



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE BORBÓN, CANTÓN ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**Previo a la obtención del título de:  
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría**

**AUTORA: MERCADO, S. Yisela I.**

**DIRECTOR: Econ. Estuardo Ayala**

**IBARRA, FEBRERO DEL 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto comprende el “Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia Borbón, Cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas, con enfoque a la práctica de actividades recreativas y al mejoramiento de las actividades turísticas en la parroquia Borbón. Al realizar el Estudio de Mercado se demuestra la existencia de un mercado potencial insatisfecho que puede ser captado a través de un adecuado esfuerzo de mercadotecnia. Esto conlleva a que a través del estudio técnico se pueda determinar el tamaño del proyecto y la infraestructura requerida para la operación del proyecto, de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de los clientes. La inversión del proyecto se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto. El análisis organizacional permitió determinar ciertos aspectos jurídicos y la estructura organizacional de la empresa donde se detalla las funciones de cada individuo que forme parte de la empresa. Por este y los demás estudios realizados se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que ameritan el desarrollo del mismo. El capítulo séptimo son los Impactos que generará el proyecto en el ámbito social, ambiental y económico. Finalizados los capítulos mencionados, se da a conocer las conclusiones y reconocimientos a los cuales se ha llegado con la investigación.

## SUMARY

The present project understands the Study of feasibility for the creation of a tourist complex in Borbón, Canton Eloy Alfaro, province of Emeraldas, with approach to the practice of recreative activities and to the improvement of the tourist activities in the parish Borbón. On having realized the Market research there is demonstrated the existence of a potential unsatisfied market that can be caught across a suitable effort of marketing. This carries that across the technical study could decide the size of the project and the infrastructure needed for the operation of the project, in such a way that it could satisfy the needs of the clients. The investment of the project justifies itself, this way it is demonstrated by the financial realized studies where it achieved to determine that the project relies on solid bases that guarantees his profitability during the period horizon that has the project. The analysis organizacional allowed to determine certain juridical aspects and the structure organizacional of the company where there are detailed the functions of every individual who forms a part of the company. For this one and other realized studies it concludes with the due conclusions and recommendations that deserve the development of the same one. The seventh chapter has the Impacts that the project will generate in the social, environmental and economic area. Finished the mentioned chapters, the conclusions and recognitions are announced to which it has come near with the investigation.

## **DECLARACIÓN**

Yo, Yisela Isabel Mercado Sacón, portador de la cedula de ciudadanía Nro. 080339859-3 declaro bajo juramento que el trabajo de grado aquí descrito es de mi total autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



---

**Yisela I. Mercado S.**

**C.I. 080339859-3**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Egresada YISELA ISABEL MERCADO SACÓN, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURISTICO EN LA PARROQUIA BORBÓN, CANTÓN ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



---

ECÓN. ESTUARDO AYALA

C.C. 040046798.1.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR

#### DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

##### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CEDULA DE IDENTIDAD:</b>	080339859-3
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Yisela Isabel Mercado Sacón
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra, Sector el Olivo, Urbanización Los Alisos casa número 7
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:giss.mercado10@hotmail.com">giss.mercado10@hotmail.com</a>
<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0959962518
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TITULO:</b>	Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en la Parroquia Borbón, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas.
<b>AUTOR:</b>	Yisela Isabel Mercado Sacón
<b>FECHA:</b>	2014-02-28
<b>PROGRAMA:</b>	Pregrado
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera Contabilidad y Auditoría
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Economista Estuardo Ayala

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Yisela Isabel Mercado Sacón, portador de la cedula de ciudadanía nro. 080339859-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## **3. CONSTANCIAS**

El autor manifiesta que la obra objeto de la presentación es original y se la desarrolla, sin violar derechos de autor de terceros, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma u saldrá en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de febrero de 2014

EL AUTOR:



Yisela Isabel Mercado Sacón

080339859-3

## DEDICATORIA

*El presente trabajo de grado se lo dedico en primeras instancias a Dios, por darme la oportunidad de vivir, por siempre guiar mis pasos y por darme la gran bendición que es mi familia.*

*A mis padres, por su apoyo incondicional tanto económico y moralmente, esforzándose día a día por mi bienestar. A mis hermanos por estar siempre conmigo, como amigos y compañeros en momentos difíciles.*

*A todos los miembros de mi familia que me han brindado su apoyo y me ayudaron a cumplir mi objetivo de ser una profesional.*

Yisela Mercado

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por estar siempre presente en cada uno de los momentos de mi vida y por su infinito amor.*

*A mis padres, por estar siempre a mi lado y apoyarme en cada una de mis decisiones.*

*A la Universidad Técnica del Norte, por acogerme y formarme, convirtiéndome en una muy buena profesional. A todas aquellas personas que estuvieron alentándome para conseguir los que hoy en día he conseguido.*

Yisela Mercado

## **PRESENTACIÓN**

En el presente trabajo se ha desarrollado un Estudio de Factibilidad Para la Creación de un Complejo Turístico en la Parroquia Borbón, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas, el mismo que consta de siete capítulos que resumen a continuación:

En el Capítulo I, se plantea el estudio diagnóstico situacional, análisis que permitió tener un conocimiento real de las condiciones en que se encuentra la parroquia Borbón en el aspecto demográfico, social, económico, poblacional y político; la información para realizar el estudio provino del Ministerio de Turismo y de unos de los primeros pobladores de la zona.

En el Capítulo II, se exponen las bases teóricas y científicas que permitirán conocer conceptos básicos de temas referentes al proyecto en donde también se realizará citas bibliografías como fuente de información y análisis de las mismas.

El Capítulo III del desarrollo del proyecto, contempla el estudio de mercado, en el cual se determinó, que existe demanda insatisfecha con relación de la oferta existente. Además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción del servicio y de la empresa al mercado.

En el Capítulo IV, se realiza el estudio técnico e ingeniería del proyecto, en el cual se establece la correcta ubicación del centro de recreación, la distribución de las diferentes áreas y servicios que ofrecerá la empresa, procesos de generación del producto y servicio, además del requerimiento de infraestructura, de activos, de personal y de materias primas necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

En el Capítulo V, consta el estudio financiero, en él, se identifican la estructura de la inversión y del financiamiento, así también los costos, los gastos y la inversión que el proyecto requiera para su ejecución, mismos que serán de mucha utilidad para realizar estados financieros pro-forma entre ellos el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo necesarios para determinar la rentabilidad del proyecto, una vez que se realice el análisis de los indicadores de evaluación, como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio y Período de Recuperación de la Inversión y poder determinar desde el punto de vista financiero, la factibilidad del mismo.

En el Capítulo VI, se presenta la estructura organizacional de la empresa, se establecen las normas legales, el manejo administrativo y todos los requerimientos administrativos que requiere el nuevo proyecto.

En el Capítulo VII, Por último se establecen, los posibles impactos que tendrá la realización de este proyecto, en el aspecto económico, social, y ambiental. Una limitación a tomarse en cuenta sería, si el proyecto generará aspectos negativos considerables para la realización del mismo.

Se concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose que el documento reúne, las normas técnicas y metodológicas de cómo se implementarán las políticas y estrategias que en él se diseña.

## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDO

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	li
SUMMARIZE.....	lii
AUTORÍA.....	Iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	Vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	Vii
DEDICATORIA.....	Viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
PRESENTACIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	12
ÍNDICES DE CUADROS.....	15
ÍNDICES DE GRÁFICOS.....	18
INTRODUCCIÓN.....	19
JUSTIFICACIÓN.....	20
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21

### CAPITULO I

#### DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Objetivos del diagnóstico.....	22
Matriz de relación diagnóstica.....	24
Antecedentes Históricos.....	25
Reseña histórica de la Parroquia Borbón.....	26
Parroquialización.....	27
Como nace el nombre Borbón.....	27
Ubicación geográfica.....	28
Población.....	28
Empleo, Subempleo y Desempleo.....	29
Actividades Económicas de la Parroquia.....	30
Gastronomía.....	34
Turismo.....	34
Tradiciones y Cultura de la Parroquia.....	34
Diagnostico externo Matriz AOOR.....	38

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO

La Empresa.....	40
Complejo.....	45
Complejo Turístico.....	45
Turismo.....	47
Estudio de Mercado.....	50
Mercado.....	51
Mercado Meta.....	51
Segmentación de Mercado.....	51
Componentes del Mercado.....	52
Estudio Técnico.....	55
Tamaño del Proyecto.....	56
Localización del proyecto.....	56

Ingeniería del Proyecto.....	57
Inversión.....	58
Estudio financiero.....	59
Ingresos.....	60
Egresos.....	60
Costos de Producción.....	61
Gastos Administrativos.....	62
Gastos de Ventas.....	63
Gastos Financieros.....	63
Depreciaciones.....	63
Estados Financieros.....	63
Evaluadores Financieros.....	65
Tasa interna de Retorno.....	66
Recuperación de la Inversión.....	66
Organización.....	68
Misión.....	68
Visión.....	69
Organización Funcional.....	69
Orgánico Estructural.....	69
Impactos del Proyecto.....	72

### **CAPITULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivos del Diagnóstico.....	75
Variables del Diagnóstico.....	76
Matriz de Relación Diagnóstica.....	77
Descripción del Servicio.....	78
Mercado Meta.....	85
Calculo de la Muestra.....	86
Información Primaria.....	87
Información Secundaria.....	87
Análisis y Proyección de la Oferta.....	87
Análisis y Proyección de la Demanda.....	92
Demanda Insatisfecha.....	97
Demanda que va a Cubrir el Proyecto.....	98
Análisis y Proyección de Precios.....	100
Comercialización.....	105
Publicidad.....	107

### **CAPITULO IV**

#### **ESTUDIO TÉCNICO**

Tamaño del proyecto.....	108
Localización del Proyecto.....	111
Micro localización.....	112
Macro localización.....	113
Ingeniería del proyecto.....	115
Flujogramas de los Servicios.....	116
Ingeniería Civil.....	121
Inversión.....	133
Inversión Fija.....	134
Inversión diferida.....	134

