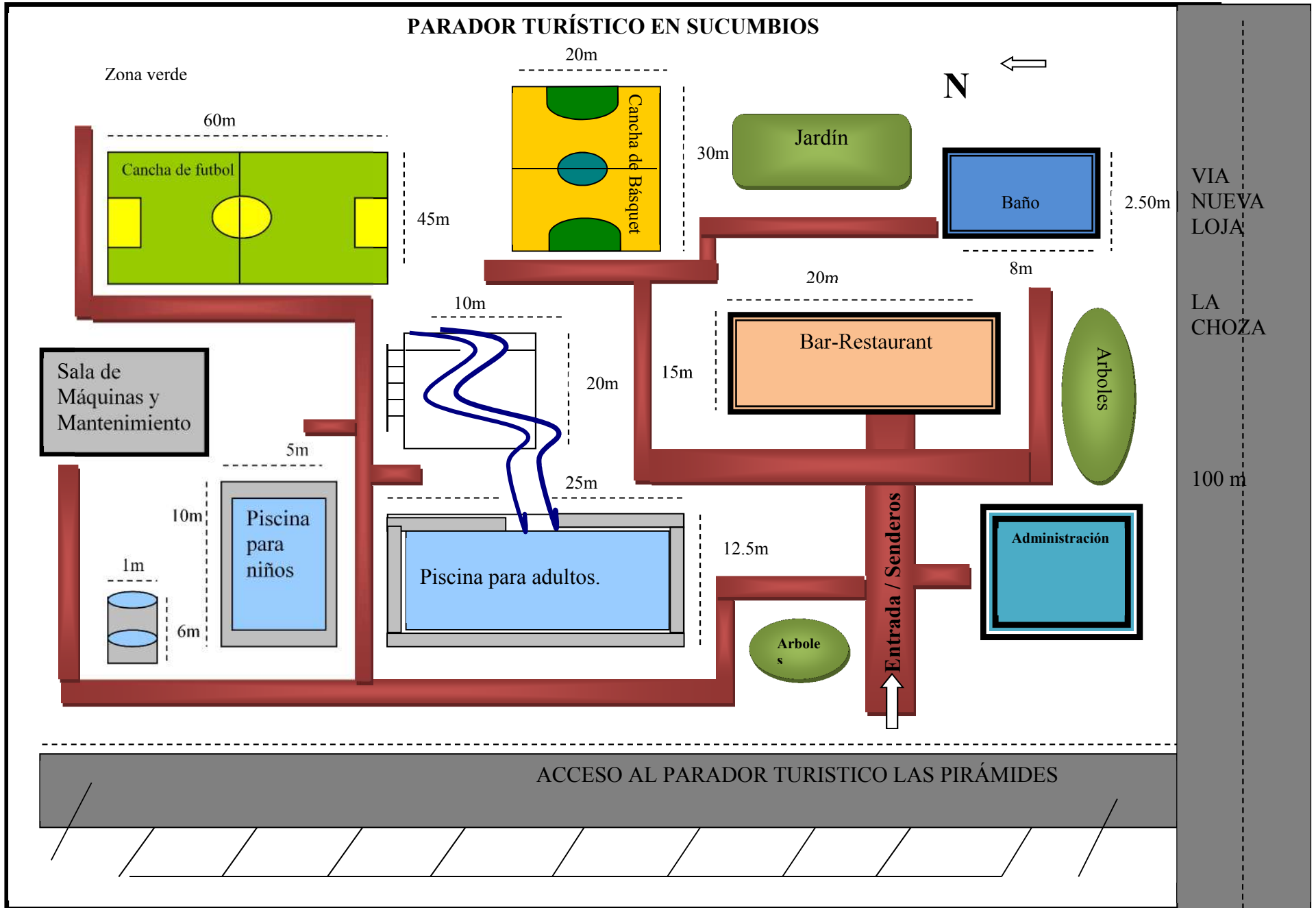


GRÁFICO N° 4  
DISTRIBUCION FISICA DEL PARADOR TURÍSTICO







## **DIAGRAMAS DE FLUJO DEL PROCESO DE LOS SERVICIOS DEL PARADOR TURISTICO**

**Descripción del proceso.** Este describe los pasos por los cuales se obtendrá o generará el servicio, es muy importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle ya que en algunos casos constituye información confidencial para manejo interno. Incluye el diagrama y flujograma del proceso que representa gráficamente los tiempos y movimientos necesarios en cada fase.

**Proceso del servicio.** Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso que requiere la empresa para materializarse y poder iniciar las operaciones; Al hablar de proceso nos referimos a las diferentes etapas, las cuales se tienen que cumplir para lograr dar una eficiente atención al cliente en todos los servicios que prestará el presente Parador, en sí la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de las siguiente manera.

Para el diseño del Parador Turístico se ha considerado dividirlo en dos secciones una de servicios de distracción y del bar restaurant.

**Diagrama de proceso de los servicios de distracción y del bar-restaurant.** Permite describir simbólicamente el proceso de elaboración de un producto. La simbología que se utiliza en este diagrama es el siguiente:

	Operación, cambio o transformación al servicio
	Transporte o movilización.
	Almacenamiento: materia prima, productos, entre otros
	Demora en el proceso
	Inspección y control
	Operación combinada, dos operaciones a la vez.

## **DIAGRAMA DE PROCESO DE LOS SERVICIOS DE DISTRACCIÓN**

**Recepción del cliente.** El cliente es recibido por la recepcionista la misma que indica los servicios que presta el centro Turístico.



**Registro del cliente.** En esta etapa la recepcionista en el caso de que el usuario decida quedarse procede a registrarlo para tener un control de todas las personas que están en las instalaciones.

**Orientación e información de los servicios a cargo del guía.** El guía procede a informar y hacer conocer los servicios que presta el centro; esto lo realiza mediante un recorrido con el grupo por todas las instalaciones.

**Selección del servicio.** Una vez terminado el recorrido el guía pregunta al grupo los servicios que han seleccionado ocupar de instalaciones del centro esto con la finalidad de precautelar la seguridad de los visitantes.

**Entrega del Servicio.** Finalmente el guía entrega al visitante el servicio seleccionado verificando que estén acorde a las exigencias del visitante con lo cual se garantiza la calidad del servicio al usuario.

A continuación se detalla el proceso con movimientos y tiempo, como lo muestra el siguiente gráfico.

Gráfico N° 5

**DIAGRAMA DE PROCESO DE LOS SERVICIOS DE DISTRACCIÓN  
PARADOR TURISTICO**

ACTIVIDAD	SIMBOLO						TIEMPO
	○	□	D	⇒	▽	⊖	
Recepción del cliente	○						2 minutos
Registro del cliente	○						5 minutos
Promocionar los servicios			○				3 minutos
Orientación e Información de servicios a cargo de la guía turística				○			15 minutos
Selección del Servicio	○						3 minutos
Entrega de Servicio	○						2 minutos
<b>Total</b>							<b>30 minutos</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Los Autores

**DIAGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO DE BAR-RESTAURANTE**

**Recepción del cliente.** El cliente es recibido por el mesero que da la bienvenida al cliente

**Información de los servicios del bar restaurant.** El mesero que indica los servicios que presta el bar restaurant.

**Entrega del menú.** Realiza la entrega del menú en el cual hace una explicación de la especialidad del bar- restaurant.

**Espera la Decisión.** En la espera de la decisión el mesero se retira para dar tiempo a la decisión del cliente.

**Recibe el pedido.** El mesero recibe el pedido dando aclaraciones acerca de la selección con la finalidad de satisfacer al cliente.

**Espera la preparación.** Es trasladado el pedido a la cocina donde por el tiempo de 15 minutos se realiza la preparación de los alimentos, la razón es por tratarse de platos a la carta.

**Sirve el Pedido.** El mesero sirve el pedido verificando que se encuentre acorde a lo pedido por el cliente.

**Entrega la cuenta.** Se realiza la entrega de la cuenta tomando en consideración que el servicio haya sido del agrado del cliente e indica que el cobro debe hacerse en caja.

**Realiza el cobro.** El cliente debe acercarse a la caja para realizar el pago respectivo y se le entregue el cambio y la factura.

Gráfico N° 6

## DIAGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO DE BAR-RESTAURANTE

ACTIVIDAD	SIMBOLO						TIEMPO
	○	□	◐	⇒	▽	◻	
Recepción del cliente	○						2 minutos
Información de los servicios del bar-restaurant	↓						4 minutos
Entrega del menú	○						1 minuto
Espera la decisión			○				10 minutos
Recibe el pedido	○						2 minutos
Espera preparación			○				15 minutos
Sirve el pedido						○	2 minutos
Entrega la cuenta	○						2 minutos
Realiza el cobro	↓						2 minutos
Total	○						40 minutos

Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Los Autores

### **3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

La organización administrativa comprende la determinación de las características y objetivos del proyecto que exigen dirigir los esfuerzos y administrar eficientemente los recursos disponibles, que comprende la determinación de la base legal, los niveles jerárquicos, los organigramas los manuales de funciones entre otros. El proyecto tiene un amplio alcance en su desarrollo y sus perspectivas, para su manejo requieren de personal capacitado y plenamente identificado con los propósitos y valores empresariales.

#### **3.1. BASE LEGAL**

La empresa debe conformarse como una sociedad de derecho, la misma que tiene responsabilidad limitada; que puede ser integrada de tres a quince socios (Art.95 Ley de Compañías) y estará constituida por escritura pública e inscrita en el registro mercantil, cuya principal actividad será la de prestar los servicios de recreación y diversión en un parador turístico. La empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley de compañías, entre ellos están:

**Acta constitutiva.** Este documento certifica la conformación legal de la empresa, en donde se incluye los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa. Atendiendo a los requerimientos para la constitución de la empresa PARADOR TURISTICO “LAS PIRAMIDES Cía. Ltda.”, estará conformada por tres socios como mínimo, los mismos que se mencionan a continuación: Terán Chichande Tanya Selene CC. 1203049463 y Montesdeoca Ramírez Santos Bladimir con CC. 2100294632 y NN.

**La razón social.** El nombre con el cual la empresa inicia su servicio será PARADOR TURISTICO “LAS PIRAMIDES Cía. Ltda.”, esta empresa se dedicará a prestar servicio recreacional, la cual está conforme estable la ley.

**Domicilio.** La Empresa estará ubicada en la vía La Choza, sector “LAS PIRAMIDES”, de la ciudad de Nueva Loja, en la provincia de Sucumbíos.

**Objeto de la sociedad.** El objeto social determinado de la empresa es prestar servicios de recreación de excelente calidad.

**Capital Social.** El Parador Turístico “LAS PIRÁMIDES Cía. Ltda.”, iniciará sus operaciones con un capital inicial de 80,106.37 dólares americanos;

de los cuales, los socios realizarán un aporte equivalente al 62,55% del capital inicial, es decir, con 25,053.19 dólares americanos, dando un total de 50,106.37, el 37,45% restante se financiará mediante el Banco Pichincha con un total de 30,000.00 dólares americanos. Al momento de la constitución cada socio suscribirá y pagará el valor total de sus aportaciones, valor que se depositará en la cuenta de integración de capital de la empresa en el Banco Pichincha; recibiendo cada socio un certificado de aportación con la indicación de no negociable y conforme al número de aportaciones que le corresponden.

**Constitución de la Empresa.** La constitución de la empresa será por parte de la Intendencia de Compañías así como también su respectiva inscripción en el Registro Mercantil. La compañía se constituirá con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción y publicación con un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación. Los requisitos principales para la constitución de la empresa son:

- Escrito previo solicitando la constitución de la compañía a cargo de un abogado en libre ejercicio profesional.
- Celebración de la escritura pública que se realiza en una escritura pública de la ciudad de Nueva Loja.
- Aprobación de la Superintendencia de Compañías.

- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Registro y permiso de funcionamiento de la Cámara de la Pequeña Industria.
- Obtención de la patente de producción.

**Tiempo de duración de la Empresa.** El parador turístico “Las Pirámides Cía. Ltda.”, tendrá una duración de 10 años, que se contabilizarán a partir de su fecha de funcionamiento en enero del 2012. Tiempo que ha sido estipulado en la escritura pública de constitución.

### **3.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

Para que la empresa funcione adecuadamente tendrá una estructura administrativa mediante la cual se asigne niveles de organización, puestos de trabajo que permitan la correcta utilización de los recursos humanos, económicos, técnicos y financieros encaminados a la consecución de las metas y objetivos planteados por la misma. Para el manejo operacional del parador turístico se ha considerado que tendrá una estructura sencilla pero funcional; estará conformada por los siguientes niveles jerárquicos:



**Nivel legislativo.** Lo conforma La Junta General de Socios quienes son los que establecen las políticas generales de la empresa, socios que son legalmente convocados y reunidos.

**Nivel ejecutivo.** Lo representa el Gerente, quién es el que toma las decisiones generales de ejecución y se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que tiene el Centro Turístico. El Gerente es elegido por el Nivel Legislativo Directivo.

**Nivel asesor.** Está conformado por el Asesor Jurídico en forma temporal, cuya finalidad es orientar a la organización en lo relacionado con los aspectos jurídicos y legales del Parador Turístico.

**Nivel auxiliar o apoyo.** Este nivel auxiliar apoya en las labores ejecutivas, asesoras y operacionales del Parador Turístico. Ayuda a los sectores administrativos a la prestación de servicios con prontitud y eficiencia. Está conformado por la Recepcionista, quién hace las veces de Contadora, con el fin de evitar gastos innecesarios, este departamento tiene bajo su mando al Conserje- Guardián para que a más del cuidado y mantenimiento de las instalaciones ayude en las actividades especialmente de hospedaje de los clientes que visiten el lugar también se encuentra en este nivel.

**Nivel operativo.** Este nivel es el responsable directo de ejecutar todas las actividades básicas de del Parador Turístico; es el ejecutor de las órdenes emanadas por el Gerente. Está integrado por los departamentos de prestación y comercialización de servicios como son: Servicios de Bar-Restaurante, y los Servicios de Recreación y Diversión.