Capital de Trabajo.....	135
Financiamiento.....	136
Determinación del Personal.....	137

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Determinación de Ingresos.....	138
Determinación de Egresos.....	141
Materia Prima Directa.....	141
Mano de Obra Directa.....	144
Costos Indirectos de Fabricación.....	145
Gastos Administrativos.....	146
Gastos de Venta.....	148
Depreciación de Activos Fijos.....	151
Gastos Financieros.....	152
Estados Financieros Proformas.....	153
Estado de Situación Financiera.....	154
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	155
Flujo de Caja.....	156
Evaluación Financiera.....	157
Costo de Capital.....	157
Tasa de Redescuento.....	157
Cálculo del VAN.....	157
Cálculo del TIR.....	158
Periodo de Recuperación.....	159
Costo Beneficio.....	159
Punto de Equilibrio.....	160

## **CAPITULO VI**

### **ORGANIZACIÓN DE LA NUEVA UNIDAD PRODUCTIVA**

La Empresa.....	165
Misión.....	166
Visión.....	166
Políticas.....	166
Valores.....	167
Base Legal de Constitución.....	168
Orgánico Estructural de la Empresa.....	175
Orgánico Funcional de la Empresa.....	180

## **CAPITULO VII**

### **IMPACTOS DEL PROYECTO**

Evaluación Económica.....	188
Evaluación Social.....	195
Evaluación Ambiental.....	196
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	198
BIBLIOGRAFÍA.....	200
ANEXOS:	201
ANEXO "A" (FICHA DE OBSERVACIÓN).....	202
ANEXO "B" (FORMATO DE ENTREVISTA).....	205
ANEXO "C" (FORMATO ENCUESTAS).....	206
ANEXO "D" (FOTOS DE TERRENO).....	209
ANEXO "E" (PROFORMAS)	

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
1	Matriz de Relación Diagnóstica	24
2	Población del Cantón Eloy Alfaro	29
3	Matriz AOOD	39
4	Matriz de Relación Diagnóstica Estudio de Mercado	70
5	Establecimientos por Ubicación y Categoría	100
6	Crecimiento Anual Histórico	101
7	Proyección del Crecimiento Anual	102
8	Capacidad de los Locales Existentes	103
9	Capacidad Proyectada de los Locales Existentes	104
10	Demanda Proyectada que se Inclinan por el Servicio de Hospedaje	106
11	Demanda Proyectada que se Inclinan por el Servicio de Restaurante	106
12	Demanda Proyectada	107
13	Demanda Insatisfecha	108
14	Cálculo del Porcentaje que Cubrirá el Proyecto	109
15	Capacidad Utilizada	110
16	Distribución de la Capacidad Utilizada por Áreas de Servicio	110
17	Distribución de la Capacidad Utilizada en los Próximos Años	111
18	Análisis de Precios de la Competencia	112
19	Proyección Precios Servicio de Hospedaje	113
20	Proyección Precios Servicio de Alimentación	113
21	Proyección Precios Servicio de Alimentación	114
22	Proyección Precios Servicio de Alimentación	114
23	Proyección Precios Servicio de Piscina Sauna y Turco	115
24	Detalle de dos Gastos de Publicidad	118
25	Prioridad del Sitio para el Adecuado Funcionamiento del Complejo	128
26	Proceso de Prestación de Servicios	129
27	Simbología Internacional para Operaciones	130
28	Proceso de Servicio de Recreación	133
29	Inversión en Terreno	138
30	Resumen Construcción Edificio Habitaciones	138
31	Resumen Construcción Oficinas	138
32	Resumen Construcción Piscinas y Complementos	139
33	Resumen Construcción Espacios Deportivos	139
34	Resumen Construcción de Discoteca y Cocina Restaurant	139
35	Resumen de la Inversión en Obra Civil	140
36	Requerimiento de Mobiliario	140
37	Resumen del Equipo de Oficina	141

38	Menaje y Utilería para Habitaciones, Cocina y Restaurante	141
39	Resumen del Equipo de Computación	142
40	Equipo de Cocina	142
41	Resumen de Equipo de Piscina, Sauna e Hidromasaje	143
42	Equipo de Baño	143
43	Activo no Depreciable	144
44	Activos Fijos Depreciables	145
45	Costos de Investigación	145
46	Legalización de una Compañía Anónima	146
47	Capital de Trabajo	147
48	Composición de la Inversión	147
49	Estructura del Financiamiento	147
50	Requerimientos de Personal	148
51	Ingresos	149
52	Cálculos de Ingresos	150
53	Materia Prima	151
54	Comportamiento Histórico Sueldo Básico Unificado General	152
55	Proyección Mano de Obra Directa	152
56	Proyección Mano de Obra Directa	153
57	Proyección de Cif	153
58	Proyección Mano de Obra Directa Administrativa	154
59	Proyección Mano de Obra Directa Administrativa	154
60	Suministros de Oficina	155
61	Gastos de Publicidad	155
62	Proyección Mano de Obra Directa Ventas	156
63	Presupuesto de Sueldos y Salarios de Ventas	156
64	Porcentaje de Depreciación de Activo Fijos	157
65	Depreciación de Activo Fijos	157
66	Financiamiento	158
67	Tabla de Amortización	158
68	Estado de Situación Inicial	160
69	Estado de Pérdidas y Ganancias	161
70	Flujo de Caja	162
71	Costo de Capital	163
72	Cálculo de la Tasa para el Van	163
73	Cálculo del Van	164
74	Periodo de Recuperación	166
75	Costo – Beneficio	166
76	Punto de Equilibrio	168

77	Requerimiento del Personal para Junta General de Accionistas	180
78	Requerimiento del Personal para Gerencia General	181
79	Requerimiento del Personal de Presidencia	182
80	Requerimientos de Personal para el Área de Contabilidad	183
81	Requerimiento del Personal para Guardianía	184
82	Requerimiento de Personal para Jefe de Cocina	185
83	Requerimientos del Personal para Camareras	186
84	Requerimientos de Personal para el Área de Producción	187
85	Tabla de Valoración de Impactos	188
86	Matriz de Impacto Económico	189
88	Matriz de Evaluación Social	191
89	Matriz de Evaluación Ambiental	193
90	Matriz de Evaluación General	194

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
1	Mapa Limítrofe Parroquial	28
2	Gastronomía de la Parroquia	34
3	Tradiciones – Marimba	36
4	Celebración Cucuruchos	36
5	Celebración Divino Niño	37
6	Fiesta Parroquialización Borbón	38
7	Servicio de Alojamiento	78
8	Servicio de Restaurante	79
9	Servicio de Piscina, Toboganes Sauna y Turco, Vestidores	80
10	Servicio de Bar y Discotecas	80
11	Servicio de Canchas Deportivas	81
12	Área Infantil	81
13	Paseos en Lanchas, Caminatas Ecológicas	82
14	Manglar de Majagual	82
15	Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	83
16	Cayapas-Mataje	83
17	Río Santiago	84
18	La Tolita Pampa de Oro	84
19	Cascadas	85
20	Spa	85
21	Mapa Macro localización Ecuador	120
22	Mapa Macro localización Esmeraldas	120
23	Mapa Macro localización Cantón Eloy Alfaro - Parroquia Borbón	121
24	Proceso del Servicio de Alimentación	125
25	Proceso del Servicio de Alojamiento	126
26	Proceso de Servicio de Recreación	127

## INTRODUCCIÓN

Borbón, Parroquia rural del cantón Eloy Alfaro (Limonos-Valdez) de la provincia de Esmeraldas, ubicada en el noroccidente de la provincia de Esmeraldas, la parroquia Borbón sigue siendo uno de los puertos comerciales más importantes de la zona norte, por el agitado comercio a las distintas comunidades, además del comercio entre las principales actividades que aquí se desarrollan están la pesca, agricultura, recolección de frutas, artesanías, entre otros.

Los primeros pobladores de lo que es actualmente la parroquia Borbón se asentaron frente a donde está actualmente la cabecera cantonal, formando los caseríos, que denominaron Cantarrana y El Naranja. Actualmente la parroquia de Borbón está constituida por 7696 habitantes donde 3931 son hombres y son mujeres 3765 según datos del último censo realizado en el año 2010.

Los deseos de crecer hicieron que sus primeros habitantes el 23 de noviembre de 1928 crearan en el Centro Progreso Borbón, siendo Pedro Enrique Mosquera uno de los hombres considerados más activo, luchador y emprendedor. Fue en ese año que, debido a su ubicación geográfica, empieza a surgir el comercio con la compra de tagua. Las acciones del Centro Progreso Borbón hicieron que el alcalde de Esmeraldas en esa época, Luis Prado Viteri, se interesara por la parroquialización y luego de tres sesiones realizadas se apruebe mediante Decreto Presidencial emitido por Enrique Gallo, el 3 de agosto, siendo puesto en vigencia el 12 de septiembre de 1938.

En esta población lamentablemente no existe ningún centro turístico, por lo que esto ha retrasado al desarrollo, es necesario hacer una investigación para determinar las bondades y aspectos negativos que provocaría la creación de un centro turístico que acoja a turistas nacionales y extranjeros.

## JUSTIFICACIÓN

Las razones que me motivaron para incursionar en el presente proyecto son:

- En la Parroquia Borbón no existen centros turísticos que permitan que los pobladores del sector, turistas nacionales y extranjeros realicen actividades recreacionales y de esparcimientos sanos; los habitantes de este sector no han explotado adecuadamente hasta el momento el campo turístico a pesar de que este sector posee diversidad de atractivos de tipo natural, históricos, arqueológicos, folklóricos, étnicos, artesanales, entre otros.
- La falta de incentivos para la inversión ha generado que Borbón en el campo turístico y en otros se encuentre estancada, pero al crear un Complejo Turístico se crearán nuevas fuentes de trabajo y además se promocionará y publicitará todos los productos turísticos que se encuentren en la parroquia, captando el mayor número de turistas nacionales y extranjeros generando rentas que beneficiarán la forma de vida de los pobladores y al país.
- Porque existe una gran demanda de turistas nacionales y extranjeros que busca nuevas alternativas de entretenimiento y diversión.
- Debido a que actualmente existe poca información y promoción turística del sector por cuanto no existen empresas públicas y privadas que promociones o hagan marketing a nivel nacional e internacional.
- Porque la actividad hotelera es incipiente, necesita la promoción y desarrollo por parte del ministerio de turismos y agencias turísticas.

## OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### a) General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la Parroquia de Borbón, cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas.

### b) Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia Borbón, mediante el análisis de los aliados, oponente, riesgos y oportunidades.
- Elaborar las bases teóricas – científicas del problema, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercado, para analizar la oferta y la demanda, mediante la investigación de campo.
- Establecer los principales impactos que provocaran la implementación del proyecto, mediante la investigación de campo.
- Elaborar una propuesta técnica y económica que permita determinar la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar una guía técnica que reúna todos los estándares de calidad para la creación de un centro turístico en la parroquia de Borbón.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Objetivos del Diagnóstico**

##### **a) General**

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Borbón, destacando las condiciones del desarrollo del turismo, con el fin de invertir en la creación de un complejo turístico en el sector del malecón de la Parroquia.

##### **b) Específicos**

- Establecer los antecedentes históricos de la parroquia Borbón.
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- Analizar los aspectos socio demográfico del área de influencia del proyecto a implantarse.
- Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutará el proyecto.
- Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la nueva microempresa.

#### **1.2. Variables Diagnósticas**

Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis se ha identificado las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- a) Antecedentes Históricos.
- b) Caracterización demográfica
- c) Aspectos geográficos.
- d) Situación socio-económica.
- e) Análisis del entorno.

### **1.3. Indicadores**

- a) Antecedentes Históricos.
  - Reseña histórica.
  - Parroquialización
  - Como Nace el Nombre “Borbón”
- b) Caracterización demográfica
  - Población
- c) Aspectos geográficos.
  - Ubicación territorial.
- d) Situación socio-económica.
  - Actividades Económicas
- e) Análisis del entorno.

#### 1.4. Matriz de Relación Diagnostica

Cuadro N° 1

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS
Establecer los antecedentes históricos de la parroquia Borbón	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica	Documentos bibliográficos	Observación (análisis)
		Parroquialización		
		Cómo nace el nombre Borbón		
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación	Aspectos geográficos	Ubicación	Bibliográficos	Observación (análisis)
		Límites	Bibliográficos	Observación (análisis)
Determinar los aspectos demográficos de la Parroquia Borbón	Demografía	Población en general Población por genero	Documental Datos estadísticos	Observación (análisis)
Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutará el proyecto	Situación socio-económica	Agricultura	Bibliográficas	Observación (análisis)
		Pesca		
		Comercialización		
		Artesanías Turismo		
		Gastronomía Culturas y tradiciones		
Determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la nueva microempresa a implantarse	Análisis del Entorno	Aliados	Observación	Observación (análisis)
		Oponentes		
		Oportunidades		
		Riesgos		

**FUENTE:** Formulación de objetivos, variables e indicadores.

**Elaborado por:** La Autora

## **1.5. Antecedentes**

La provincia de Esmeraldas, es una llanura costera, piedemonte andino y drenado por numerosos ríos.

Está situada en la costa noroccidental del País; con una extensión territorial de 15.573,4 kilómetros cuadrados, con una población de 386.032 habitantes, entre 21 y 25 grados de temperatura y una latitud de 6 metros sobre el nivel del mar, posee siete cantones: Esmeraldas, Atácames, Muísne, Quinindé, Río Verde, Eloy Alfaro y San Lorenzo, su capital es la ciudad de Esmeraldas.

El cantón Eloy Alfaro está ubicado al norte de la Provincia de Esmeraldas, en Ecuador. Valdez o más conocido como Limones es la capital del cantón Eloy Alfaro. Limones queda en una isla dentro del manglar en el norte de Borbón. Se puede llegar a Limones con lancha desde Borbón o desde San Lorenzo.

Las principales poblaciones son Borbón, Maldonado, Selva Alegre, Playa de Oro, Atahualpa, Zapallo Grande, San Francisco del Ónzole y Santo Domingo del Ónzole. Estas poblaciones están distribuidas a lo largo de la cuenca del Río Santiago, donde confluyen además el Río Cayapas y el Río Ónzole. La composición étnica de la población comprende grupos de descendientes africanos, chachis y colonos mestizos.

El 15 de octubre de 1941 el Congreso Nacional acordó fundar el Cantón Eloy Alfaro a partir de 1996 se establece la actual integración del cantón Eloy Alfaro con una extensión superficial de 4.352 km<sup>2</sup>, el número de habitantes 25.389 y una densidad poblacional de 5.8 por Km<sup>2</sup>.

Borbón Parroquia rural del cantón Eloy Alfaro (Limones-Valdez) de la provincia de Esmeraldas, ubicada en el noroccidente de la provincia de Esmeraldas. La parroquia Borbón se caracteriza por ser uno de los puertos comerciales más importantes de la zona norte de Esmeraldas, por el agitado

comercio a las distintas comunidades, además del comercio entre las principales actividades que aquí se desarrollan están la pesca, agricultura, recolección de frutas, artesanías, entre otros. ([www.erudictos.com](http://www.erudictos.com))

Actualmente la parroquia de Borbón está constituida por 7696 habitantes donde 3931 son hombres y 3765 son mujeres según datos arrojados por el INEC en el último censo de población y vivienda.

### **1.6. Reseña Histórica de la Parroquia Borbón**

La historia que se narra de la parroquia Borbón está basada en criterios reales, recogidos de personas nativas de Borbón y que por su conocimiento y acervo cultural están en capacidad de hacer una retrospectiva de la mayoría de los acontecimientos acaecidos en esta población.

La parroquia Borbón se creó a través de la llegada de pobladores colombianos en busca de mejores días, se asentaron al frente de lo que hoy es Borbón formando los caseríos que los denominaron: Cantarrana y el Naranjo. En la segunda década, empiezan a llegar personas de distintos lugares del Ecuador, como don Tomas Marrett y su señora, Eulalia Nazareno, así como también don Edelmo Panchano y otros.

El área donde se encuentra ubicada la parroquia Borbón, perteneció a un señor apellidado Bayona a quien el gobierno le compró en la cantidad de 1000 sucres y cuyas tierras se terminaron de pagar en el año de 1942.

Para gozar de un agradable sitio para vivir los primeros pobladores se interesaron en ubicarse en un sitio definitivo que les permitiera cubrir sus necesidades de vivienda, es así como comienzan desde la parte norte a construir viviendas que en un principio no fueron de lo mejor.

Los terrenos donde se asentaba el pueblo era muy bajo y fangoso, amenazado constantemente por las corrientes de los ríos Santiago y Cayapas, así como también de las lluvias, se valían de canoas para poder llegar de un lugar a otro.

Es así como surge la idea de emprender acciones que permitieran solucionar el problema. Se empieza a organizar y planificar la acción que debían poner en marcha. (Fuente: relatos de pobladores)

#### **a) Parroquialización**

Los deseos de crecer hicieron que sus primeros habitantes el 23 de noviembre de 1928 crearan en el Centro Progreso Borbón, siendo Pedro Enrique Mosquera uno de los hombres considerados más activo, luchador y emprendedor. Fue en ese año que, debido a su ubicación geográfica, empieza a surgir el comercio con la compra de tagua. Las acciones del Centro Progreso Borbón hicieron que el alcalde de Esmeraldas en esa época, Luis Prado Viteri, se interesara por la Parroquialización y luego de tres sesiones realizadas se apruebe mediante Decreto Presidencial emitido por Enrique Gallo, el 3 de agosto sea rectificada, y puesto en vigencia el 12 de septiembre de 1938.

Fue creada por decreto legislativo del 7 de octubre de 1941, publicado en el Registro Oficial No. 342 del 16 de octubre del mismo año.

#### **b) Cómo Nace el Nombre Borbón**

Las versiones dadas, dan a conocer 2 razones de cómo surgió el nombre Borbón:

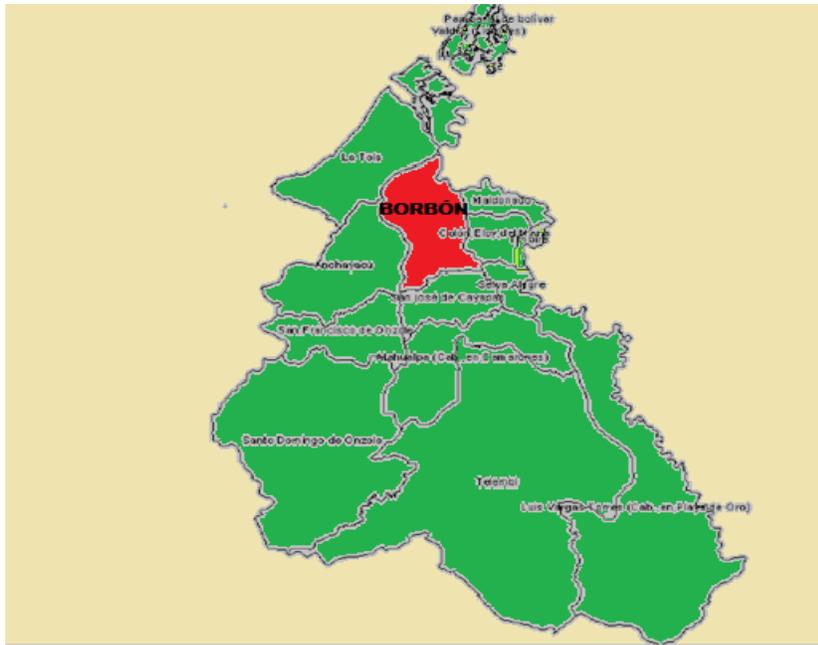
- Que la población lleva este nombre porque habían llegado hasta estas tierras unos españoles y se apellidaban “Borbones”.