### **3.3. ORGANIGRAMAS**

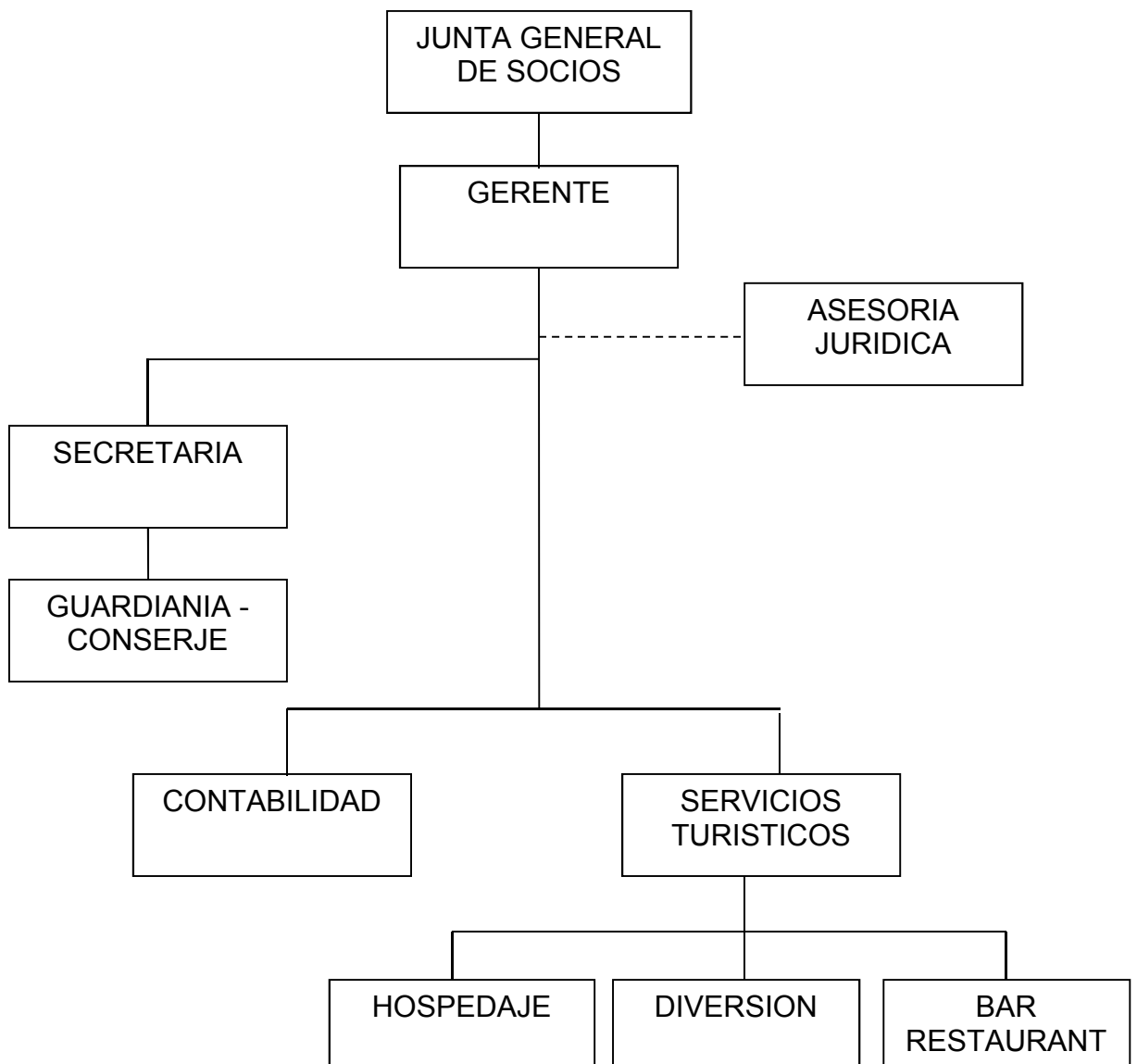
Un organigrama es un gráfico o dicho de otra manera es un conjunto de líneas y símbolos que muestran la estructura organizativa de una empresa. Entre ellos existen:

#### **Organigrama estructural**

El organigrama estructural es una representación gráfica de la conformación administrativa de la empresa que permite conocer de una forma objetiva los puestos operativos y jerarquías dentro de la empresa.

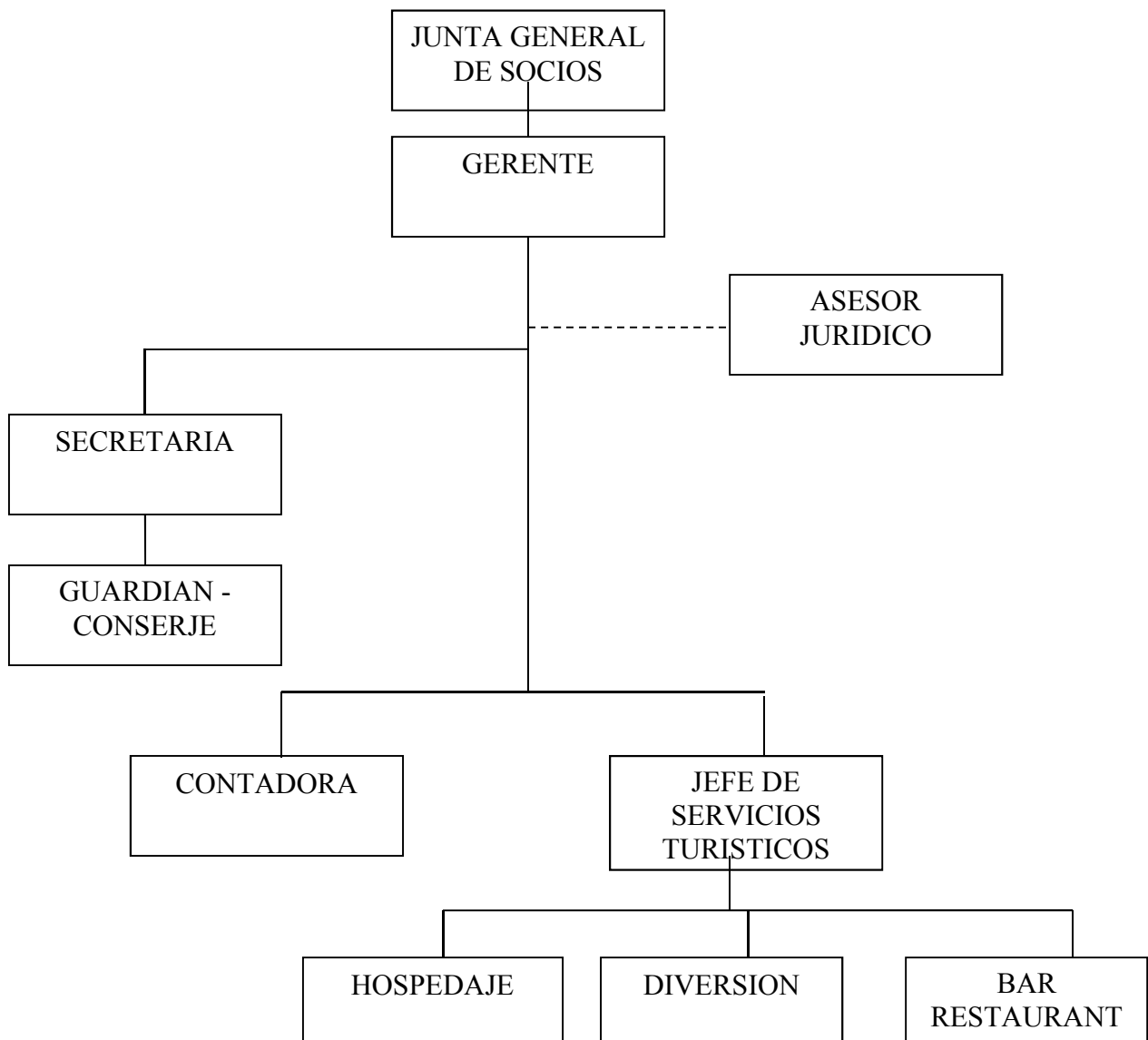
En lo relacionado con nuestra empresa, se ha utilizado un modelo vertical y por tanto la estructura está representada en forma de pirámide, en donde la máxima autoridad o nivel se encuentra en la parte y de la misma forma como descienden los niveles jerárquicos, en idéntico sentido fluirán las ordenes.

**Gráfico N° 7**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**PARADOR TURISTICO "LAS PIRAMIDES" Cia. Ltda.**



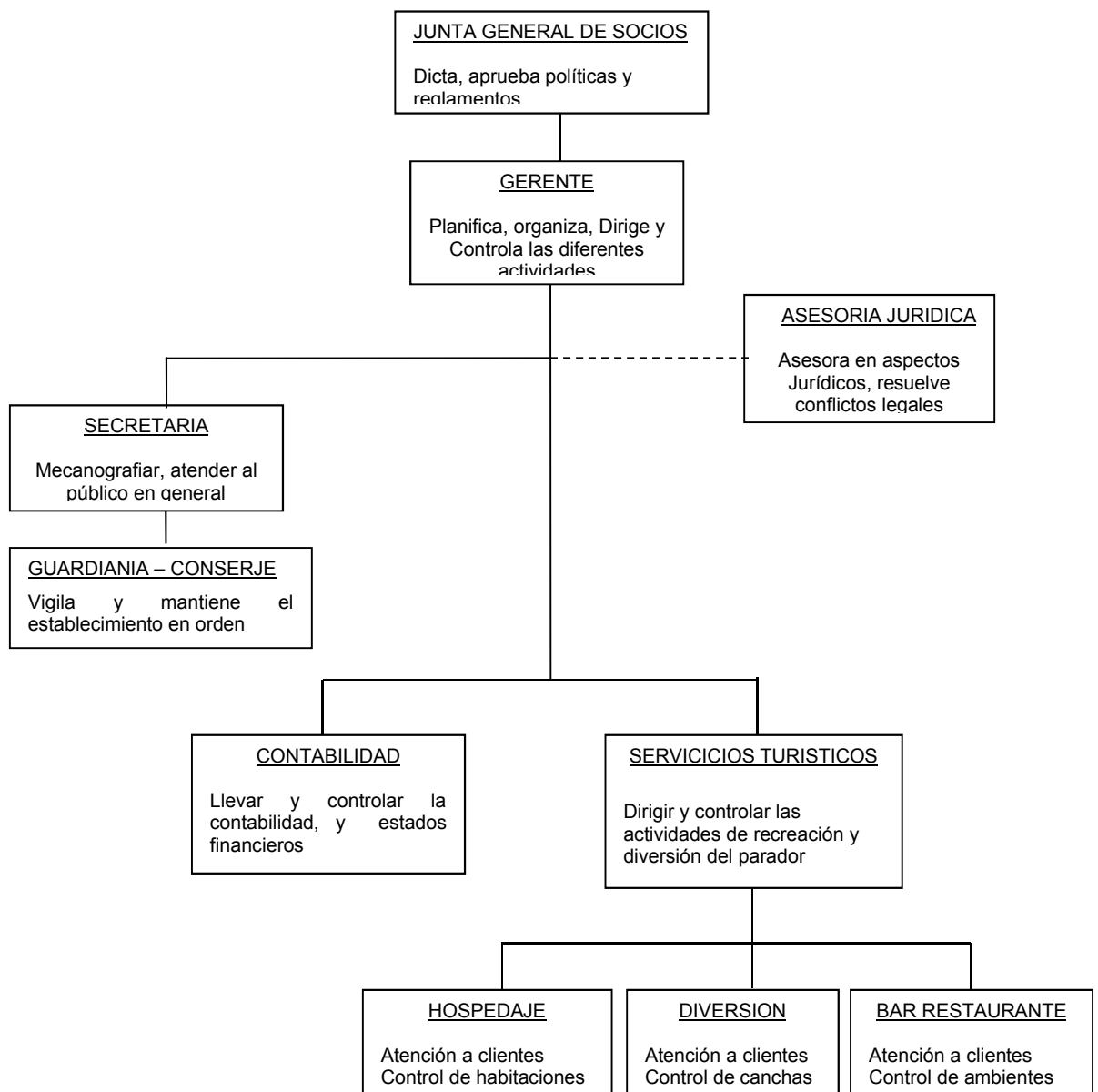
**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico N° 8**  
**ORGANIGRAMA DE POSICION**  
**PARADOR TURISTICO "LAS PIRAMIDES" Cia. Ltda.**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico N° 9**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**PARADOR TURISTICO “LAS PIRAMIDES” Cia. Ltda**



**ELABORACION:** Los autores

### 3.4. MANUAL DE FUNCIONES

Determina las funciones y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos, personal administrativo y trabajadores de la empresa. Así mismo define la línea de autoridad.

El manual de funciones consta de los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna).
- Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo: Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto trabajo.
- Tareas principales: Son las funciones que deben desempeñar normalmente dentro de sus puestos de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.
- Tareas secundarias: Se refiere a aquellas que debe cumplir ocasionalmente en determinado espacio de tiempo y son resultantes de las funciones principales.
- Requisitos: Todas las personas que vayan a trabajar en alguna Empresa deben tener un nivel de educación y contar con experiencia requerida para el puesto que va a ocupar.

## **MANUAL DE FUNCIONES DEL PARADOR TURISTICO**

El manual especifica la información de las funciones que debe cumplir cada uno de los puestos de trabajo según las actividades que se desarrollan a lo interno del Parador Turístico" LAS PIRAMIDES" Cía. Ltda.

### **NIVEL EJECUTIVO**

**CODIGO:** 001

**TITULO DEL PUESTO:** Gerente

**SUBALTERNOS:** Todos los empleados

**NATURALEZA DE TRABAJO:** Programa, Planifica, Organiza, Ejecuta y Controla todas las actividades que la empresa realiza.

### **FUNCIONES**

- Ejecutar el proceso administrativo
- Elaborar programas de trabajo y controlar el cumplimiento del mismo
- Representar a la empresa
- Cumplir con los objetivos que persigue la empresa
- Realizar trámites que el reglamento lo autorice.
- Organizar cursos y Capacitar en forma permanente al personal que conforma la empresa.

**REQUISITOS:**

- Título académico de Ingeniero Comercial o Ingeniería e Turismo.
- Cursos aprobados en relación con Administración Turística.

**APTITUDES**

- Tener excelente presencia
- Agilidad física y mental para resolver asuntos que requiere la empresa. Inteligencia e iniciativa para desempeñar sus funciones.

**RESPONSABILIDAD**

- Velar por el buen funcionamiento de la empresa tanto administrativo como operativo

**EXPERIENCIA**

- Tener 2 años de relacionarse en funciones administrativas

**NIVEL ASESOR.**

**CÓDIGO:** 002

**NOMBRE DEL PUESTO:** ASESOR JURIDICO

**SUPERIOR INMEDIATO:** GERENTE

**NATURALEZA DEL TRABAJO.** Asesorar, defender los intereses y controlar los trámites judiciales de la empresa mediante acciones de carácter jurídico, por lo general son de tipo eventual.