- Y la segunda es que en la parte que une a los dos ríos Santiago y Cayapas llamados también hileros, brotaban grandes borbollones.

### 1.7. Ubicación Geográfica

La parroquia Borbón se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Esmeraldas; en la confluencia de los Ríos Santiago y Cayapas, perteneciente al Cantón Eloy Alfaro.

**Grafico N° 1**



Fuente: Página de Internet [www.erudicto.com](http://www.erudicto.com)

### 1.8. Población

Según el último censo poblacional que realizó el INEC en el año 2010 la población representa el 1,45% de Esmeraldas, con una densidad poblacional de 39,96 siendo la tercera parroquia con mayor densidad del Cantón Eloy Alfaro.

**Cuadro N° 2**

<b>POBLACIÓN DEL CANTÓN ELOY ALFARO</b>					
<b>PARROQUIAS</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>	<b>TOTAL</b>
ANCHAYACU	1.432	1.105	-	2.537	2.537
ATAHUALPA	733	721	-	1.454	1.454
BORBON	3.931	3.765	-	7.696	7.696
COLON ELOY DEL MARIA	736	674	-	1.410	1.410
LA TOLA	2.268	2.098	-	4.366	4.366
LUIS VARGAS TORRES	199	153	-	352	352
MALDONADO	948	913	-	1.861	1.861
PAMPANAL DE BOLIVAR	597	521	-	1.118	1.118
SAN FRANCISCO DE ONZOLE	768	662	-	1.430	1.430
SAN JOSE DE CAYAPAS	785	728	-	1.513	1.513
SANTO DOMINGO DE ONZOLE	1.055	879	-	1.934	1.934
SELVA ALEGRE	597	569	-	1.166	1.166
TELEMBI	2.944	2.695	-	5.639	5.639
TIMBIRE	552	485	-	1.037	1.037
VALDEZ (LIMONES)	3.503	2.723	5.302	924	6.226
<b>TOTAL</b>	<b>21.048</b>	<b>18.691</b>	<b>5.302</b>	<b>34.437</b>	<b>39.739</b>

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** La Autora

Hay tres etnias presentes en la parroquia Borbón, que son: los Afroecuatorianos, los grupos indígenas Chachi y Épera, además de la población de colonos.

La población económicamente activa en la parroquia Borbón es de 5.592 según datos del INEC del último censo 2010.

### **1.9. Empleo, Subempleo, y Desempleo**

En lo que se refiere al empleo y subempleo dentro la Parroquia Borbón se puede decir en forma general que es uno de las parroquias a nivel

cantonal que más controlado tiene este problema social debido a la gran cantidad de microempresas existentes dedicadas al comercio, industria maderera y tagua, en la cual se alberga a la mayoría de la población económicamente activa y población en edad de trabajar.

## **1.10. Actividades Económicas de la Parroquia Borbón**

### **a) Agricultura**

En el interior de la parroquia, la agricultura es una principal actividad económica, y en la zona costera de los manglares la agricultura complementa las actividades pesqueras y concheras.

El suelo de la zona tiene algunas características que limitan su potencial productivo, especialmente actividades extensivas agropecuarias. En la actualidad frente al agotamiento de los recursos naturales de la zona, en particular los bosques, la mayoría de las comunidades están incrementando la orientación de sus esfuerzos hacia la agricultura, muchas veces con técnicas inadecuadas.

La crianza de animales menores (cerdos, aves, cuyes) tiene la característica de explotación familiar y constituye una forma de ahorro, donde las ventas están condicionadas a las necesidades familiares.

El plátano es el principal cultivo y la fuente principal de alimentación de las comunidades de la zona, y su producción está orientada hacia el autoconsumo. El principal producto para la venta es el cacao, que ha sido cultivado en la zona desde hace mucho tiempo, sin embargo su productividad es muy baja debido a que son cacaotales sin un manejo técnico adecuado. En la zona existen cacaotales que tienen aproximadamente 25 años.

De los productos agrícolas el principal que se comercializa para generar entradas que sostengan la economía familiar es el coco.

De acuerdo a un diagnóstico realizado por los Chachi, se pudo determinar que la producción de los productos tradicionales como plátano, café y cacao, han disminuido considerablemente en un 50% en estos últimos 10 años, debido al mal manejo, mientras que el 38.5% de las áreas de cultivo están abandonadas parcialmente y en total abandono 6.7%.

### **b) Pesca**

La pesca es la principal actividad económica de las familias en toda la zona de los manglares. La captura es un trabajo que realizan los hombres en los espacios que linderan con el mar y los grandes ríos. Los datos indican que la pesca es una actividad muy rentable.

En términos generales, los ingresos de los pecadores son superiores a aquellos de los agricultores o de los otros sectores económicos de la región.

### **c) Comercialización**

En términos generales, la comercialización de los productos se lo realiza con intermediarios. En todos los casos se vende la materia prima, y el procesamiento de los productos para la venta es inexistente en la zona. Sin embargo, ha habido algunos esfuerzos de las ONG's que operan en la zona en mejorar el proceso de comercialización y agregar valor a los productos primarios en beneficio de las comunidades, ejemplo: comercialización de tagua por CIDESA y el establecimiento de la Red Forestal Comunitaria para la comercialización de madera por CARE-SUBIR.

En la zona del manglar una parte de los productos provenientes de la pesca y la recolección están destinados al consumo familiar, una parte al consumo interno y el grueso de la venta va fuera de la región, particularmente a

Colombia. Para la concha la comercialización está en manos de los intermediarios, siendo los propietarios de las lanchas que llevan a las mujeres al lugar de concheo o comerciantes establecidos localmente. En el caso de las comunidades que se dedican al larveo, el producto se lo vende por su mayor parte a los intermediarios, o en pocos casos, directamente a las camaroneras o laboratorios.

Una parte de los productos agrícolas (coco, yuca, verde, camote, tagua) se dedica al consumo familiar y otra parte al consumo local. El único producto que se comercializa fuera de la región es el coco. Los productores abastecen el coco y venden localmente a los intermediarios, quienes ya tienen establecidas las redes de mercado.

La comercialización de la madera representa una importante fuente de ingreso para las familias de la zona. En el norte el 95% vende la madera en el propio sitio a los intermediarios y el 5% a las empresas madereras instaladas en Borbón.

#### **d) Artesanías**

La elaboración de artesanías es parte de la cotidianidad del esmeraldeño, durante mucho tiempo se han dedicado a actividades artesanales en base de la (tagua, balsa, cáscara de mangle) para de esta manera tratar de satisfacer sus necesidades.

**Labrado de Canoas.-** En su medio de transporte. La madera preferida es la de gualaripo, sin embargo como ésta escasea cada vez más, se utiliza también el purgande, chimbusa, jigua y amarillo. La elaboración puede llevar de 2 a 3 semanas y posteriormente se le da la pulición.

**Bateas.-** Las hay de varias formas y tamaños, las artesas y las bateas para “playar”. Las artesanas sirven para guardar la ropa, para secar granos, etc.

Las de Playar son circulares de fondos aplanados y más delgados y como su nombre lo dice sirven para Playar, (lavado de oro).

**Redes, instrumentos de Pesca.-** La Pesca ha pasado a formar parte importante de la cultura esmeraldeña, ya que constituye una fuente de vida.

Entre los principales tipos de redes tenemos el espinel o calantra, la atarraya, el trasmayo, la red de estacada, la red de playa, el chayo. Entre los instrumentos contruidos de madera y fibras tenemos la catanga, el corral, el cotoco y diversos tipos de arpones.

**El coral Negro.-** Se realiza objetos de adornos como anillos, collares, pulseras, aretes.

El coral se encuentra a 50 o 70 metros de profundidad, adheridos en las rocas.

**La Corteza de Coco.-** El coco es una fruta propia del medio en Esmeraldas, y también es uno de los elementos tradicionales de la Artesanía, como pulseras, anillos, collares, figuras llamativas.

**Sombreros de paja y pelo de coco.-** En la capital de la provincia existen talleres que utilizan fibras naturales como la paja y pelo de la corteza de diversas variedades de palma.

**Cestería.-** Para los habitantes de Esmeraldas, la rampira es un emblema, no solo porque esta fibra vegetal abunda en el bosque húmedo. Con ella los habitantes tejen las cestas, canastos, y demás artesanías que los ayudan subsistir.

### 1.11. Gastronomía

La Parroquia Borbón ofrece una variedad de platos preparados a base de mariscos (pesado, cangrejo, camarón, calamar, conchas, etc.) siempre acompañados de verde, coco y menestras.

Entre los platos y bebidas típicos más representativos están:

**Encocados:** marisco o carnes con el sumo del coco (estofado)

**Tapaos:** es un bocado criollo; carne o pescado y plátano con hojas blancas

**Cebiches:** pescado, camarón, conchas y otros mariscos pasados en aceite, vinagre y limón.

**Pescado frito:** pescado, arroz con menestras, patacones y su rica salsa

**Arroz marinero:** arroz, diferentes mariscos y patacones

**Caipiriña:** aguardiente, limón, azúcar y hielo

**Túmbame negra:** aguardiente, granadilla, maracuyá, naranja y hielo

**Pipa:** agua de coco fresca

**Gráfico N° 2**



**Fuente: Página de Internet [www.visitaecuador.com](http://www.visitaecuador.com)  
Elaborado por: La Autora**

### **1.12. Turismo**

Existen muchas oportunidades que brinda la geografía del cantón, las cuales deben ser aprovechadas apostando a la realización de actividades turísticas como el ecoturismo que mediante una apreciación general de la parroquia Borbón puede ser un camino al desarrollo de la población, por medio de un trabajo conjunto entre ciudadanos, autoridades, y demás interesados porque se desarrolle una actividad que puede tener mucha acogida y generar ingresos económicos para la región.

### 1.13. Tradiciones y Cultura de la Parroquia Borbón

#### a) Marimba

La marimba es una de las principales tradiciones con la que cuenta la Parroquia Borbón, es aquí donde encontramos a unos de sus mayores expositores y representante de esta cultura el maestro Papa Roncón, el guardián de la tradición marimbera. Guillermo Ayoví Erazo, como es el nombre de pila de Papá Roncón, para que la cultura ancestral no se pierda, con su marimba le canta a la naturaleza, a los montes, a la lavandera, o a cualquier situación que le conmueva el alma. Porque la marimba es su señal de identidad, su memoria, “lo que los sacó a ellos (se refiere a sus antepasados) de la esclavitud”.

**Gráfico N° 3**



*Instrumento Marimba Papa Roncón  
Máximo exponente cultural de la Parroquia*

#### b) Celebraciones de Cucuruchos “Fiesta de Reyes”

Al son del bombo y ‘me gusta, me gusta la perinola’, cucuruchos, payasos, viudas, papa Noel y el diablo celebran cada 7 de enero la llegada de los ‘Reyes Mayos’.

Esta es una tradición que se viene desarrollando desde hace más de 50 años, para recordar la fecha de la llegada de los Reyes Magos al portal de Belén, a entregarle regalos al Niño Jesús.

**Gráfico N° 4**



*Fuente: Juan Ayoví promotor Cucuruchos en Borbón*

### **c) Celebraciones al Divino Niño**

Estas fiestas generalmente empiezan con la novena (nueve días), se acostumbra a llevar al Santo por las calles del pueblo por la tarde cantando arrullos acompañados por bombos y recogiendo limosna para cubrir los gastos de esta fiesta.

Se suele acompañar estos arrullos por bombos, el cununo, la guasa, y maraca, raras veces la marimba. Este arrullo consiste en versos cantados por una cantora; donde las demás mujeres le contestan su principal característica, es la alegría, en ocasiones realizan balsas, amarran dos o tres canoas, con una construcción de caña guadua, allí embarcan al Santo acompañado con los músicos y cantores.

En la noche de la víspera se reúne la gente a rezar y romper con el arrullo, hasta el amanecer, la tarea de cantar es propia de las mujeres mientras los hombres acompañan tocando los instrumentos o solo con su asistencia.

Los fiesteros o padrinos para la fiesta de cierto Santo son las personas que en la madrugada del velorio, cogen el Santo en una sábana y lo hacen bailar en la ronda, demostrando así su compromiso con él, al amanecer el propio día del Santo se lo acompaña con una procesión por las calles del pueblo, a veces con tiros de escopeta, pero siempre cantando.

Estas fiestas se realizan depende en la respectiva capilla del Santo Patrón o en las casas de los particulares que decidieron adquirir el compromiso.

**Gráfico N° 5**



#### **d) Fiestas de Parroquialización de Borbón**

Esta celebración tiene lugar el 12 de Septiembre de cada año, dando lugar a la realización de un sinnúmero de actividades organizadas por la municipalidad de Eloy Alfaro en común acuerdo con el Comité Festivo de la Parroquia durante 3 días antes de esta fecha. Entre las actividades que se realizan están:

- Elección y coronación de la Reina de la Parroquia
- Bailes Populares
- Premiación a las autoridades con la Catanga de Oro
- Eventos culturales
- Desfile Cívico y Reunión Solemne entre las principales autoridades

**Gráfico N° 6**



**Fuente:** Investigación directa

**1.14. Diagnóstico Externo**

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información recogida sobre los indicadores: Aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos, que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto.

**CUADRO N° 3  
MATRIZ AOR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Turistas que llegan a la zona en busca de diversión</li> <li>✚ Disponibilidad Infraestructura física</li> <li>✚ Tradiciones de la zona</li> <li>✚ Naturaleza</li> <li>✚ La necesidad de los habitantes</li> <li>✚ La no existencia de un lugar similar en la parroquia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Residenciales</li> <li>✚ Hoteles</li> <li>✚ Hostales</li> <li>✚ Restaurantes</li> <li>✚ Complejos turísticos ubicados en parroquias aledañas a Borbón</li> <li>✚ Leyes estatales</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Desarrollo de nuevas fuentes laborales</li> <li>✚ Nuevo servicio tomando en cuenta la naturaleza</li> <li>✚ Contribuir al desarrollo social y económico de la parroquia</li> <li>✚ Mayor ingreso de turistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Enfrentarse a una inestabilidad económica y política del país</li> <li>✚ La competencia</li> <li>✚ Creación de un centro turístico con las mismas características del complejo que se pretende construir</li> <li>✚ Delincuencia</li> <li>✚ Ambientales, siniestros</li> </ul>
--	---

### 1.15. Determinación de la Oportunidad de Inversión

La idea nace de la necesidad vista en cada uno de los pobladores sobre todo ya que actualmente no contamos con lugares de sana diversión y es por eso que al realizar el diagnostico situacional se pudo evidenciar la gran oportunidad para implementar este proyecto. Mediante el diagnostico situacional que se efectuó, en la parroquia Borbón, del cantón Eloy Alfaro, se puede deducir que este sector cumple con las condiciones para implementar este proyecto, ya que es un lugar lleno de historias, cultura y sobre todo cargado de una naturaleza infinita que cautiva a todos quienes deseen un momento de tranquilidad.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

Este capítulo consta del Marco Referencial que abarca la teoría existente del tema y el Marco conceptual que contiene las bases teóricas del proyecto.

Para sustentar esto, se apoyará en diferentes fuentes de consulta las cuales nos sirvieron de guía para el desarrollo del presente acápite, conocedores de que este va a ser la base fundamental para el exitoso desenvolvimiento del trabajo.

#### **2.1. Empresa**

##### **a) Concepto**

RINCÓN, Carlos, (2009 pág. 6), Expresa: “Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios”.

La empresa es considerada como una organización, institución, o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

## **2.2. Complejo**

### **a) Concepto**

“El término complejo, del latín complexus, permite hacer referencia a aquello que se compone de diversos elementos. Se denomina complejo a la unión de dos o más cosas, al conjunto de fábricas que se ubican una cerca de otra y que se encuentra bajo una misma dirección técnica y financiera y al conjunto de instalaciones o edificios que se agrupan para desarrollar una actividad en común.”

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Un complejo, por lo tanto, consta de varias unidades. Por ejemplo: “Tengo una reserva en un complejo turístico frente al mar Caribe”, “El complejo industrial de mi ciudad sigue creciendo y ya ocupa varias hectáreas”.

## **2.3. Complejo Turístico**

“Un complejo turístico es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, restauración, actividades deportivas y de ocio en general. Todo un abanico de posibilidades que harán de su estancia en un lugar como este hará un recuerdo inolvidable”.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Por lo tanto un complejo turístico abarca todos los servicios referentes a hospedaje, alimentación, diversión y recreación, los mismos que buscan satisfacer la necesidad de salir de una rutina en busca de diversión.

## **2.4. Turismo**

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”.

(Organización Mundial del Turismo)

El turismo constituye un fenómeno de carácter económico, social y cultural consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual, con motivos de recreación, descanso, cultura y salud.

## **2.5. Estudio de Mercado**

KOTLER, Philip. (2008 pág. 127), afirma: “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y 49 problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”.

El estudio de mercado es el instrumento que sirve como apoyo para determinar qué tanta aceptación tiene un producto o servicio en el mercado al que se desea llegar, y cuál es el precio que estarían dispuestos a pagar por acceder a dicho producto o servicio, todo esto mediante estrategias que permitan llegar cada demandante.

## **2.6. Mercado meta**

CHARLES, W. Lamb (2007 pág. 239), Define: “Grupo de personas u organizaciones para las que una compañía designa, implementa y mantiene

una mezcla de marketing que pretende satisfacer las necesidades de ese grupo, lo que resulta en intercambios mutuamente beneficios”

Se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar para cubrir sus necesidades.

## **2.7. Segmentación del mercado**

FRED, David (2003 pág. 278) define: “La segmentación de mercado se utiliza con mucha frecuencia e la implantación de estrategias sobre todo en pequeñas empresas y especializadas. La segmentación del mercado se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compras”

Segmentar el mercado es una variable muy importante en la implementación de nuevas estrategias para poder llegar al cliente y de esta manera incrementar sus ventas.

## **2.8. Componentes del mercado**

El mercado tiene componentes que ayudan a realizar un eficiente estudio del mismo, el análisis adecuado de éstos conllevan a la obtención de los resultados óptimos. Éstos son:

### **a) Producto**

KOTLER, Philip (2008, Pág. 274) dice: “es cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, que pueda satisfacer un deseo o necesidad”.

Los productos pueden ser:

**Tangibles:** los cuales son bienes de naturaleza corporal

**Intangibles:** todos los servicios en general

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing (también conocido como "Marketing Mix" o "Las cuatro P") de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.

## **b) Servicio**

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Complementando la definición un servicio es aquel que es intangible y por lo general se presta a través de otra persona o institución.

## **c) Precio**

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Este es el elemento que determina el nivel de ingresos que se tendrá en un proyecto, de este depende la rentabilidad.

#### **d) Oferta**

URBINA, Baca Gabriel (2006 pág. 48), define como: “la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta está dada por la cantidad de bienes o servicios que una empresa está dispuesta a brindar para satisfacer las necesidades del mercado, fijando un precio razonable para obtener beneficios futuros.

#### **e) Demanda**

URBINA, Baca Gabriel (2006 pág. 17) expresa: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

Lo descrito por el autor señala que la demanda es la cantidad de un bien o servicio puesto a disposición del consumidor en un mercado determinado.

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

#### **f) Comercialización**

URBINA, Baca Gabriel (2006 pág.57), expresa “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es la culminación de un proceso, por medio de la cual el productor realiza un movimiento de sus productos para hacer llegar al consumidor tratando de que ésta sea la más adecuada y satisfaga las necesidades de los dos involucrados.