**FUNCIONES.**

- Hacer cumplir los estatutos, los reglamentos y las resoluciones de la Asamblea General de Socios



- Representar conjuntamente con el Gerente la parte judicial y extrajudicial de la empresa
- Elaborar contratos, cartas, compromisos, convenios, poderes, pagares y otros documentos legales relacionados con la actividad turística.
- Redactar contratos, convenios cartas, compromisos, poderes, pagares y otros documentos legales.
- Informar sobre la Ley, decretos y más disposiciones que resulten de aplicación e interés para el negocio.

#### **CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Cumplir y hacer cumplir leyes, estatutos y reglamentos de la empresa
- Saber medir los riesgos que pueden afectar jurídicamente a la
- Empresa.
- Ser puntual a la hora de tomar decisiones jurídicas.

#### **REQUISITOS**

- Título de Abogado

#### **APTITUDES**

- Habilidad e inteligencia para el manejo de trámites legales y judiciales.

#### **RESPONSABILIDAD**

- Asesor e Informar de asuntos de carácter jurídico relacionados con la empresa

#### **EXPERIENCIA**

- 2 años

**NIVEL AUXILIAR.****CODIGO: 003****NOMBRE DEL PUESTO:** Secretaria**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente**SUBALTERNOS:** Conserje- Guardián

**NATURALEZA DEL PUESTO.** Llevar el manejo e información confidencial de la empresa, el control financiero y económico y cubrir las actividades relacionadas con el público.

**FUNCIONES**

- Atender al público
- Redactar y mecanografiar la correspondencia
- Organizar las juntas generales de socios
- Tomar encuentra las normas y disposiciones de la empresa...
- Llevar y controlar los archivos de los diferentes documentos, redactar oficios, y otros documentos que la empresa requiera.
- Informar y Atender a turistas que requieren de los servicios que ofrece el Centro Turístico.
- Coordinar con el conserje para el cuidado y mantenimiento del local.
- Conservar las mejores relaciones personales tanto dentro como fuera del lugar.

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Tener iniciativa y conocimiento de contabilidad.
- Ser una persona eficiente, honrada y responsable en el cumplimiento de sus funciones.

**REQUISITOS.**

- Título de Secretariado Ejecutivo o Licenciada en Contabilidad y Auditoría.

**APTITUDES**

- Tener agilidad mental para cuentas
- Habilidad para relacionarse con el público
- Buenos modales

**RESPONSABILIDAD**

- Mantener cuidado minucioso y permanente de toda la documentación correspondiente a la empresa.

**EXPERIENCIA**

- Haber laborado en funciones similares por dos años.

**CODIGO: 004**

**NOMBRE DEL PUESTO:** Conserje- Guardián

**SUPERIOR INMEDIATO:** Secretaria

**NATURALEZA DEL PUESTO:** Labores de conserjería, custodia de la empresa y labores de recepción de clientes que lleguen a la empresa.

**FUNCIONES BASICAS.**

- Prestar la mejor atención al turista que visita dicho centro
- Cuidar de la limpieza diaria de los locales y ambientes del Centro Turístico.
- Conservar los bienes que posee la empresa, su uso y devolución
- Cuidar y dar cuenta de las necesidades materiales que requiere la empresa
- Coordinar con la secretaria, para que las funciones se cumplan con eficacia y eficiencia.

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Ser ágil, responsable y demostrar interés en realizar la labor que desempeña.
- Ser pro-activo, amable y buen trato para los clientes

**REQUISITOS**

- Tener la primaria por lo menos
- No experiencia
- Presentar cartas de Recomendación.

**NIVEL OPERATIVO.****CÓDIGO. 005****TITULO DEL PUESTO. Contador (a).****SUPERIOR INMEDIATO. Junta de Socios y Gerente.**

**NATURALEZA DEL TRABAJO.** Planificación, supervisión, coordinación, y control de actividades contables de la cooperativa, trabajo que debe realizar con el mínimo de errores en el desempeño de sus labores. Es responsable de la custodia permanente de documentos confidenciales y de los procedimientos contables.

**FUNCIONES BÁSICAS.**

- Programar, planificar, organizar, coordinar, y controlar labores de la cooperativa
- Dar asesoramiento en materia financiera y contable.
- Llevar la contabilidad general de la cooperativa, con los registros contables principales y auxiliares de acuerdo con el plan de cuentas establecidas en la cooperativa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Realizar los balances generales y estados financieros para remitir al gerente y los consejos de administración y vigilancia.
- Preparar informes mensuales con el debido establecimiento de saldos a la fecha de cada una transacciones que dispone la cooperativa.
- Llevar registros de mayores auxiliares y de mayor general.
- Elaborar libro de bancos, y establecer saldos diarios.
- Preparar cheques y órdenes de pago.

- Registrar operaciones diarias en sus respectivos libros tales como: gastos generales, cuentas bancarias, cuentas por pagar, cuentas por cobrar.
- Controlar los ingresos y egresos.
- Realizar arqueos de caja chica y conciliaciones bancarias.
- Llevar y mantener actualizados los registros de la documentación contable.
- Las demás funciones que le asigne el presidente como el gerente.

#### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO.**

- Se caracteriza por tener una gran responsabilidad para la elaboración de estados financieros
- Tener responsabilidad en normas y procedimientos contables que lleva la cooperativa.
- Llevar registros contables y otras actividades de su campo dentro de la institución.

#### **REQUISITOS MÍNIMOS.**

- Título de Doctor o Licenciado en contabilidad y auditoría.
- Ser afiliado al colegio de contadores públicos (C. P. A.).
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares.
- Manejo de programas contables.

**CODIGO: 006**

**NOMBRE DEL PUESTO:** Chef

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente y Secretaria

**NATURALEZA DEL PUESTO:** Planificar y Administrar actividades culinarias y de servicio de restaurante que la empresa necesita.

### **FUNCIONES**

- Determinar las necesidades diarias para la preparación de alimentos.
- Realizar la variedad de menús que requiere a la dietética de los usuarios.
- Coordinar con la Secretaria para la preparación de banquetes o el servicio de comida, cuando de eventos se trate.
- Cuidar la higiene, conservación y presentación del local donde realiza las actividades diarias.

### **CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Ser una persona creativa, responsable, poseer ética.
- y saber tomar decisiones en su campo de acción.

### **REQUISITOS**

- Titulo de Chef

### **APTITUD**

- Ser creativo, responsable ,poseer habilidad para planificar las actividades diarias en la preparación de alimentos

**RESPONSABILIDAD**

- Ser oportuno y cumplir con lo planificado diariamente

**EXPERIENCIA**

Tener experiencia de 3 años en el área de cocina.

**CODIGO: 007**

**NOMBRE DEL PUESTO:** Mesero(a) s

**SUPERIO INMEDIATO:** Chef

**NATURALEZA DEL PUESTO:** Realizar labores de los servicios de etiqueta que demanda el servicio de Bar-restaurant.

**FUNCIONES BASICAS.**

- Realizar la limpieza y arreglo de restauran
- Disponer y ordenar el mobiliario de restauran
- Coordinar con el Chef y ayudante de cocina para la disposición de alimentos y/o bebidas.
- Atender en el Bar, preparar bebidas y controlar el stock del mismo.

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Ser responsable, poseer ética y carisma de trabajo.
- Ser creativo, oportuno y sobre todo amable.

**REQUERIMIENTOS**

- Título de bachiller en gastronomía.
- Tener experiencia de 2 años actividades similares.



**CODIGO: 009**

**NOMBRE DEL PUESTO:** Guía de turismo

**SUPERIO INMEDIATO:** Gerente y Secretaria

**NATURALEZA DEL PUESTO:** Acompañar al turista o grupos al organizar recorridos y asesorar, y orientar al turista.

**FUNCIONES BASICAS.**

- Recibir y trasladar al turista.
- Conducción de grupos.
- Conducción de animación sociocultural.
- Asistir a grupos y/o clientes individuales.
- Dar información respetuosa, veraz y oportuna.
- Solucionar imprevistos.

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO.**

- Ser responsable, poseer ética y carisma de trabajo.
- Ser creativo, oportuno y sobre todo amable.

**REQUERIMIENTOS**

- Título de bachiller o egresado en turismo
- Tener experiencia de 2 años actividades similares.

#### **4. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero de los proyectos de inversión tiene por objeto determinar de una manera contable, la magnitud de inversión de la alternativa de producción que se determinó en el estudio técnico.

El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto.

Con la realización del vigente estudio financiero se podrá en el futuro tomar decisiones acertadas en lo que respecta a la proyección del movimiento del efectivo en las áreas operativas, de inversión y de financiamiento, es decir, se determinará si existe el uso racional de los ingresos y desembolsos del efectivo; corregir las deficiencias encontradas que originaron un desfase entre lo planeado y lo realmente realizado, se estaría evaluando el potencial de flujo del efectivo neto en el presente y con proyección al futuro; así se podrán prever nuevas inversiones, mantener o cambiar las políticas de comercialización, tomar medidas para disminuir gastos etc.

#### **.4.1. ACTIVOS**

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de trabajo.

##### **4.1.1. INVERSIONES FIJAS O ACTIVOS**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, excepto del terreno y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos:

Para el proyecto que se está estudiando, se incluirá como activos fijos los rubros de: Terreno, Construcciones, Maquinaria y Equipo, Muebles y Equipo de Oficina, que son necesarios para la ejecución del proyecto.

**Terreno.** Es el espacio donde se ubicará las instalaciones, el que tendrá un lugar estratégico de fácil acceso y contará con todos los servicios básicos, será lo suficientemente amplio, con el propósito que en el futuro se, pueda ampliar el Centro Turístico. El valor del terreno por metro cuadrado en el sector es de \$ 12.50, dándonos el valor de una hectárea de 5.000 dólares la hectárea

**Cuadro N° 27**  
**PRESUPUESTO TERRENO**

Denominación	Hectáreas	Precio /Hectárea	Total
Terreno	2	5,000.00	10,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>10,000.00</b>

FUENTE: Departamento de catastros del Municipio de Lago Agrio

ELABORACIÓN: Los Autores

Según la distribución de la planta, el centro turístico requiere poner en marcha sus actividades requiere 2 hectáreas de acuerdo al Departamento de Avalúos y Catastros del Ilustre Municipio de Lago Agrio.

**Edificaciones.** Para la construcción de la disco bar, las piscinas y las canchas deportivas y otros juegos de estructuras de hormigón, hemos procedido para hacer cotizaciones de la construcción por metro cuadro por diferentes maestros en albañilería.

**Cuadro N° 28**  
**PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN**

Denominación	M <sup>2</sup> .	Valor Unitario	Total
Área de servicio disco bar	96	150	14,400.00
Tobogán	10	120	1,200.00
piscinas	168	120	20,160.00
pozo de agua	8	10	80.00
Tubos para el pozo	8	20	160.00
Cancha de futbol y vóley	260	8	2,080.00
Cancha de básquet	100	20	2,000.00
Juego de montar	1	1000	1,000.00
Conexión de agua	200	24	4,800.00
Conexión eléctrica	300	10	3,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>1151</b>		<b>48,880.00</b>

FUENTE: Departamento de catastros del Municipio de Lago Agrio

ELABORACIÓN: Los autores

**Maquinaria y Equipo.**- esta dado por la maquinas y equipos a utilizarse dentro de la empresa para la prestación del servicio y el precio del equipo se obtuvo mediante proformas e investigaciones en empresas locales.

**Cuadro N° 29**

**PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Refrigeradora 2 Puertas	2	600.00	1,200.00
Congeladores	2	700.00	1,400.00
Equipo de limpieza	1	300.00	300.00
Bomba de agua	2	150.00	300.00
Disco Móvil	1	2,700.00	2,700.00
Mesas de madera	25	30.00	750.00
Mesas de plástico	25	20.00	500.00
Sillas plásticas	150	3.00	450.00
Taburetes	10	12.00	120.00
Perchas de madera	2	120.00	240.00
<b>Total</b>			<b>7,720.00</b>

**FUENTE:** Almacenes de electrodomésticos

**ELABORACIÓN:** Los autores

**Herramientas** son los implementos que se emplearan en el proceso de mantenimiento del ornato y de maquinaria del centro turístico.

**Cuadro N° 30**

**PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Equipo básico de jardinería	1	30	30
Equipo básico de electricidad	1	70	70
<b>Total</b>			<b>100</b>

**FUENTE:** Almacén

**ELABORACIÓN:** Los autores

**Muebles y Equipo de Oficina.-** Se refiere a los muebles y equipo de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

**Cuadro N° 31**

**PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Escritorio	2	350	700
Sillones giratorios	2	100	200
<b>Total</b>			<b>900.00</b>

FUENTE: mueblería  
ELABORACIÓN: los autores

**Cuadro N° 32**

**PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Línea telefónica	1	200.00	200.00
Teléfono	1	25.00	25.00
Ventiladores	2	12.00	24.00
Calculadora	1	20.00	20.00
Fax	1	150.00	150.00
Televisores Pantalla gigante	1	2,000.00	2,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>2,419.00</b>

FUENTE: Almacén  
ELASBORACIÓN: los autores

**Cuadro N° 33**

**PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE COMPUTACION**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Computadora completa	2	1,000.00	2,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>2,000.00</b>

FUENTE: Senjitrán  
ELABORACIÓN: los autores

**Imprevistos.-** Todo presupuesto por más que haya sido cuidadosamente elaborado, tendrá siempre un margen de error por causa 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 de la suma de inversiones fijas y que varían de acuerdo a la experiencia que se tenga en los cálculos del proyecto y al grado de confianza que merezca las estimaciones de inversiones fijas.

**Depreciaciones.** Normalmente, cargos contra beneficios para cancelar el coste de un activo menos el valor residual a lo largo de su vida útil estimada. Es un mero asiento contable y no representa ninguna salida líquida de caja ni se destinan a este propósito fondos. Disminución del valor de una propiedad.