### **g) Promoción**

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

**a) Publicidad:** definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.

**b) Venta personal:** definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.

**c) Relaciones Públicas (Publicity):** definida como la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.

**d) Promoción de ventas:** actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

La promoción es una herramienta que permite captar mayor cantidad de clientes a través de las diferentes maneras en la que esta se puede realizar.

Permite lograr que nuestro producto o servicio sea más vistoso para el cliente.

## **2.9. Estudio Técnico**

CÓRDOBA, P. Marcial (2009 Pág. 209), expresa:” busca diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio.”

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos de instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

## **2.10. Tamaño del Proyecto**

BACA, Urbina Gabriel (2010 pág. 75) dice: “Es su capacidad instalada se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

De la definición se puede decir que el tamaño del proyecto es la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

## **2.11. Localización del Proyecto**

Consiste en determinar cuál sería el sitio más adecuado para lograr que se obtenga la mayor rentabilidad o el mínimo costo unitario, esto a través del análisis de diferentes variables de localización:

### **a) Macro Localización**

Macro localización, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa

para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

En esta etapa de proyecto es necesarios decidir la zona general en donde se ubicará la empresa o negocio es decir la ciudad, las facilidades que se puede tener dentro de esta para poder desarrollar las actividades en forma normal.

#### **b) Micro Localización**

Micro localización, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Se debe analizar todos los puntos que ayuden a determinar los aspectos que influyan en la puesta en marcha tales como transporte, carreteras, servicios básicos entre otros.

#### **2.12. Ingeniería del Proyecto**

BACA, Urbina Gabriel (2010 pág. 89) sostiene: “resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”

En esta etapa del proyecto se establece todos aquellos factores que intervienen en la ejecución, aquí se determina la infraestructura, los equipos que se va utilizar y sobre todo se establece cuáles serían los procesos productivos.

### **a) Obras de Ingeniería Civil**

Las obras civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con indicación de los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

### **b) Proceso Productivo**

NASSIAR, Sapag Chain (2008 pág.145), se define como: “la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de Mano de Obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación etc.)”.

Seleccionada la tecnología de producción, presentar un análisis del proceso de producción, en el cual se señalen cada una de las fases, desde la recepción de insumos hasta la obtención del producto final y a través del diagrama de flujo del proceso.

### **c) Tecnología**

La tecnología es el conjunto de saberes, conocimientos, habilidades y destrezas interrelacionados con procedimientos para la construcción y uso de artefactos naturales o artificiales que permitan transformar el medio para cubrir necesidades, anhelos, deseos y compulsiones humanas. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

La tecnología abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que sirven para el diseño y construcción de bienes o servicios para satisfacer las necesidades.

#### **d) Infraestructura Física**

Permite estimar cuáles serán las necesidades de espacios y estructura física, para definir las instalaciones requeridas para el funcionamiento, con la determinación de costos y un diseño de los planos a utilizarse.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

La infraestructura física se determina de acuerdo al tipo de proyecto, para lo cual se desarrolla planos arquitectónicos, estructurales y mecánicos si fueran necesarios. La infraestructura física son los ambientes calculados en forma técnica, de acuerdo a la maquinaria y capacidad instalada que va tener un proyecto.

#### **e) Inversión**

BACA, U. Gabriel (2006 Pág.168), manifiesta que: “pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

#### **f) Etapas de Inversión**

Un proyecto inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

##### **✓ Financiamiento**

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

✓ **Ejecución y Montaje**

Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

✓ **Puesta en Marcha**

Denominada también “Etapa De Prueba” consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner “a punto” la empresa, para el inicio de su producción normal.

#### **2.14. Estudio Financiero**

JÁCOME, Walter (2005 Pág. 161) afirma: “El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”.

El Estudio Financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

En ésta parte del proyecto es en donde analizaremos los recursos con los que cuentan las personas que van a invertir para la ejecución del mismo, y definiremos la estructura del financiamiento, que está compuesta por la inversión propia y la financiada. Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

#### **2.14.1. Ingresos**

BRAVO, Mercedes, (2007, pág. 5), define: “Los ingresos es lo que toda actividad económica persigue, procuran el enriquecimiento y desarrollo de la empresa, incrementan el patrimonio y permiten que se cumplan uno de los objetivos de la inversión privada que es el de obtener utilidades.”

Ingreso es cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados.

#### **2.14.2. Egresos**

BRAVO, Mercedes, (2007 pág. 5) define: “Constituye los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa.”

Se denomina egreso a la salida de dinero de una empresa ya sea este en movimiento de caja o bancario, a medida que aumente los egresos en una empresa las utilidades van en disminución.

#### **2.14.3. Costo de producción**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre

el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

(<http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>)

Los costos de producción son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

Los costos de producción permiten transformar los materiales en productos terminados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipos.

Los Costos de Producción se dividen en:

- Materia Prima Directa (M.P.D)
- Mano de Obra Directa (M.O.D)
- Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

#### **a) Materia Prima Directa**

La materia prima directa, son los elementos sobre el cual se ejerce una labor con el objeto de transformarlo en el producto terminado analizado.

(<http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/materia-prima-directa.html>)

Son todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

#### **b) Mano de Obra Directa**

Mano de obra directa: es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en las actividades industriales, comprende todos los egresos por sueldos, salarios, aportes al IESS, horas extras, beneficios sociales, entre otros y demás gastos que estén relacionados con el trabajo humano en tareas de producción.

### **c) Costos Indirectos de Fabricación**

Comprenden aquellos costos de producción que no son ni materiales directos ni mano de obra directa, Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos a los Gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto

(<http://www.monografias.com/trabajos92/>)

Dentro de la implementación de una empresa se deben considerar cada uno de estos costos para determinar los márgenes de pérdidas o ganancias. Para el caso del proyecto son tomados en cuenta desde la etapa de pre inversión, inversión y operación.

#### **2.14.4. Gastos administrativos**

BACA, Gabriel (2006 Pág. 172). Afirma: “son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”

Son los que se originan en las oficinas de administración como: gerencia, secretaria, contabilidad.

#### **2.14.5. Gastos de ventas**

BRAVO, Mercedes (2007 pág.191). Dice: “Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros”.

Son los que se originan en el departamento de ventas y son todos los gastos que demanden el manejo y distribución de las mercaderías que vende la empresa.

#### **2.14.6. Gastos financiero**

BACA, Gabriel (2006 Pág. 172). Dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

#### **2.14.7. Depreciaciones**

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Según esta definición la depreciación permite determinar el desgaste de los bienes a lo largo del tiempo de su adquisición.

#### **2.14.8. Estados Financieros**

RINCÓN, Carlos; (2009 pág.286), Expresa: “Los estados financieros son resúmenes de la información contable que reflejan la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tienen con los movimientos operacionales y económicos de ésta”.

Los Estados Financieros son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía

#### **2.14.9. Estado de Situación Financiera**

RINCÓN, Carlos; (2009 Pág. 287), Afirma: “Es el estado financiero que resume la información contable de la empresa para dar a conocer su situación financiera en una fecha determinada.”

En conclusión el balance general contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto., así como los pasivos que constituyen las obligaciones crediticias y el patrimonio que constituye el capital propio

#### **2.14.10. Estado de Pérdidas y Ganancias**

RINCÓN, Carlos; (2009 Pág. 290), Dice: “El estado de pérdidas y ganancias es el informe financiero que presenta los ingresos obtenidos y los gastos y costos incurridos por la empresa, para reflejar en último, la rentabilidad de ésta en las actividades desarrolladas”.

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas.

#### **2.14.11. Flujo Neto de Caja**

RINCÓN, Carlos; (2009 Pág. 293.), Manifiesta: “Es el estado financiero básico que presenta la información relacionada con los recaudos y desembolsos en efectivo que se derivan de las actividades de operación,

inversión y financiación, llevadas a cabo por el ente contable durante un período”.

El Estado de Flujo del Efectivo en el estado financiero básico que muestra los cambios en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo de la empresa.

#### **2.14.12. Evaluadores financieros**

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación de la inversión
- Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de los índices señalados primero se deberá calcular el Costo de Capital y la Tasa de Rendimiento Medio.

##### **a. Valor Actual Neto**

SAPAG CH, Nassir (2007 Pág. 253), es aquel que: “mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

De acuerdo a la definición el Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Inversión} + \sum \frac{FC}{(1+i)^n}$$

**Dónde:**

**FC** = Flujos de caja netos proyectados.

**i** = Tasa de redescuento.

**n** = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

### **b. Tasa Interna de Retorno**

JÁCOME, Walter (2005 Pág. 84), afirma: “La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero”

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = TI + \frac{TI(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - TI}$$

**Dónde:**

**Ti** = Tasa inferior de redescuento

**Ts** = Tasa superior de redescuento

**VAN** = Valor positivo

**VAN** = Valor negativo

### c. Periodo de recuperación de la inversión

CORDOBA, Marcial (2006 Pág. 362), afirma: “es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”.

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. de años proyectados} / \Sigma FC$$

### d. Punto de equilibrio

GITMAN, Laurence J. (2007 Pág. 439), afirma: “es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”.

El punto de equilibrio indica que los ingresos son iguales a los costos, por lo tanto no existe ni pérdida ni ganancia. Resulta válido únicamente para el primer año, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

**Dónde:**

**CF** = Costo fijo

**MC** = Margen de contribución

El Margen de contribución es igual a: Precio de Venta - Costo Variable

#### **e. Relación Beneficio - Costo**

SAPAG, CH. Nassir (2007 Pág. 256), manifiesta que: “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”.

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

La fórmula de cálculo es:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

### **2.15. Organización**

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse el medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

Toda organización se deriva de la división del trabajo e implica, por otra parte, la definición de las líneas de mando o relaciones de poder dentro de la institución, de modo tal que quede especificado quién toma cada una de las múltiples decisiones que se llevan a cabo en la marcha de los negocios.

#### **2.15.1. Misión**

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su

entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer.