## Cuadro N° 34

## DEPRECIACIONES DE CONSTRUCCION

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	5%		\$ 48.880
1	\$ 2.321,80	\$ 2.322	\$ 46.558
2	\$ 2.321,80	\$ 4.644	\$ 44.236
3	\$ 2.321,80	\$ 6.965	\$ 41.915
4	\$ 2.321,80	\$ 9.287	\$ 39.593
5	\$ 2.321,80	\$ 11.609	\$ 37.271
6	\$ 2.321,80	\$ 13.931	\$ 34.949
7	\$ 2.321,80	\$ 16.253	\$ 32.627
8	\$ 2.321,80	\$ 18.574	\$ 30.306
9	\$ 2.321,80	\$ 20.896	\$ 27.984
10	\$ 2.321,80	\$ 23.218	\$ 25.662
11	\$ 2.321,80	\$ 25.540	\$ 23.340
12	\$ 2.321,80	\$ 27.862	\$ 21.018
13	\$ 2.321,80	\$ 30.183	\$ 18.697
14	\$ 2.321,80	\$ 32.505	\$ 16.375
15	\$ 2.321,80	\$ 34.827	\$ 14.053
16	\$ 2.321,80	\$ 37.149	\$ 11.731
17	\$ 2.321,80	\$ 39.471	\$ 9.409
18	\$ 2.321,80	\$ 41.792	\$ 7.088
19	\$ 2.321,80	\$ 44.114	\$ 4.766
20	\$ 2.321,80	\$ 46.436	\$ 2.444

Fuente: cuadro 23

Elaboración: Los Autores



Cuadro N° 35

## DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	10%		\$ 7.720,00
1	\$ 694,80	\$ 694,80	\$ 7.025,20
2	\$ 694,80	\$ 1.389,60	\$ 6.330,40
3	\$ 694,80	\$ 2.084,40	\$ 5.635,60
4	\$ 694,80	\$ 2.779,20	\$ 4.940,80
5	\$ 694,80	\$ 3.474,00	\$ 4.246,00
6	\$ 694,80	\$ 4.168,80	\$ 3.551,20
7	\$ 694,80	\$ 4.863,60	\$ 2.856,40
8	\$ 694,80	\$ 5.558,40	\$ 2.161,60
9	\$ 694,80	\$ 6.253,20	\$ 1.466,80
10	\$ 694,80	\$ 6.948,00	\$ 772,00

Fuente: cuadro 24

Elaboración: Los Autores

Cuadro N° 36

## DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	20%		\$ 100,00
1	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 84,00
2	\$ 16,00	\$ 32,00	\$ 68,00
3	\$ 16,00	\$ 48,00	\$ 52,00
4	\$ 16,00	\$ 64,00	\$ 36,00
5	\$ 16,00	\$ 80,00	\$ 20,00

Fuente: cuadro 25

Elaboración: Los Autores

**Cuadro N° 37**  
**DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES**

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	10%		\$ 900,00
1	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 819,00
2	\$ 81,00	\$ 162,00	\$ 738,00
3	\$ 81,00	\$ 243,00	\$ 657,00
4	\$ 81,00	\$ 324,00	\$ 576,00
5	\$ 81,00	\$ 405,00	\$ 495,00
6	\$ 81,00	\$ 486,00	\$ 414,00
7	\$ 81,00	\$ 567,00	\$ 333,00
8	\$ 81,00	\$ 648,00	\$ 252,00
9	\$ 81,00	\$ 729,00	\$ 171,00
10	\$ 81,00	\$ 810,00	\$ 90,00

Fuente: cuadro 26  
Elaboración: Los Autores

**Cuadro N° 38**  
**DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA**

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	10%		\$ 2.219,00
1	\$ 199,71	\$ 199,71	\$ 2.019,29
2	\$ 199,71	\$ 399,42	\$ 1.819,58
3	\$ 199,71	\$ 599,13	\$ 1.619,87
4	\$ 199,71	\$ 798,84	\$ 1.420,16
5	\$ 199,71	\$ 998,55	\$ 1.220,45
6	\$ 199,71	\$ 1.198,26	\$ 1.020,74
7	\$ 199,71	\$ 1.397,97	\$ 821,03
8	\$ 199,71	\$ 1.597,68	\$ 621,32
9	\$ 199,71	\$ 1.797,39	\$ 421,61
10	\$ 199,71	\$ 1.997,10	\$ 221,90

Fuente: cuadro 27  
Elaboración: Los Autores

## Cuadro N° 39

## DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

PERIODO AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	33%		\$ 2.000,00
1	\$ 446,67	\$ 446,67	\$ 1.553,33
2	\$ 446,67	\$ 893,33	\$ 1.106,67
3	\$ 446,67	\$ 1.340,00	\$ 660,00

Fuente: cuadro 28  
Elaboración: Los Autores

**Resumen de las inversiones fijas.** El compendio de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

## Cuadro N° 40

## INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Detalle	Costo Total
Terreno	10,000.00
Construcción	48,880.00
Maquinaria y Equipo	7,720.00
Herramientas	100.00
Muebles y Enseres	900.00
Equipo de oficina	23.00
Equipo de computación	2,200.00
Sub Total	69,823.00
Imprevistos 3%	2,094.69
<b>Total</b>	<b>71,917.69</b>

Fuente: Cuadros 22, 23, 24, 25, 26, 27,28.  
Elaboración: Los Autores

#### 4.1.2. ACTIVO DIFERIDO

En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo, por lo tanto el valor de este registro se distribuye así:

**Cuadro N° 41**

#### **INVERSIONES ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
Gasto de factibilidad	250.00
Gasto Organizativos	300.00
Estudios Legales	150.00
Permiso de funcionamiento	50.00
Sub Total	750.00
Imprevistos 3%	22.50
<b>Total</b>	<b>\$ 772.50</b>

**Fuente:** investigación en las instituciones de la Ciudad de Nueva Loja

**Elaboración:** Los Autores

#### 4.1.3. ACTIVO CIRCULANTE

Este activo está compuesto por valores necesarios para la operación normal del proyecto como son materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra etc.; esto es durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación:

## Cuadro N° 42

## INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

Detalle	Anexos	Costo Total al año	Costo Total al mes
Materia prima Directa	3	25,188.00	2,099.00
Materiales Indirectos	5	1,257.60	104.80
Servicios básicos de administración	9	1,812.00	151.00
Útiles de aseo	14	23.00	1.92
Suministros de oficina	16	57.80	4.82
Propaganda	18	840.00	70.00
Sub Total		29,178.40	2,431.53
Imprevistos 5%		1,458.92	2,553.11
<b>Total</b>		<b>30,637.32</b>	<b>7,416.18</b>

Fuente: Anexos 3, 5, 9, 14, 16,18.

Elaboración: Los Autores

## Resumen de la inversión total prevista

## Cuadro N° 43

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

TOTAL DE INVERSIÓN	
Activos	Valor
Activos Fijos	71,917.69
Activos Diferidos	772.50
Activos Circulantes	7,416.18
<b>TOTAL</b>	<b>80,106.37</b>

Fuente: Cuadros 29, 30, 31.

Elaboración: Los Autores

## **.4.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

El financiamiento del proyecto constituye una parte muy importante, por lo mismo debe ser expuesto en forma completamente clara. Es conveniente que se explique la manera como van originarse los recursos para cada uno de los rubros de las inversiones, si se va a financiar con recursos propios, crédito a entidades de financiamiento, etc.

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

**Cuadro N° 44**

### **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
PRESTAMO	30.000,00	37,45
APORTACION 2 SOCIOS	50.106,37	62,55
<b>TOTAL</b>	<b>80.106,37</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Cuadro 32

**Elaboración:** Los Autores

#### **4.2.1. Fuentes internas**

El 62.55% del total de la inversión que corresponde a \$ 50.106,37 dólares será financiado con aportaciones de los socios o capital propio del proyecto de inversión.

### Cuadro N° 45

#### PARTICIPACION SOCIAL

Socios	% de participación	Valor
Terán Chichande Tanya Selene	31,27%	25.053,19
Montesdeoca Ramírez Santos Bladimir	31,27%	25.053,19
Total de la inversión	62,54%	50.106,38

**Fuente:** Acta constitutiva de la empresa  
**Elaboración:** Los Autores

#### 4.2.2. FUENTES EXTERNAS

Para realizar este proyecto se hace necesario requerir un préstamo; es decir, fuentes externas de financiamiento por lo que se decidió trabajar con el Banco del Pichincha con su línea de crédito especial, el mismo que tendrá un monto de \$ 30,000.00 a un plazo de 10 años con un interés anual del 11,5% que servirá para financiar la construcción de la hostería.

### Cuadro N° 46

#### ENTIDAD FINANCIERA

Entidad Financiera	% de Financiamiento	Valor
Banco de Pichincha	11,5	30.000

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaboración:** Los Autores

**Amortización del crédito.** Sistema de liquidar una obligación futura de forma paulatina, es la reducción gradual de una deuda a través de pagos

periódicos iguales con cuantía suficiente para pagar los intereses corrientes y liquidar la deuda a su vencimiento. Cuando la deuda tiene su origen en activo real, los pagos periódicos a menudo incluyen una cantidad suficiente para pagar los impuestos y el seguro sobre la propiedad.

Cuadro N° 47

## TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

CAPITAL	30.000,00	PAGO SEMESTRAL		2
INTERES	11,5%			
TIEMPO	10 Años		CUOTAS	20 pagos
TRIMESTRE	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL. RED
0				30.000,00
1	1.500,00	1.725,00	3.225,00	28.500,00
2	1.500,00	1.638,75	3.138,75	27.000,00
3	1.500,00	1.552,50	3.052,50	25.500,00
4	1.500,00	1.466,25	2.966,25	24.000,00
5	1.500,00	1.380,00	2.880,00	22.500,00
6	1.500,00	1.293,75	2.793,75	21.000,00
7	1.500,00	1.207,50	2.707,50	19.500,00
8	1.500,00	1.121,25	2.621,25	18.000,00
9	1.500,00	1.035,00	2.535,00	16.500,00
10	1.500,00	948,75	2.448,75	15.000,00
11	1.500,00	862,50	2.362,50	13.500,00
12	1.500,00	776,25	2.276,25	12.000,00
13	1.500,00	690,00	2.190,00	10.500,00
14	1.500,00	603,75	2.103,75	9.000,00
15	1.500,00	517,50	2.017,50	7.500,00
16	1.500,00	431,25	1.931,25	6.000,00
17	1.500,00	345,00	1.845,00	4.500,00
18	1.500,00	258,75	1.758,75	3.000,00
19	1.500,00	172,50	1.672,50	1.500,00
20	1.500,00	86,25	1.586,25	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>30.000,00</b>	<b>18.112,50</b>	<b>48.112,50</b>	

FUENTE: Oficial de Crédito Banco del Pichincha

ELABORACIÓN: Los Autores



### **4.3. PRESUPUESTOS DE COSTOS Y DE INGRESOS**

#### **4.3.1. PRESUPUESTO DE COSTOS**

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental del propio estudio técnico puesto que el estudio permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operaciones en nuestra empresa.

La estructura de costos está constituido por:

- Costos del servicio
- Gastos financieros
- Gastos de ventas
- Gastos de financiamiento

**Cuadro N° 48**  
**PRESUPUESTO DE OPERACIÓN**

PERIODOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>COSTOS DEL SERVICIO</b>										
Materia Prima Directa	25,188.00	26,447.40	27,769.77	29,158.26	30,616.17	32,146.98	33,754.33	35,442.05	37,214.15	39,074.86
Materiales Indirectos	1,257.60	1,295.33	1,334.19	1,374.21	1,415.44	1,457.90	1,501.64	1,546.69	1,593.09	1,640.88
Mano de Obra Directa	10,865.86	11,191.83	11,527.59	11,873.42	12,229.62	12,596.51	12,974.40	13,363.64	13,764.55	14,177.48
<b>Total costo del servicio</b>	<b>37,311.46</b>	<b>38,934.56</b>	<b>40,631.55</b>	<b>42,405.89</b>	<b>44,261.23</b>	<b>46,201.39</b>	<b>48,230.37</b>	<b>50,352.37</b>	<b>52,571.78</b>	<b>54,893.22</b>
<b>Costo de proceso del servicio</b>										
Depreciac. de construcción	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20	4,399.20
Depreciac. Maquinaria y Equipo	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8	694.8
Depreciación de Herramientas	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Mantenimiento	888.97	933.42	980.09	1,029.09	1,080.55	1,134.58	1,191.30	1,250.87	1,313.41	1,379.08
Amortizac. Activos Diferidos	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25	77.25
Imprevistos 2%	121.38	122.27	123.21	124.19	125.22	126.3	127.43	128.62	129.87	131.19
<b>Total costo proceso servicio</b>	<b>6,190.60</b>	<b>6,235.94</b>	<b>6,283.55</b>	<b>6,333.53</b>	<b>6,386.01</b>	<b>6,441.12</b>	<b>6,498.99</b>	<b>6,559.74</b>	<b>6,623.54</b>	<b>6,690.52</b>
<b>GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos y salarios	19,455.61	20,039.28	20,640.46	21,259.67	21,897.46	22,554.39	23,231.02	23,927.95	24,645.79	25,385.16
Servic. Básicos de Administrac	1,812.00	1,866.36	1,922.35	1,980.02	2,039.42	2,100.60	2,163.62	2,228.53	2,295.39	2,364.25
Depreciac. de Muebles y Enser	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
Depreciac. de equipo de Oficina	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71	217.71
Depreciac. Equipo de Computac	320	320	320	320	320	352	352	352	352	352
Útiles de Oficina	23	23.69	24.4	25.13	25.89	26.66	27.46	28.29	29.14	30.01
Suministros de Oficina	57.8	59.53	61.32	63.16	65.05	67.01	69.02	71.09	73.22	75.42
Imprevistos 2%	439.34	452.15	465.34	478.93	492.93	507.99	522.84	538.13	553.88	570.11
<b>Total Gasto Administrativo</b>	<b>22,406.46</b>	<b>23,059.73</b>	<b>23,732.58</b>	<b>24,425.63</b>	<b>25,139.47</b>	<b>25,907.36</b>	<b>26,664.67</b>	<b>27,444.69</b>	<b>28,248.12</b>	<b>29,075.66</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Propaganda	840	865.2	891.16	917.89	945.43	973.79	1,003.00	1,033.09	1,064.09	1,096.01
Imprevisto 2%	16.8	17.3	17.82	18.36	18.91	19.48	20.06	20.66	21.28	21.92
<b>Total Gasto de Ventas</b>	<b>856.8</b>	<b>882.5</b>	<b>908.98</b>	<b>936.25</b>	<b>964.34</b>	<b>993.27</b>	<b>1,023.06</b>	<b>1,053.76</b>	<b>1,085.37</b>	<b>1,117.93</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés del Préstamo	3,363.75	3,018.75	2,673.75	2,328.75	1,983.75	1,638.75	1,293.75	948.75	603.75	258.75
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>3,363.75</b>	<b>3,018.75</b>	<b>2,673.75</b>	<b>2,328.75</b>	<b>1,983.75</b>	<b>1,638.75</b>	<b>1,293.75</b>	<b>948.75</b>	<b>603.75</b>	<b>258.75</b>
<b>COSTO DE TOTAL</b>	<b>70,129.08</b>	<b>72,131.48</b>	<b>74,230.41</b>	<b>76,430.05</b>	<b>78,734.80</b>	<b>81,181.89</b>	<b>83,710.84</b>	<b>86,359.31</b>	<b>89,132.56</b>	<b>92,036.08</b>

**Fuente:** Presupuestos anuales que constan en anexos

**Elaboración:** Los Autores

## Presupuesto de ingresos

Uno de los objetivos de la contabilidad de costos es la determinación de los costos unitarios de producción, la misma que nos permite conocer el costo unitario de la visita por los servicios que presta el Centro Turístico.