(<http://www.promonegocios.net>)

Es la razón de ser de la organización, su formulación es una etapa de las más importantes en el proceso de planeación.

### **2.15.2. Visión**

Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

(<http://www.promonegocios.net>)

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.

### **2.15.3. Orgánico Funcional**

La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización. Apoya al cumplimiento del Plan Estratégico; y, facilita la coordinación institucional.

(<http://www.apaconsultores.com/pe/index>.)

Divide la organización por funciones típicas: personal, finanzas, producción o manufactura, ingeniería, etc. donde cada trabajador responde o no a un solo jefe.

#### **2.15.4. Orgánico Estructural**

Indica la estructura básica de una organización. Permite conocer las Unidades que integran la Estructura Administrativa de un organismo y como se relacionan.

(<http://www.monografias.com/trabajos88/organigrama/organigrama.>)

Este organigrama ubica a la máxima autoridad en la parte superior y a partir de ella se desprenden los diferentes niveles de jerarquía.

#### **2.15.5. Valores**

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud. Nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes.

([www.elvalordelosvalores.com](http://www.elvalordelosvalores.com))

En una organización los valores son el marco del comportamiento que deben tener sus integrantes, y dependen de la naturaleza de la organización (su razón de ser); del propósito para el cual fue creada (sus objetivos); y de su proyección en el futuro (su visión).

#### **2.15.6. Principios**

Un principio es una ley o regla que se cumple o debe seguirse con cierto propósito, como consecuencia necesaria de algo o con el fin de lograr cierto propósito. Las leyes naturales son ejemplos de principios físicos, en matemáticas, lingüística, algorítmico y otros campos también existen

principios necesarios o que se cumplen sin más o que deberían cumplirse si se pretende tener cierto estado de hechos.

([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos.

#### **2.15.7. Políticas**

Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.

(<http://www.buenastareas.com>)

Las políticas son los medios que permiten alcanzar los objetivos anuales; incluyen directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de los objetivos propuestos.

#### **2.15.8. Procesos Administrativos**

El proceso administrativo comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo. Las diversas funciones del administrador, en conjunto, conforman el proceso administrativo. Por ejemplo, planeación, organización, dirección y control, consideradas por separado, constituyen las funciones administrativas, cuando se toman como una totalidad para conseguir objetivos, conforman el proceso administrativo.

- **Planeación**

"La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización ".A. Reyes Ponce.

- **Organización**

"Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir." Eugenio Sixto Velasco.

- **Dirección**

Consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización. Burt K. Scanlan.

Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión. Lerner y Baker.

- **Ejecución.**

Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción están: dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

En conclusión los procesos permiten llevar un mayor orden dentro de una organización porque se designan funciones a cada área, siendo estas responsables por cada uno de sus procesos.

## **2.16. Impactos**

JACOME, Walter (2005 pág.171); Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

A través de esta definición cabe recalcar que es de suma importancia analizar su efecto cuantificando y cualificando, permitiendo establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.

### **2.16.1. Impactos Económicos**

VILLAVICENCIO, Sandra (2008, Pág. 113), dice: “El impacto económico tiende a ser usado para evaluar los proyectos, porque a más de involucrar aspectos financieros lo relaciona con los demás impactos que tengan efecto en el estudio”.

El indicador de impacto que se pretende lograr con este proyecto es la generación de fuentes de trabajo en la zona de intervención y sobretodo servir de modelo productivo alternativo para que mediante la demostración las familias puedan emprender en nuevas formas de producir.

### **2.16.2. Impactos Sociales**

FONTAINE, Ernesto (2006, pág. 136) define: “Contribuye a que el proyecto sea más sensible a las inquietudes en materia de desarrollo social. Asiste al prestatario a llegar a los grupos vulnerables y pobres, y asegura

que los objetivos del proyecto sean aceptables para sus presuntos beneficiarios”.

Incide en la medición de los efectos sociales que se originan como consecuencia de una intervención sea de bienes o servicios en un ciclo de vida del proyecto.

### **2.16.3. Impactos Ambientales**

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Son las consecuencias favorables o no favorables que se determinan antes, durante y después de una intervención, algunos indicadores de impacto pueden ser: manejo de desechos, utilización de aguas servidas, etc.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta fundamental en la viabilidad y factibilidad de un proyecto de inversión sea esta de producción o de prestación de servicios.

#### **3.1. Objetivo General**

Analizar el mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de los productos que oferte el proyecto y determinar nuestros potenciales clientes para el nuevo complejo turístico en la parroquia Borbón.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar y describir las principales características de los servicios a brindar en el complejo turístico.
- Establecer la calidad del servicio que las empresas están ofertando actualmente.
- Realizar un análisis de la demanda del servicio a colocar en el mercado turístico local.
- Determinar el precio del servicio a brindar.
- Determinar la forma de comercializar los servicios que prestará el complejo turístico.

- Estudiar los mecanismos y procesos de difusión de los servicios turísticos que se utilizará.

### **3.3. Variables**

- Servicio
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Comercialización
- Publicidad

### 3.4. Matriz de Relación Diagnostica

**CUADRO N° 4**

<b>Objetivos</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinar y describir las principales características de los servicios a brindar en el complejo turístico.	Servicio	Principales tipos de servicios Características de los servicios	Bibliográficas Empresas Profesionales de las ramas	Observación Entrevista Encuesta
Establecer la calidad del servicio que las empresas están ofertando actualmente.	Oferta	Cantidad de servicios Número de instalaciones afines	Empresas Negocios afines	Observación Entrevista
Realizar un análisis de la demanda del servicio a colocar en el mercado turístico local. Determinar la cantidad de servicio que demanden las personas.	Demanda	Gustos y preferencias del Consumidor Cantidad de servicio demandado	Consumidores – población	Encuesta
Determinar el precio del servicio a brindar.	Precio	Precio de imitación Preferencias de precios por el consumidor	Población Empresas Gerentes	Encuesta Entrevista Observación
Determinar la forma de comercializar los servicios que prestara el complejo turístico.	Comercialización	Formas de comercialización	Profesionales de las ramas Bibliográficas	Entrevista Observación
Estudiar los mecanismos y procesos de difusión de los servicios turísticos que se utilizará	Publicidad	Medios para publicitar Políticas	Bibliográficos	Observación Encuesta

*Fuente: Formulación de objetivos, variables e indicadores.*

*Elaborado por: La Autora*

### 3.5. Descripción del Servicio

Al hablar de complejo turístico, lo relacionamos con un sinnúmero de servicios especialmente con la gastronomía y el hospedaje. Esta se refiere a varios componentes culturales, siendo su eje central la comida. Bajo esta relación el turismo gastronómico se postula en el mundo como una alternativa económica, insertada en los principios del manejo sustentable de los recursos naturales, integrando aspectos fundamentales como: la conservación del ambiente, fortalecimiento de su identidad cultural y los recursos económicos derivados de toda actividad turística.

#### a) Servicio de Alojamiento

La institución prestará el servicio de alojamiento, haciendo que el cliente se sienta en un ambiente relajado y de comodidad ya que se contará con habitaciones lo suficientemente cómodas, amplias y bien adecentadas con muebles confortables, baño privado, TV cable, DVD, rodeada de un ambiente natural en donde el cliente se encuentre satisfecho con el servicio brindado.

**Gráfico N° 7**



*Elaborado por: La Autora*

## **b) Servicio Restaurante**

El centro de recreación contará con servicio de restaurante, con una gran variedad de menús de comidas y platos típicos de la zona norte del país e internacionales, elaborados con productos de calidad, nutritivos y valores nutricionales que contengan una dieta balanceada y apta para el consumo humano. Se contará para ello, con personal altamente capacitado en la preparación y elaboración de estos tipos de alimentos.

**Gráfico N° 8**



*Elaborado por: La Autora*

## **c) Servicio de Piscina, Toboganes, Sauna y Turco, Vestidores**

La piscina, tendrá el acondicionamiento necesario para que sirva para la relajación y la práctica del deporte de la natación, considerado a este como uno de los deportes más completos, se la cubrirá con techo, para que se la pueda disfrutar en cualquier tipo de clima, siendo además un lugar muy divertido para niños y personas adultas de todo género.

Se complementará con sauna, turco, hidromasaje y yacusi; será otro atractivo del complejo, este servicio complementario ayudará a un mejor relajamiento y confort para que se sientan de mejor forma los visitantes de todas las edades.

**Gráfico N° 9**



*Elaborado por: La Autora*

**d) Servicio de Bar y Discotecas**

Para que los visitantes tengan momentos de esparcimiento y más placenteros se encontrará a disposición el servicio de bar, en el cual se ofrecerá todo tipo de bebidas, acompañadas con una excelente música dando un ambiente de placer pero sin excesos para que sea sana la estadía de los clientes.

**Gráfico N° 10**



*Elaborado por: La Autora*

### e) Servicio de Canchas Deportivas

Uno de los servicios más importantes con el cual debe contar el Centro de recreación y esparcimiento son las canchas deportivas de primer nivel para la práctica de deportes como: tenis, raquetball, básquet, vóley, fulbito y escalamiento; además, agregando a esto un excelente servicio satisfaciendo así la necesidad de recreación de los visitantes.

**Gráfico N° 11**



Elaborado por: La Autora

### f) Área Infantil

No se puede descuidar este tipo de servicios ya que los principales beneficiarios serán los niños, para lo cual se contará con todos los atractivos de un parque infantil adecuado de acuerdo al medio que nos rodea.

**Gráfico N° 12**



Elaborado por: La Autora

### g) Paseos en Lanchas, Caminatas Ecológicas

**Gráfico N° 13**



*Elaborado por: La Autora*

### h) Visitas a los Diferentes Atractivos de la Zona

Esta parroquia es rica en turismo ya que por ser un puerto de llegada da la oportunidad de que los turistas puedan visitar los diferentes atractivos turísticos aledaños y cerca de la parroquia entre ellos están:

#### ✓ **Manglar de Majagual**

Conocido como los manglares más altos del mundo, ubicada al norte de la Ruta del Spondylus, se caracteriza por un extenso bosque de mangle, en donde se encuentran árboles que alcanzan los 50 metros de altura y tienen más de 100 años. Asimismo hay variedad de aves, peces y moluscos hasta restos arqueológicos.