**Cuadro N° 49**

### PRESUPUESTO DE INGRESOS

<b>Año</b>	<b>Visitas.</b>	<b>Unitario</b>	<b>Utilidad %</b>	<b>Precio venta</b>	<b>Ingresos</b>
2012	34068	2,06	0,20	2,47	84154,89
2013	34068	2,12	0,20	2,54	86557,78
2014	34068	2,18	0,20	2,61	89076,49
2015	36072	2,12	0,25	2,65	95537,56
2016	36072	2,18	0,25	2,73	98418,50
2017	36072	2,25	0,25	2,81	101477,36
2018	38076	2,20	0,29	2,84	107986,98
2019	38076	2,27	0,29	2,93	111403,51
2020	38076	2,34	0,29	3,00	114228,00
2021	40080	2,30	0,30	3,00	120240,00

Fuente: Cuadro 25  
Elaboración: Los Autores

Para el presente proyecto se ha tomado en consideración un costo promedio del servicio por persona de \$ 2.50 dólares por los 3 primeros años, aumentando gradualmente durante los 10 años vida útil del proyecto,

## **Estado de Pérdidas y Ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados es un Documento Contable que muestra los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permiten conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

### ➤ **Ingresos:**

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

➤ **Egresos:**

Está conformado por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Procesos de Operación, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

**Cuadro N° 50**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DETALLE	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>		84.154,89	86.557,78	89.076,49	95.537,56	98.418,50	101.477,36	107.986,98	111.403,51	114.228,00	120.240,00
<b>EGRESOS</b>											
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>											
Materia prima y materiales directos	26.445,60	26.445,60	27.742,73	29.103,96	30.532,47	32.031,61	33.604,88	35.255,97	36.988,74	38.807,24	40.715,74
Mano de obra directa	10.865,66	10.865,66	11.191,83	11.527,59	11.873,42	12.229,62	12.596,51	12.974,40	13.363,64	13.764,55	14.177,48
Gastos de fabricación	6.190,60	6.190,60	6.235,94	6.283,55	6.333,53	6.386,01	6.441,12	6.498,99	6.559,74	6.623,54	6.690,52
<b>TOTAL EGRESOS</b>		37.311,26	38.934,56	40.631,55	42.405,89	44.261,23	46.201,39	48.230,37	50.352,38	52.571,79	54.893,22
,= Utilidad bruta en ventas		46.843,63	47.623,22	48.444,94	53.131,67	54.157,27	55.275,97	59.756,61	61.051,13	61.656,21	65.346,78
, - Gastos de ventas		856,80	882,50	908,88	936,25	964,34	993,27	1.023,66	1.053,76	1.085,37	1.117,93
,= Utilidad neta en ventas		45.986,83	46.740,72	47.536,06	52.195,42	53.192,93	54.282,70	58.732,95	59.997,37	60.570,84	64.228,85
, - Gastos de administración		22.406,46	23.059,73	23.732,58	24.425,63	25.139,47	25.907,36	26.664,67	27.444,69	28.248,12	29.075,66
,= Utilidad de operación		23.580,37	23.680,99	23.803,48	27.769,79	28.053,46	28.375,34	32.068,28	32.552,68	32.322,72	35.153,19
, - Reparto de utilidades (15%)		3.537,06	3.552,15	3.570,52	4.165,47	4.208,02	4.256,30	4.810,24	4.882,90	4.848,41	5.272,98
,= Utilidad neta antes de impuestos		20.043,31	20.128,84	20.232,96	23.604,32	23.845,44	24.119,04	27.258,04	27.669,78	27.474,31	29.880,21
, - Impuestos a la utilidad (25%)		5.010,83	5.032,21	5.058,24	5.901,08	5.961,36	6.029,76	6.814,51	6.917,44	6.868,58	7.470,05
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>15.032,49</b>	<b>15.096,63</b>	<b>15.174,72</b>	<b>17.703,24</b>	<b>17.884,08</b>	<b>18.089,28</b>	<b>20.443,53</b>	<b>20.752,33</b>	<b>20.605,73</b>	<b>22.410,16</b>

Fuente: Cuadro 43

Elaboración: Los Autores

**Cuadro N° 51**  
**DISTRIBUCIÓN DE COSTOS**

PERÍODOS COSTOS	AÑO 2012		AÑO 2016		AÑO 2021	
	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Variable
<b>Costos Primo</b>						
Materia Prima Directa		25,188.00		30,616.17		39,074.86
Materiales Indirectos		1,257.60		1,415.44		1,640.88
Mano de Obra Directa		10,865.86		12,229.62		14,177.48
<b>Total Costo Primo</b>		<b>37,311.46</b>		<b>44,261.23</b>		<b>54,893.22</b>
<b>Costo Proceso Producción</b>						
Depreciación de construcción	4,399.20		4,399.20		4,399.20	
Depreciación Maquinaria y Equipo	694.8		694.8		694.8	
Depreciación de Herramientas	9		9		9	
Mantenimiento		888.97		1,080.55		1,379.08
Amortización Activos Diferidos	77.25		77.25		77.25	
Imprevistos 2%		121.38		125.22		131.19
<b>Total Costo Producción</b>	<b>5,180.25</b>	<b>1,010.35</b>	<b>5,180.25</b>	<b>1,205.76</b>	<b>5,180.25</b>	<b>1,510.27</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Sueldos y salarios	19,455.61		21,897.46		25,385.16	
Servicios Básicos de Administra.	1,812.00		2,039.42		2,364.25	
Depreciación de Muebles y Enser	81		81		81	
Depreciación de equipo de Oficina	217.71		217.71		217.71	
Depreciación Equipo de Computac	320		320		352	
Útiles de Oficina	23		25.89		30.01	
Suministros de Oficina	57.8		65.05		75.42	
Imprevistos 2%		439.34		492.93		570.11
<b>Total Gasto Administrativo</b>	<b>21,967.12</b>	<b>439.34</b>	<b>24,646.54</b>	<b>492.93</b>	<b>28,505.54</b>	<b>570.11</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Propaganda	840		945.43		1,096.01	
Imprevisto 2%		16.8		18.91		21.92
<b>Total Gasto de Ventas</b>	<b>840</b>	<b>16.8</b>	<b>945.43</b>	<b>18.91</b>	<b>1,096.01</b>	<b>21.92</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés del Préstamo Largo Plazo		3,363.75		1,983.75		258.75
<b>Total Gastos Financieros</b>		<b>3,363.75</b>		<b>1,983.75</b>		<b>258.75</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>27,987.37</b>	<b>42,141.71</b>	<b>30,772.21</b>	<b>47,962.59</b>	<b>34,781.80</b>	<b>57,254.27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>70,129.08</b>		<b>78,734.80</b>		<b>92,036.08</b>	

Fuente: cuadro 35  
Elaboración: Los Autores

### **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas; es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre "Costos Fijos y Variables" para los años 1,5 y 10 de vida útil del proyecto.

### **Costos Fijos y Variables**

**Costos Fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el período 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 los costos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas utilizando además la forma gráfica para su representación.

### PRIMER AÑO

#### a) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{27.987,37}{84.154,89 - 42.141,71} \times 100$$

$$PE = 66,62\%$$

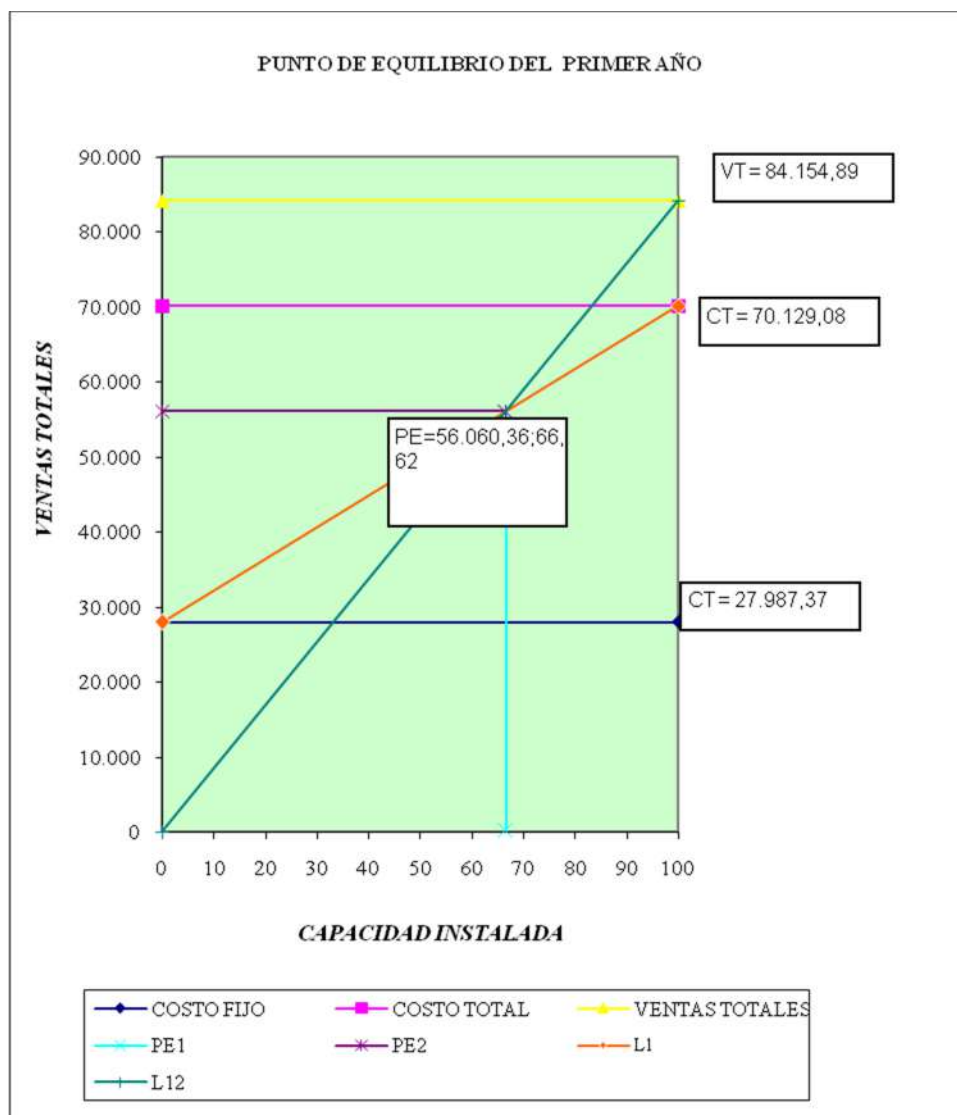
#### b) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\frac{27.987,37}{1 - 42.141,71 / 84.154,89}$$

**PE = 56.060,36**

**Gráfico N° 10**



## QUINTO AÑO

### a) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{30.772,21}{98.418,50 - 47.962,59} \times 100$$

**PE = 60,99%**

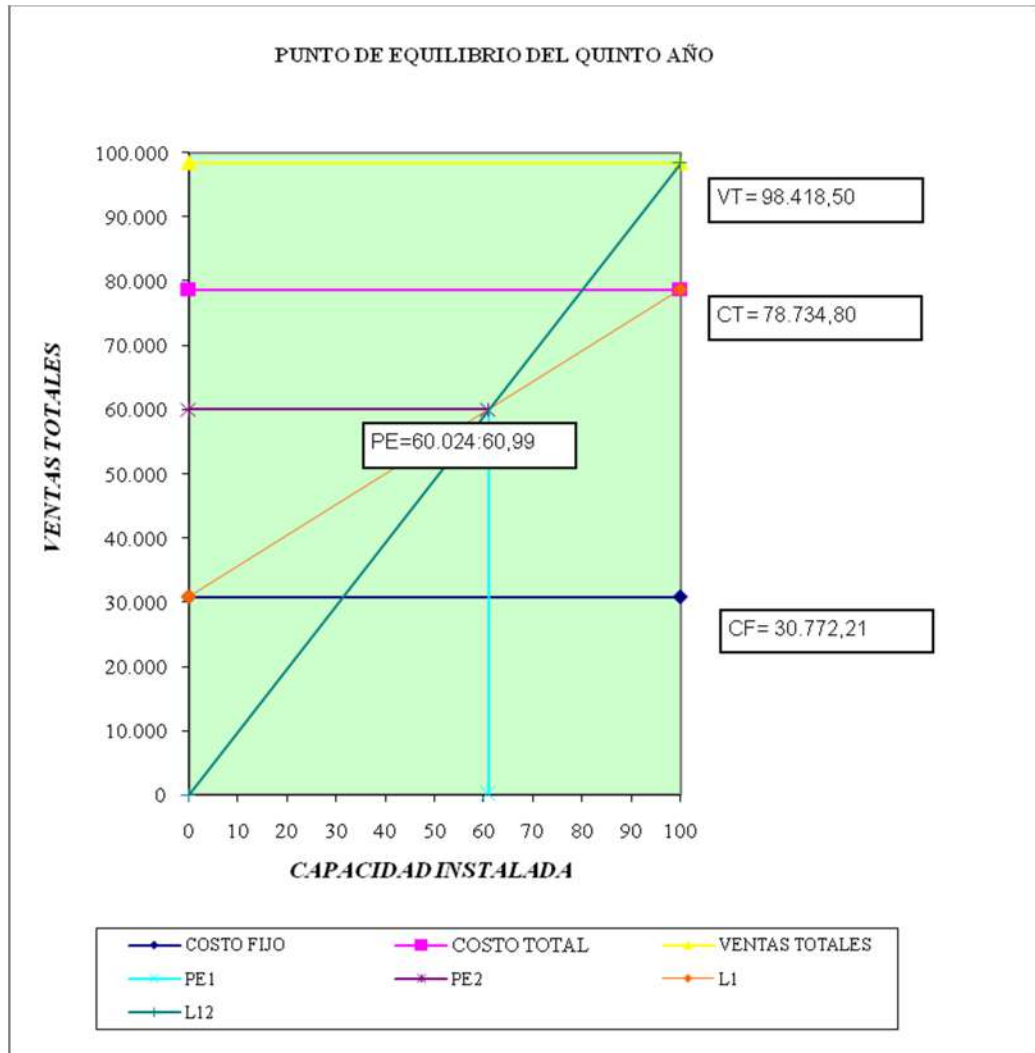
### b) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\frac{30.772,21}{1 - 47.962,52 / 98.418,50}$$

**PE= 60.024**

Gráfico N° 11



**AÑO 10**

**a) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD  
INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{34.781,80}{120.240 - 57.254,27} \times 100$$

**PE = 55,22%**

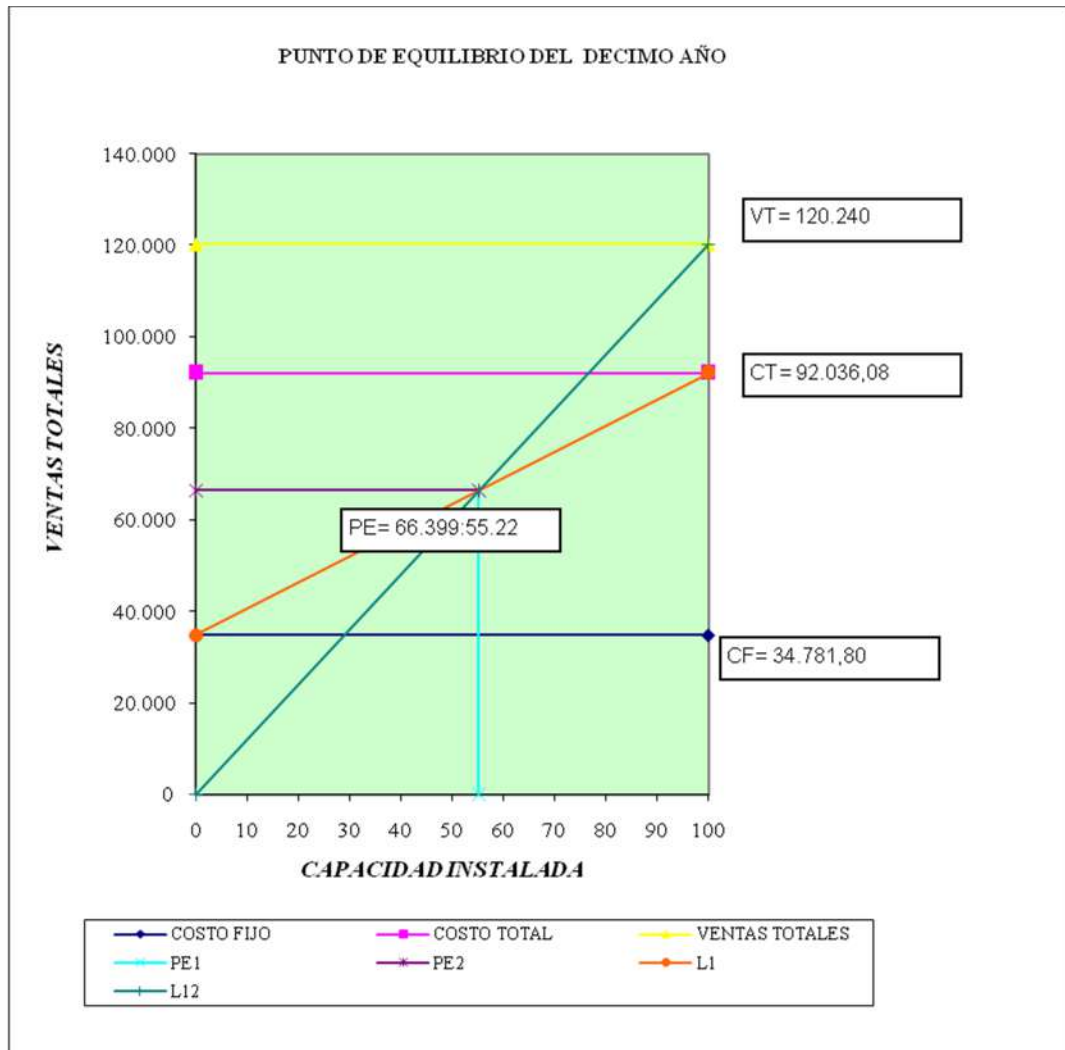
**b) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{1 - \text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\frac{34.781,80}{1 - 57.254,27 / 120.240}$$

**PE= 66.399**

Gráfico N° 12



## **g.5. EVALUACIÓN FINANCIERA**

El objetivo de la evaluación financiera, es determinar el valor de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto

### **g.5.1. FLUJO DE CAJA**

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario estimar los flujos de caja. El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. El mismo facilita el cubrimiento de todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el capitalista cuente con los suficientes recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Además este evalúa utilizando información contable en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos. El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro siguiente en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**Cuadro N° 52**  
**FLUJO DE CAJA**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		84.216,10	86.668,99	89.121,89	95.590,80	98.296,20	101.452,50	108.059,69	111.497,95	114.936,21	119.839,20
Crédito Banco Pichincha	30,000.00										
Capital Propio	50,106.37										
Valor de rescate						400					5941,9
<b>Total Ingresos</b>	<b>80,106.37</b>	<b>84.216,10</b>	<b>86.668,99</b>	<b>89.121,89</b>	<b>95.590,80</b>	<b>98.296,20</b>	<b>101.452,50</b>	<b>108.059,69</b>	<b>111.497,95</b>	<b>114.936,21</b>	<b>119.839,20</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	71,917.69										
Activo Diferido	772.5										
Activo Circulante	7,416.18										
Presupuesto de operación		70.129,08	72.131,48	74.230,41	76.430,05	78.734,80	81.181,89	83.710,84	86.359,31	89.132,56	92.036,08
( - ) Depreciación		3759,98	3759,98	3759,98	3313,31	3313,31	3297,31	3297,31	3297,31	3297,31	3297,31
( - ) Amortización Capital		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
<b>Total de Egresos</b>	<b>80,106.37</b>	<b>64.869,10</b>	<b>66.871,50</b>	<b>68.970,43</b>	<b>71.616,74</b>	<b>73.921,49</b>	<b>76.384,58</b>	<b>78.913,53</b>	<b>81.562,00</b>	<b>84.335,25</b>	<b>87.238,77</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>19.347,00</b>	<b>19.797,49</b>	<b>20.151,46</b>	<b>23.974,06</b>	<b>24.374,71</b>	<b>25.067,92</b>	<b>29.146,16</b>	<b>29.935,95</b>	<b>30.600,96</b>	<b>32.600,43</b>

**FUENTE:** Cuadros 35, 36, 37, 40, 41, 42, 43

**ELABORACION:** Los Autores



## **5.2. VALOR ACTUAL NETO**

El Valor Actual Neto es un indicador que nos permite apreciar si los flujos de efectivo traídos al valor presente son iguales o superiores a su inversión inicial, al aplicar una tasa de descuento requerida por los accionistas o socios.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Este factor de actualización puede aplicarse al flujo actual neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el van es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente caso contrario no es conveniente.

**Factor de actualización.** Sirve para determinar el valor actual y se lo calcula mediante la siguiente fórmula:

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

**EN DONDE:**

**FA** = Factor de Actualización

**i** = Tasa de interés

**n** = Número de años.

La tasa de interés es la misma con la cual se otorga el crédito, es decir del 12% que nos permite calcula los valores actuales de todos los años del proyecto.

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

$$FA = \frac{1}{(1 + 0.12)^1}$$

$$FA = 0,89$$

### Cuadro N° 53

#### VALOR ACTUAL NETO

Nro. de Años	FLUJO NETO	12% Factor de Actualización	VAN
0	80.106,37	1	-80.106,37
1	19.347,00	0,89	17.274,10
2	19.797,49	0,80	15.782,44
3	20.151,46	0,71	14.343,41
4	23.974,06	0,64	15.235,95
5	24.374,71	0,57	13.830,87
6	25.067,92	0,51	12.700,19
7	29.146,16	0,45	13.184,24
8	29.935,95	0,40	12.090,63
9	30.600,96	0,36	11.114,40
10	32.600,43	0,32	10.571,98
			<b>56.021,84</b>

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORACIÓN: Los autores

El valor actual neto se lo obtiene restando la sumatoria de los valores actualizados y la inversión.

$$VAN = \sum \text{VALORACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = \sum 136.128,21 - 80.106,37$$

$$VAN = 56.021,84$$

EL VAN del proyecto es de 56.021.84, lo cual expresa un valor positivo, por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil de la empresa.

### **.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO**

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero, es decir que el valor presente

de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada. La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente de llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital se rechaza el proyecto.

#### Cuadro N° 54

#### TASA INTERNA DE RETORNO

Nro. de Años	FLUJO NETO	12% Factor de Actualización	VAN MENOR	13% Factor de Actualización	VAN MAYOR
0	80.106,37	1	-80.106,37	1	-80.106,37
1	19.347,00	0,89	17.274,10	0,88	17.121,24
2	19.797,49	0,80	15.782,44	0,78	15.504,34
3	20.151,46	0,71	14.343,41	0,69	13.965,97
4	23.974,06	0,64	15.235,95	0,61	14.703,74
5	24.374,71	0,57	13.830,87	0,54	13.229,62
6	25.067,92	0,51	12.700,19	0,48	12.040,59
7	29.146,16	0,45	13.184,24	0,43	12.388,88
8	29.935,95	0,40	12.090,63	0,38	11.260,70
9	30.600,96	0,36	11.114,40	0,33	10.186,60
10	32.600,43	0,32	10.571,98	0,29	9.603,71
			56.021,84		49.899,01

**FUENTE:** Flujo de Caja

**ELABORACIÓN:** Los autores

$$TIR = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} + \text{VAN mayor}} \right) \times 100\%$$

La Tasa Interna de Retorno (TIR) o rentabilidad promedio a diez años del presente proyecto es del 12.53%; demostrando que el proyecto puede generar rentabilidad suficiente para pagar el capital invertido.

#### **5.4. RELACION BENEFICIO COSTO**

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 realizar el proyecto
- B/C < 1      Se debe rechazar el proyecto

En el presente proyecto, la relación beneficio-costos es mayor que uno (1,24) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá 0.24 centavos de utilidad. Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

**Cuadro N° 55**  
**BENEFICIO COSTO**

INGRESOS	COSTOS	12%	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
		1		80.106,37
84.154,89	19.347,00	0,89	75.138,29	17.274,10
86.557,78	19.797,49	0,80	69.003,33	15.782,44
89.076,49	20.151,46	0,71	63.402,89	14.343,41
95.537,56	23.974,06	0,64	60.715,85	15.235,95
98.418,50	24.374,71	0,57	55.845,30	13.830,87
101.477,36	25.067,92	0,51	51.411,59	12.700,19
107.986,98	29.146,16	0,45	48.847,83	13.184,24
111.403,51	29.935,95	0,40	44.994,01	12.090,63
114.228,00	30.600,96	0,36	41.488,11	11.114,40
120.240,00	32.600,43	0,32	38.992,58	10.571,98
			549.839,77	216.234,58

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

$$B/C = \frac{549,839.77}{216,234.58} = 2.54$$

La Relación Beneficio – Costo del presente proyecto es de 2.54; demostrando una vez más que el proyecto es ejecutable. 2.54 significa que por cada dólar invertido la empresa obtendrá 1.54 dólares de beneficio.

## 5.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

**Cuadro N° 56**

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FAC. ACTUA.	FLUJO ACTUA.
		12,00%	
1	19.285,79	0,89	17.219,46
2	19.686,28	0,80	15.693,78
3	20.106,06	0,71	14.311,10
4	23.920,82	0,64	15.202,11
5	24.497,01	0,57	13.900,26
6	25.092,78	0,51	12.712,78
7	29.073,45	0,45	13.151,35
8	29.841,51	0,40	12.052,49
9	29.892,75	0,36	10.857,18
10	33.001,23	0,32	10.701,96

Fuente: Flujo de Caja  
Elaborado por: Los autores



Para calcular el período de recuperación del capital se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRC = Año \ Fna + \frac{Inversión - \sum FNa}{FN}$$

$$PRC = 4 + \frac{80.106,37 - 136.128,21}{23.974,06}$$

$$PRC = 4 + (-2,34)$$

$$PRC = 1,66$$

$$PRC = 0,66 \times 12 \text{ meses}$$

$$PRC = 7,92 \text{ meses}$$

$$PRC = 0,92 \times 30 \text{ días}$$

$$PRC = 27,60 \text{ días}$$

$$PRC = 1 \text{ año, } 7 \text{ meses, } 28 \text{ días}$$

**En donde:**

$\sum FNa$  = Sumatoria de los flujos netos actualizados, hasta donde se recupera la inversión.

$AñoFna$  = Año del flujo neto actualizado donde se supera la inversión

$FN$ = Flujo en donde se recupera la inversión.

En consecuencia la inversión se recupera en 1 año, 7 meses, y 28 días.

El período de recuperación de capital es menor a la vida útil del proyecto, por lo tanto se acepta el proyecto.

### **5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Sirve para conocer si el proyecto soporta un incremento en los costos o una disminución en los ingresos, de igual forma facilita el estudio de los resultados de un proyecto probando el riesgo que se puede presentar. En términos generales se debe considerar los siguientes criterios.

- Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno, el proyecto es sensible a esos cambios.
- Cuando el coeficiente resultante es igual a uno, el proyecto es indiferente.
- Cuando el coeficiente resultante es menor que uno, el proyecto no es sensible a esos cambios.

**Cuadro N° 57**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 15% DE LOS COSTOS**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL + INCREMENTO DEL 15%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIONES				
				FLUJO NETO	FACTO 11%	VAN MENOR	FACTOR 12%	VAN MAYOR
1	19.347,00	22.249,05	84.154,89	61.905,84	0,90	55.771,03	0,89	55.273,08
2	19.797,49	22.767,12	86.557,78	63.790,66	0,81	51.773,93	0,80	50.853,53
3	20.151,46	25.189,32	89.076,49	63.887,17	0,73	46.713,75	0,71	45.473,62
4	23.974,06	29.967,58	95.537,56	65.569,99	0,66	43.192,98	0,64	41.670,91
5	24.374,71	30.468,39	98.418,50	67.950,11	0,59	40.325,08	0,57	38.556,72
6	25.067,92	31.334,90	101.477,36	70.142,46	0,53	37.501,02	0,51	35.536,35
7	29.146,16	36.432,70	107.986,98	71.554,28	0,48	34.464,72	0,45	32.367,52
8	29.935,95	37.419,94	111.403,51	73.983,57	0,43	32.103,43	0,40	29.880,72
9	30.600,96	38.251,20	114.228,00	75.976,80	0,39	29.701,21	0,36	27.595,10
10	32.600,43	40.750,54	120.240,00	79.489,46	0,35	27.994,95	0,32	25.777,61
TOTAL						399.542,12		382.985,16

Elaboración: Los autores

### 1. NUEVA TIR.

TIR = Tasa menor + diferencia de tasas (  $\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} + \text{VAN mayor}}$  ) x 100%

$$11 + (11-12) \left( \frac{399.542.12}{399.542.12 + 382.985.16} \right) = 11.51\% \quad \text{TIR DEL PROYECTO} = 12.53$$

### 2. DIFERENCIA DE TIR.

Dif. = TIR Proyecto-Nueva TIR

Dif. = 12.53 – 11.51

Dif. = 1.019

### 3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN.

%Va = (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100

%Var = (1.019/12.53) x 100

%Va = 0.0814

### 4. SENSIBILIDAD.

Sensib = % Var/Nueva TIR.

Sensib = 0.0814/11.51

Sensib = 0.65

## Cuadro N° 58

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION DEL 10% DE LOS INGRESOS

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL MENOS EL 10%	ACTUALIZACIONES				
				FLUJO NETO	FACTOR 11%	VAN MENOR	FACTOR 12%	VAN MAYOR
1	19.347,00	84.154,89	- 71.531,66	155.686,55	0,90	140.258,15	0,89	139.005,85
2	19.797,49	86.557,78	- 73.574,11	160.131,89	0,81	129.966,64	0,80	127.656,16
3	20.151,46	89.076,49	- 75.715,02	164.791,51	0,73	120.494,13	0,71	117.295,34
4	23.974,06	95.537,56	- 81.206,93	176.744,49	0,66	116.427,07	0,64	112.324,32
5	24.374,71	98.418,50	- 83.655,73	182.074,23	0,59	108.052,19	0,57	103.313,80
6	25.067,92	101.477,36	- 86.255,76	187.733,12	0,53	100.369,79	0,51	95.111,44
7	29.146,16	107.986,98	- 91.788,93	199.775,91	0,48	96.223,75	0,45	90.368,48
8	29.935,95	111.403,51	- 94.692,98	206.096,49	0,43	89.430,73	0,40	83.238,92
9	30.600,96	114.228,00	- 97.093,80	211.321,80	0,39	82.610,93	0,36	76.753,00
10	32.600,43	120.240,00	- 102.204,00	222.444,00	0,35	78.341,32	0,32	72.136,27
TOTAL						1.062.174,69		1.017.203,57

Elaboración: Los autores

### 1. NUEVA TIR.

TIR = Tasa menor + diferencia de tasas (  $\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} + \text{VAN mayor}}$  ) x 100%

$$11 + (11-12) \left( \frac{1.062.174.69}{1.062.174.69 + 1.017.203.57} \right) = 11.51\% \quad \text{TIR DEL PROYECTO} = 12.53$$

### 2. DIFERENCIA DE TIR.

Dif. = TIR Proyecto-Nueva TIR

Dif. = 12.53 – 11.51

Dif. = 1.019

### 3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN.

%Va = (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100

%Var = (1.019/12.53) x 100

%Va = 0.0814

### 4. SENSIBILIDAD.

Sensib = % Var/Nueva TIR.

Sensib = 0.0814/11.51

Sensib = 0.70

Como es evidente el cuadro N° 57 muestra que el coeficiente es menor a uno por lo tanto el proyecto no es sensible a cambios en los costos tomando como referencia el 15% de incremento en los mismos. El coeficiente de sensibilidad es el tope de uno, es decir, 0,65; por lo tanto se considera que el porcentaje máximo de incremento en los costos es del 15%; ya que, hasta este porcentaje se puede obtener flujos positivos, y el proyecto es ejecutable.

El cuadro N° 58 muestra que el coeficiente es menor a uno por lo tanto el proyecto no es sensible a cambios en los ingresos tomando como referencia el 10% en la disminución de los mismos. El coeficiente de sensibilidad del proyecto es el tope de uno, es decir 0.70 entonces se considera que el porcentaje máximo de disminución en los ingresos es de 10%; ya que, hasta este porcentaje permite obtener flujos netos positivos, y en consecuencia el proyecto es ejecutable.

# CONCLUSIONES

## **h. CONCLUSIONES**

A la culminación del presente trabajo investigativo, podemos ultimar lo siguiente:

- El proyecto está elaborado con el fin de promover el desarrollo micro empresarial con un servicio de aceptación en el mercado, creando fuentes de trabajo fundamentalmente en la ciudad de Nueva Loja.
- De acuerdo al estudio realizado se concluye que, en términos de mercado la empresa que se deriva del proyecto tendrá aceptación en virtud de los atractivos turísticos y de las tendencias actuales de los consumidores que prefieren visitar centros que brinden servicios de calidad con lo cual se fomente el desarrollo turístico de la zona.
- Con el estudio de mercado se estableció una demanda efectiva de 50.074 anual, comparando la oferta y la demanda se ha logrado establecer que existe una demanda insatisfecha de 39.994
- El costo de producción de los servicios es de 70.129,08 USD con una utilidad de 8.941,46 USD, siendo el valor de la entrada al lugar recreativo 2,50 por persona. Indicando que se ha tomado en

consideración los precios de la competencia; Todos estos valores corresponden al primer año de servicio.

- La capacidad instalada del centro turístico es de 40.080 visitas al año proyectada para 10 años; al inicio la capacidad a utilizar en los tres primeros años es del 85%, los tres siguientes con el 90%, los dos siguientes son del 95%, y dos últimos años de vida del proyecto se utilizará una capacidad del 100 %.
- La inversión que se requiere para la implantar el proyecto es de 80,106.37 dólares americanos de los cuales el de los cuales, los socios realizarán un aporte equivalente al 62.55% del capital inicial, es decir, con 50,106.37; y, el 37.45% restante se financiará mediante el Banco Pichincha, con un total de 30,000.00 dólares americanos.
- En la evaluación financiera se pudo determinar que el proyecto es financieramente rentable, ya que indicadores como el Valor Actual Neto del proyecto es 56,021.84 dólares es decir se obtuvo un resultado positivo por sobre la tasa propuesta del 7% (tasa promedio a la que prestan y pagan los Bancos en el sistema financiero privado), el Período de Recuperación de Capital es de 1 año, 7 meses y 28 días, lo que significa que el segundo trimestre del



segundo año será recuperada la inversión inicial, la Relación Beneficio Costo es de 2,54 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido la empresa tendrá 1,54 centavos de dólar de utilidad, la Tasa Interna de Retorno es de 12.53% muy superior al costo de oportunidad del capital, lo que demuestra la rentabilidad del proyecto.

- El Análisis de Sensibilidad demuestra que el proyecto soporta un incremento en los costos del 15% y una disminución en los ingresos una disminución del 10%, lo que indica que es conveniente implantarlo dada las condiciones de la dolarización actual.
  
- Como conclusión final podemos indicar que el presente proyecto es financiera, técnica, y jurídicamente viable y factible de ejecutarse, debido a que traerá beneficio de índole no solo económico sino también social.

# RECOMENDACIONES

## **i. RECOMENDACIONES**

Luego de haber realizado las respectivas conclusiones se procede a recomendar lo siguiente.

- El presente proyecto se pone a disposición de los pequeños y medianos inversionistas como una nueva alternativa de inversión por cuanto los indicadores financieros ponen en evidencia que la inversión es rentable.
- El presente proyecto se pone a disposición para la implementación por cuanto a más de ser una inversión rentable se constituirá en una empresa de servicios que laborará para las personas que lo necesiten en nuestra ciudad.
- Para que el servicio tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad y promoción, a fin de lograr difundir las bondades del servicio, a través de realizar estudios de mercado anual y semestralmente para conocer la conducta del usuario de los servicios, especialmente de los recreacionales.

- Que la participación de las utilidades de los socios sea a partir de los 3 años; y que las utilidades sean recapitalizadas para dar mayor sostenibilidad a la empresa Y que las utilidades sean recapitalizadas para dar mayor sostenibilidad a la empresa.
- Cabe destacar que el canal de distribución a utilizarse, el cual nos beneficiaría ya que de esta forma aseguraríamos la utilidad y tendríamos una mejor apreciación de las necesidades del usuario
- El gobierno debe realizar nuevas políticas de estado en las que brinde ayuda a las pequeñas y medianas empresas mediante bajar las tasas de crédito bancario para que el inversionista tenga mayores ventajas para invertir.

# BIBLIOGRAFÍA

## j. BIBLIOGRAFÍA

- **ACADEMIA FRANCESA DE CIENCIAS COMERCIALES**, “Diccionario de Marketing. Asociación para el progreso de la Dirección”, Madrid.
- **APAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo**, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Chile, 1998
- **AYALA HUGO**, “Diccionario de Términos Económicos”, Quito, 1999.
- **BACA URBINA GABRIEL**, “Evaluación de Proyectos 2” Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.
- **BALBUCA, William y Benítez Edison**. Manual práctico para el desarrollo de proyectos de investigación, edición: 2000.
- **BARNARD Y COLLI, JC LEWANDUEWKI, D.L. SUAREZ JOSE**, “Diccionario Económico Financiero”, 4 edición. Mostotes. Madrid. España 1995. ISBN
- **ELNICK JULIO**, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. A988.
- **Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa**. Edición: 1995.

- **GOBIERNO PROVINCIAL DE SUCUMBIOS**, “Plan Participativo de Desarrollo Estratégico de la Provincia de Sucumbíos 2004-2015” AH/editorial 2004
  - **HITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. CARLOS**, “Fundamentos de Administración Financiera”, Harla. México D. F.1989
  - **JENNER F. ALEGRE**, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.
- IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Elaboración y Evaluación de Proyectos.
- **ROSEMBERG, J.M.** “Diccionario de Administración y Finanzas”. Centrum, Barcelona España 1988.
  - **SAPAG CHAIN**, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Chile, 1998
  - **STONER A. F. JAMES**, “Administración”, Madrid 1985
  - **INTERNET**
    - Copyright © Comentarios y Sugerencias: [servidat@hoy.com.ec](mailto:servidat@hoy.com.ec)
    - Migración de Sucumbíos 2001-2006:
    - [www.monografias.com](http://www.monografias.com/trabajo)\trabajo
      - Copyright © 1999 Servidatos S.A.
      - Comentarios y Sugerencias: [servidat@hoy.com.ec](mailto:servidat@hoy.com.ec)

# ANEXOS



**k. ANEXOS****ANEXO N° 1****RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO****a. TEMA.**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION Y DISEÑO DE UN PARADOR TURISTICO EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”.

**b. PROBLEMA.**

“LA FALTA DE PROYECTOS DE INVERSION, PARA PARADORES TURISTICOS NO FOMENTAN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”.

**c. OBJETIVOS.**

**OBJETIVO GENERAL.** Realizar un estudio de Factibilidad para la Implantación de un PARADOR TURISTICO en la ciudad de NUEVA LOJA

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del servicio turístico.

- Realizar un estudio técnico del tamaño, localización, y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto de estudio.
- Elaborar un modelo de organización empresarial para la puesta en marcha, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Determinar costos y rentabilidad del proyecto.

#### d. **MÉTODOLOGÍA.**

Todo proceso investigativo nos permite probar la validez de un conocimiento nuevo ya que se establece conexiones necesarias para demostrar los resultados obtenidos mediante métodos y técnicas que permitan investigar, ordenar, y analizar resultados para proponer acciones de ejecución.

### **1 MÉTODOS**

**MÉTODO DEDUCTIVO.-** Al ser un proceso analítico que parte del conocimiento general al particular, se lo utilizaremos para analizar los resultados obtenidos en cada una de las partes que lo componen y explicar la causa de todos los hechos que se investigará en el Estudio de Factibilidad de la implementación de un Parador Turístico en la ciudad de Nueva Loja

**MÉTODO INDUCTIVO.-** Es un proceso sintético el cual nos permitirá unir las partes separadas y formar un todo y facilitar la comprensión del tema

de estudio, de este modo con la síntesis se complementará al análisis y establecerá las relaciones esenciales del problema investigado y sus conclusiones y recomendaciones.

**MÉTODO ESTADÍSTICO.-** Es el método que se refiere a la organización y presentación de los datos en cuadros y figuras estadísticas apropiadas para la interpretación de los resultados. En la Investigación utilizaremos este método en la tabulación y análisis de los datos recopilados en la encuesta, como también para llevar un control mediante modelos estadísticos y matemáticos.

## 2 TÉCNICAS

**OBSERVACIÓN.-** Es un valioso instrumento que nos servirá para establecer la relación entre los hechos y la realidad en la que se encuentra la ciudad de Nueva Loja e identificar sus problemas socio-económicos tales como: pobreza, migración, desempleo, delincuencia entre otros.

**ENTREVISTA.-** Es una de las técnicas más importantes para el acopio de información de campo mediante mecanismos de interacción verbal en la cual una persona (entrevistador) solicita información a otra (informante) sobre un problema determinado. Nos servirá para obtener información verbal y se la realizará a los señores propietarios de los centros turísticos como: La Choza, Laguna Azul, La Sirenita, sobre los precios, los servicios, instrucciones y métodos de la actividad turística.

**ENCUESTA.-** Es el procedimiento a través de la cual se buscará obtener la información de las personas mediante un cuestionario que debe ser

llenado libremente; la cual está estructurada y aplicada a la población de la ciudad de Nueva Loja.

### 3.1 POBLACION

Para la realizar la proyección de la población de la ciudad de Nueva Loja se considerará los datos técnicos proporcionados por el INEC, en base al Censo del 2001, siendo esta de 34.106 habitantes con una tasa de crecimiento de del 8,65%; proyectado para el 2009 es de 65812. Aplicando la formula de la proyección.

**Formula:**  $P_n = p_o(1 + r)^n$

**En donde**

**P<sub>n</sub>**= población proyectada (año Proyectado)

**P<sub>o</sub>**= población del año Base

**r** = tasa de crecimiento poblacional

**n**= número de años

#### Proyección de la población de Nueva Loja

AÑOS	POBLACION
2001	34106
2002	37056
2003	40262
2004	43467
2005	47227
2006	51312

2007	55750
2008	60573
2009	65812

**Fuente:** INEC, Censo 2001  
**Elaboración:** Los Autores.

### 3.2 MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra la cual nos servirá para determinar el número de encuestas a aplicar a la población, por lo tanto se procederá a partir de la formula siguiente:

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

**En donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = 65812 habitantes de la Ciudad de Nueva Loja

**e<sup>2</sup>** = Margen de error. (5%)

Reemplazando:

$$n = \frac{65812}{1 + (65812)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{65812}{1 + (65812) \cdot (0.0025)} \quad n = \frac{65812}{165,53}$$

397 encuestas.

**Anexo N° 2****ENCUESTA A DEMANDANTES****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

Con el objeto de determinar la factibilidad de IMPLEMENTAR LA CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, nos dirigimos hacia Ud. De la manera más comedida se digne contestar las s siguientes preguntas

**1. ¿Visita Ud. Centros Turísticos?**

SI ( )

NO ( )

**2. Con Qué frecuencia Ud. visita Ud. Visita los Centros Turísticos?**

Una vez por semana ( )

Cada 15 días ( )

Una vez por mes ( )

Una vez por año ( )

**3. Ud. visita los centros turísticos de Nueva Loja ¿Por qué?**

SI ( )

NO ( )

**4. Del total de sus ingresos al año, marque cuanto destina para actividades turísticas?**

001- 200 ( )

201-400 ( )

**5. ¿De los siguientes medios señale uno por el cual llegó usted a saber de la existencia de los centros turísticos?**

Televisión ( )

Radio ( )

Hojas volantes ( )

Gigantografía ( )

Periódicos ( )

**6. ¿Qué centros turísticos de la ciudad de Nueva Loja, usted ha visitado?**

La Choza ( )

Laguna Azul ( )

Sirenita ( )

**7. Señale una de las siguientes alternativas por la cual decidió visitar dichos centros Turísticos?**

- Por Diversión ( )
- Carnaval ( )
- Vacaciones ( )
- Fin de Año ( )
- Por Costumbre ( )
- Otros (bodas bautizos) ( )

**8. Que debería mejorar los centros Turísticos que Ud. ha visitado.**

- Servicio ( )
- Infraestructura ( )
- Los precios ( )
- Otros ( )

**9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofrecen los centros turísticos.**

- 1 a 2 dólares ( )
- 2 a 3 dólares ( )

**10. De crearse un nuevo centro turístico en Nueva Loja Ud. si lo visitaría**

- SI ( )
- NO ( )



**11.- De los siguientes servicios ¿identifique uno que le gustaría que brinde el nuevo parador turístico?**

Servicios ( ) Hospedaje ( ) Sauna e Hidromasaje( )

Piscina ( ) Jardines ( ) Discoteca ( )

Restaurante ( ) Bar ( ) Pista de eventos ( )

Supermercado ( )

**Anexo N° 3****ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LOS CENTROS TURÍSTICOS**

- 1. ¿Qué tiempo lleva en funcionamiento este establecimiento?**
- 2. ¿Cómo considera Ud. Que su negocio ha ido desarrollándose?**
- 3. ¿Cuáles han sido sus objetivos?**
- 4. ¿Qué dificultades considera que posee su negocio internamente y que afecte su funcionamiento.**
- 5. ¿Qué aspectos toma como referencia en la fijación de precios?**
- 6. ¿El precio se lo considera de acuerdo a**
- 7. ¿Se ha logrado satisfacer al cliente en su totalidad?**
- 8. ¿Ofrece descuentos a instituciones educativas?**
- 9. ¿En su negocio que considera como fortaleza?**

10. **¿Qué oportunidades considera usted importante para su establecimiento?**
  
11. **¿Qué amenaza cree que le puede afectar a su negocio?**
  
12. **¿Cuenta con los recursos para el cumplimiento de los objetivos de su centro Turístico?**

## Anexo N° 4

## PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

<b>Bebidas</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cajas</b>	<b>P Unit.</b>	<b>Total</b>
Cerveza grande 12 unid		250.00	6.00	1500.00
Whisky Grants	8.00		8.00	64.00
Whisky Macgregor	5.00		5.00	25.00
Whisky Bucanas	5.00		15.00	75.00
Whisky Something	5.00		14.00	70.00
Whisky Johnny Negro	5.00		15.00	75.00
Whisky Johnny Rojo	6.00	5.00	10.00	60.00
Colas por jivas 24und mediana		10.00	7.50	75.00
Agua en botella por pacas 6und		25.00	2.00	50.00
Chicles caja		5.00	5.00	25.00
Cigarrillos cartón		8.00	10.00	80.00
<b>TOTAL AL MES</b>				<b>2099.00</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>				<b>25,188.00</b>

FUENTE: Distribuidoras de la zona  
 ELABORADO: Los autores

### Anexo N° 5

#### PROYECCION DE MATERIA PRIMA DIRECTA

1	25,188.00
2	26,447.40
3	27,769.77
4	29,158.26
5	30,616.17
6	32,146.98
7	33,754.33
8	35,442.05
9	37,214.15
10	39,074.86

### Anexo N° 6

#### PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitar	Total
Cloro	Litros	10	1.50	15.00
Jaboncillo baño	1 Caja	40	0.30	12.00
Desod. Ambiental	Litros	15	2.00	30.00
Desinfectantes	Litros	13	1.60	20.80
Fungicidas	Litros	15	1.80	27.00
Total al mes				104.80
<b>Total al Año</b>				<b>1,257.60</b>

FUENTE: Distribuidoras de la zona  
ELABORADO: Los autores

**Anexo N° 7****PROYECCION DE MATETRIALES INDIRECTOS**

<b>Periodos</b>	<b>Valor3%</b>
2012	<b>1,257.60</b>
2013	1,295.33
2014	1,334.19
2015	1,374.21
2016	1,415.44
2017	1,457.90
2018	1,501.64
2019	1,546.69
2020	1,593.09
2021	1,640.88

## Anexo N° 8

## PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACION DEL CARGO	Salario Básico Unificado	Incorpora Compensac salarial	Increment 0.08% (2+3)	Salario básico unificado (2+3+4)	Compensac salarial por incorporar	Incremento 4.40% (5+6)	Salario Básico Unifica (5+6+7)	Compensa salarial por incorporar	Incremento	Salario Básico Unifica (8+9+10)	IESS aporte (5 X 9,35%)	Líquido a pagar (11-12 )	Bono Geográf. 0.2 (2 X 20%)	Líquido Total a pagar (13+14 )
Auxiliar. Servicio	150	8	12.64	170.64	8	7.86	186.5	8	6.38	200.88	18.78	182.1	30	212.1

	auxiliar	
<b>DECIMO TERCERO</b>	14.5	
<b>DECIMO CUARTO</b>	0.67	
<b>VACACIONES</b>	9.39	0.78
<b>TRANSPORTE (OPCIONAL)</b>	10	

Denomin del cargo	Remuner unificad	Compone salarial	Bono por responsab	Increment	Décim Tercer	Décim Cuarto	Vacac	Transport	Bono geográf	APOORTE Aporte	Líquid tot a pagar
Auxil servic	120	24	75	26.88	14.5	0.67	0.78	10	30	18.78	301.83
<b>Total Anual</b>											301.83
<b>por 4</b>											905.49
<b>Total Anual</b>											10,865.86

FUENTE: Tabla del contador

ELABORADO: Los autores

## Anexo N° 9

## PROYECCION DE MANO DE OBRA DIRECTA

Períodos	Valor Total 3%
2012	<b>10,865.86</b>
2013	11,191.83
2014	11,527.59
2015	11,873.42
2016	12,229.62
2017	12,596.51
2018	12,974.40
2019	13,363.64
2020	13,764.55
2021	14,177.48

NOTA: Se considera el 3% la tasa de inflación 2011

## Anexo N° 10

PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN Y  
VENTAS

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Consumo de energía Eléctr.	800	0.14	112.00
Consumo Teléfono	100	0.15	15.00
Internet	48	0.50	24.00
TOTAL MENSUAL			151.00
<b>Total Año</b>			<b>1,812.00</b>

FUENTE: empresa eléctrica,

ELABORACIÓN: los autores



## Anexo N° 11

**PROYECCION DE SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN Y  
VENTAS**

<b>Años</b>	<b>Valor 3%</b>
1	1,812.00
2	1,866.36
3	1,922.35
4	1,980.02
5	2,039.42
6	2,100.60
7	2,163.62
8	2,228.53
9	2,295.39
10	2,364.25

## Anexo N° 12

**AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**

<b>Años</b>	<b>Valor. Activo Diferido</b>	<b>Amortización</b>	<b>Valor total</b>
1	772.50	77.25	695.25
2	695.25	77.25	618.00
3	618.00	77.25	540.75
4	540.75	77.25	463.50
5	463.50	77.25	386.25
6	386.25	77.25	309.00
7	309.00	77.25	231.75
8	231.75	77.25	154.50
9	154.50	77.25	77.25
10	77.25	77.25	-

## Anexo N° 13

## PRESUPUESTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACION DEL CARGO	SALARIO BASICO UNIFICADO	INCORPORAC COMPENSAC SALARIAL	INCREMENTO 0.08 (2+3)	SALARIO BASICO UNIFICADO (2+3+4)	COMPENSACION SALARIAL POR INCORPORAR	INCREMENTO 4.40% (5+6)
GERENTE	165	8	13.84	186.84	8	8.57
SECRETARIA	155	8	13.04	176.04	8	8.1
GUARDIAN	150	8	12.64	170.64	8	7.86

	GERENTE		SECRETARIA		GUARDIAN	
DECIMO TERCERO	15.75		14.92		14.5	
DECIMO CUARTO	0.67		0.67		0.67	
VACACIONES	10.18	0.85	103.26	8.6	100.44008	8.37
TRANSPORTE (opcional)	10		10		10	

DENOMINACION DEL CARGO	Remunerac unificada	Componente salarial	Bono por Responsab	Incremento	Décimo tercer	décimo cuarto
GERENTE	165	24	509.61	28.79	15.75	0.67
SECRETARIA	155	24	175.1	27.52	14.92	0.67
GUARDIA	150	24	122.41	26.88	14.5	0.67
TOTAL MENSUAL						
TOTAL ANUAL						

FUENTE: Tabla de contador 2011

ELABORACIÓN: Los autores

### Anexo N° 14

#### PROYECCION DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Años	Valor 3%
1	19,455.61
2	20,039.28
3	20,640.46
4	21,259.67
5	21,897.46
6	22,554.39
7	23,231.02
8	23,927.95
9	24,645.79
10	25,385.16

### Anexo N° 15

#### PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Escobas	3	1.00	3.00
Trapeadores	3	1.00	3.00
Baldes plásticos	4	1.00	4.00
Recogedores	3	0.50	1.50
Basureros	5	2.00	10.00
Jarras	3	0.50	1.50
<b>Total</b>			<b>23.00</b>

FUENTE: Almacén  
ELABORACIÓN: los autores

## Anexo N° 16

## PROYECCION DE UTILES DE OFICINA

Años	Valor 3%
1	23.00
2	23.69
3	24.40
4	25.13
5	25.89
6	26.66
7	27.46
8	28.29
9	29.14
10	30.01

## Anexo N° 17

## PROSUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Facturas	2	2.00	4.00
Papel Bond por resma	2	2.50	5.00
Sello de caucho	1	10.00	10.00
Cintas para impresora	5	5.00	25.00
Libretas de notas	5	1.00	5.00
Lápiz por caja	1	1.00	1.00
Borradores	3	0.10	0.30
Grapas por cajas	4	0.50	2.00
Clips por caja	2	0.50	1.00
Engrapadora	1	1.50	1.50
Lapiceros caja 25 unid	2	1.50	3.00
<b>Total</b>			<b>57.80</b>

FUENTE: librería estudiante  
ELABORACION: los autores

## Anexo N° 18

## PROYECCION DE SUMINISTROS DE OFICINA

Años	Valor 3%
1	57.80
2	59.53
3	61.32
4	63.16
5	65.05
6	67.01
7	69.02
8	71.09
9	73.22
10	75.42

## Anexo N° 19

## PRESUPUESTO DE PROPAGANDA

Detalle	Val. Mensual	Costo anual
Radio	20.00	240.00
Afiches	10.00	120.00
Periódicos	15.00	180.00
Televisión	25.00	300.00
<b>Total</b>		<b>840.00</b>

FUENTE: Publicidad de la ciudad  
ELABORACIÓN: los autores

### Anexo N° 20

#### PROYECCION DE PROPAGANDA

Años	Valor total 3%
1	840.00
2	865.20
3	891.16
4	917.89
5	945.43
6	973.79
7	1,003.00
8	1,033.09
9	1,064.09
10	1,096.01

### Anexo N° 21

#### PRESUPUESTO MANTENIMIENTO

Detalle	Porcentaje	Valor Total
Mantenimiento de Edificio	1%	488.80
Mantenim. Maqui. Y equipo	3%	231.60
Mantenim. de Herramienta	3%	3.00
Mantenim. Muebles y Enser.	3%	27.00
Mantenim. Equipo de Oficina	3%	72.57
Mantenim. Equip. Computac.	3%	66.00
<b>TOTAL</b>		<b>888.97</b>

FUENTE: presupuesto del proyecto  
ELABORACIÓN : los autores

**Anexo N° 22****PROYECCION DE MANTENIMIENTO**

<b>Años</b>	<b>Valor 5%</b>
2008	888.97
2009	933.42
2010	980.09
2011	1,029.09
2012	1,080.55
2013	1,134.58
2014	1,191.30
2015	1,250.87
2016	1,313.41
2017	1,379.08

# ÍNDICE



## I. ÍNDICE

PORTADA	
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
<b>a. TÍTULO</b>	<b>1</b>
<b>b. RESUMEN</b>	<b>3</b>
<b>c. INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>d. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	<b>14</b>
1. Turismo	14
2. Estadísticas del turismo	15
3. El turista	16
4. Escala global de turismo	17
5. Historia del turismo	18
6. Los desarrollos más recientes	19
7. La provincia de Sucumbíos	23
7.1. Atractivos turísticos	26
<b>e. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>30</b>
1 Materiales	31
2 Métodos	32

<b>f. RESULTADOS</b>	<b>38</b>
1. Encuesta aplicada	39
2. Resultados de la entrevistas	42
<b>g. DISCUSION</b>	<b>53</b>
1. Estudio de mercado	54
1.1. Análisis de la demanda	54
1.2. Análisis de la oferta	60
1.3. Demanda insatisfecha	63
1.4. Marketing Mix.	64
2. Estudio Técnico	71
2.1. Tamaño	71
2.2. Localización	75
2.3. Ingeniería del Proyecto	79
3. Estudio Administrativo	88
3.1. Base legal	88
3.2. Estructura Administrativa	91
3.3. Organigramas.	93
3.4. Manual de funciones	97
4. Estudio Financiero	109
4.1. Activos	110
4.2. Financiamiento de la inversión	121
4.3. Estructura de costos e ingresos	124
5. Evaluación Financiera	138

5.1. Flujo de caja	138
5.2. Valor Actual Neto (VAN)	140
5.3. Tasa interna de Retorno (TIR)	143
5.4. Relación Beneficio-Costo (RBC)	145
5.5. Recuperación de capital (PRC)	147
5.6. Análisis de Sensibilidad	149
<b>h. CONCLUSIONES</b>	<b>153</b>
<b>i. RECOMEDACIONES</b>	<b>157</b>
<b>j. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>160</b>
<b>k. ANEXOS</b>	<b>163</b>
<b>l. INDICE</b>	<b>187</b>