**Gráfico N° 14**

*Elaborado por: La Autora*

✓ **Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas**

Con una extensión de 240 mil hectáreas, se encuentra en las provincias de Imbabura y Esmeraldas. Posee una variedad de climas que van del templado periódicamente húmedo y frío del alto andino al tropical lluvioso.



**Gráfico N° 15**  
*Elaborado por: La Autora*

✓ **Cayapas-Mataje**

Es uno de los últimos remanentes del manglar, del cual dependen social, ambiental y económicamente los pueblos ancestrales de San Lorenzo y Eloy Alfaro.



**Gráfico N° 16**  
*Elaborado por: La Autora*

✓ **El Río Santiago**

Integra lugares naturales y turísticos del cantón Eloy Alfaro

En ella se puede observar una fauna exótica.



**Gráfico N° 17**

*Elaborado por: La Autora*

✓ **La Tolita Pampa de Oro**

Uno de los principales atractivos es La Tolita Pampa Grande que guarda restos arqueológicos de quienes la habitaron entre los años 500 AC y 500 DC.

La cultura Tolita se asienta en la pequeña isla Tolita Pampa de Oro, donde se encuentran vestigios arqueológicos, lugar de hallazgos de la máscara de oro que es utilizada como símbolo del Banco Central del Ecuador, y también como una identificación a nivel internacional para promover el turismo del país.



**Gráfico N° 18**

*Elaborado por: La Autora*

## ✓ Cascadas

Realizar recorridos turísticos partiendo desde el complejo hacia las diferentes parroquias aledañas donde se encuentran las principales cascadas entre ellas está la cascada de Timbiré, el Triguillo, etc.



**Gráfico N° 19**  
*Elaborado por: La Autora*

### i) Spa

Instalaciones preparadas especialmente con este fin y tratamientos regenerativos y de restablecimiento constituyen una oferta muy atractiva para un segmento de la demanda, relacionado a altos ingresos.

Los servicios de spa suelen ser abiertos a la comunidad, no solamente a las personas alojadas en ese hotel.



**Gráfico N° 20**  
*Elaborado por: La Autora*

### 3.6. Mercado Meta

Se prevé que el mercado potencial para la prestación del servicio, será la Parroquia Borbón y demás parroquias aledañas del Cantón Eloy Alfaro y tratando de cubrir todo el norte de la Provincia de Esmeraldas.

El mercado meta en este proyecto principalmente está integrado por los pobladores de la parroquia Borbón que buscan otra zona bien sea por trabajo o en busca de actividades turísticas.

### 3.7. Calculo de la Muestra

La población motivo de la investigación será los habitantes de la parroquia Borbón, lo mismos que son alrededor de 7696 personas, para esto se aplicará la técnica de la encuesta y la fórmula matemática para determinar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z_2 \cdot \sigma^2}{\varepsilon_2(N - 1) + Z_2 \cdot \sigma^2}$$

**Dónde:**

- **N=7696**
- **Z=1,96**
- **$\sigma=50\%$  o 0,5**
- **e=5%** o 0,05
- **Nivel de confianza.- 95%**

$$n = \frac{7696 \times 1,96_2 \times 0,5^2}{0,05_2(7696 - 1) + 1,96_2 \times 0,5^2}$$

$$n = \frac{7391,24}{20,20}$$

$$n = 360$$

### **3.8. Información Primaria**

#### **a) Encuestas**

Las encuestas se realizaron a la población de la Parroquia Borbón comprendida entre 16 y 65 años.

#### **b) Entrevistas**

Se aplicaron a propietarios y administradores de los negocios turísticos existentes en la Parroquia Borbón.

#### **c) Observación**

Se aplicó la observación directa a los actuales negocios turísticos existentes en la Parroquia Borbón.

### **3.9. Información Secundaria**

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

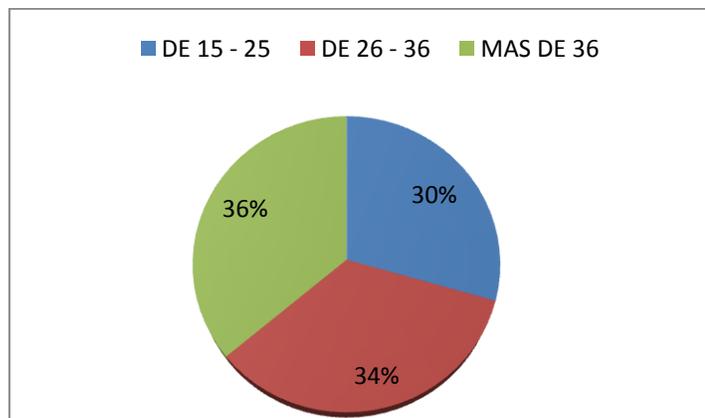
- ✓ Revistas
- ✓ Bibliografía Especializada
- ✓ Internet

**Análisis de las encuestas realizadas a pobladores de la Parroquia Borbón y las entrevistas a oferentes de servicios turísticos**

**RANGO DE EDAD**

**TABLA N° 1**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUEN CIA</b>	<b>VARIACIONES %</b>
DE 15 – 25	106	29
DE 26 – 36	124	34
MAS DE 36	130	36
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



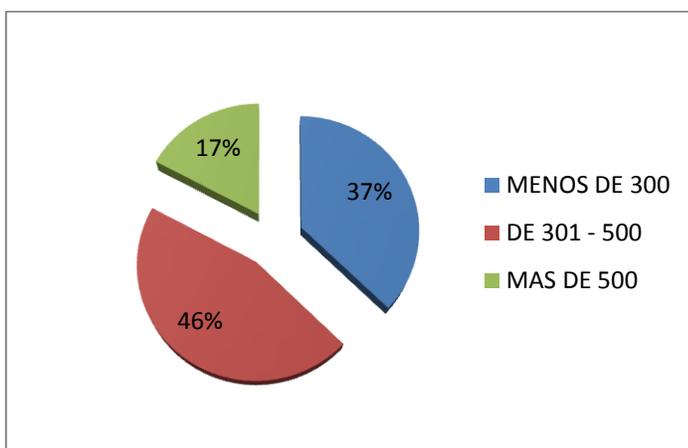
**Análisis:**

En este estudio se pudo determinar que en un 70% que representa la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en un rango de más de 26 años.

## RANGO DE INGRESOS

TABLA N° 2

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
MENOS DE 300	134	37
DE 301 – 500	164	46
MAS DE 500	62	17
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



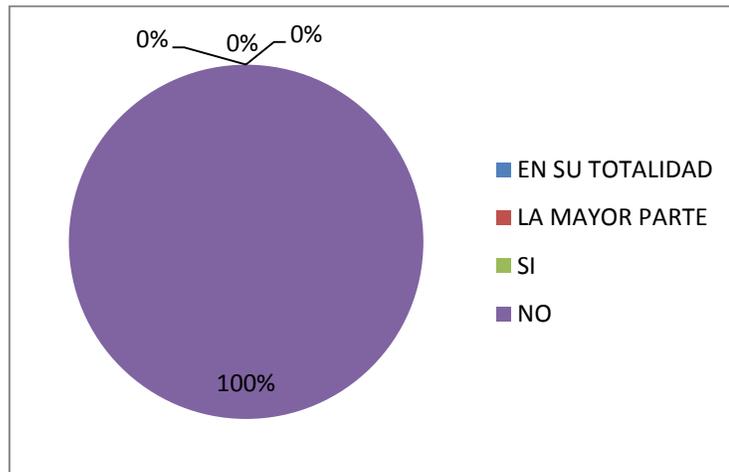
### Análisis:

Entre las personas encuestadas se pudo concluir que la mayoría de estas sus ingresos mensuales están rodeando entre los 301 a 500 dólares, lo cual es muy factible para implementar un tipo de proyecto como este.

**Pregunta N° 1.** ¿Conoce usted en la Parroquia Borbón de algún complejo turístico que preste los servicios: Alojamiento, restaurante, piscina, turco, sauna, cabalgatas?

**TABLA N° 3**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
SI	0	0
NO	360	100
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



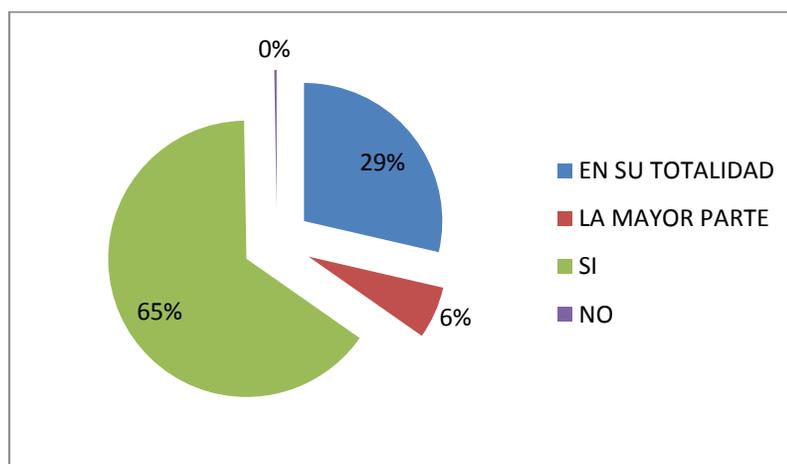
**Análisis:**

Las personas encuestadas, todas en general concuerdan que en la parroquia no existe un centro recreacional que cuente con los servicios antes mencionado.

**Pregunta N° 2.** ¿Considera usted que debe existir un complejo turístico que preste todos los servicios mencionados anteriormente?

**TABLA N° 4**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
EN SU TOTALIDAD	103	29
LA MAYOR PARTE	22	6
SI	234	65
NO	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



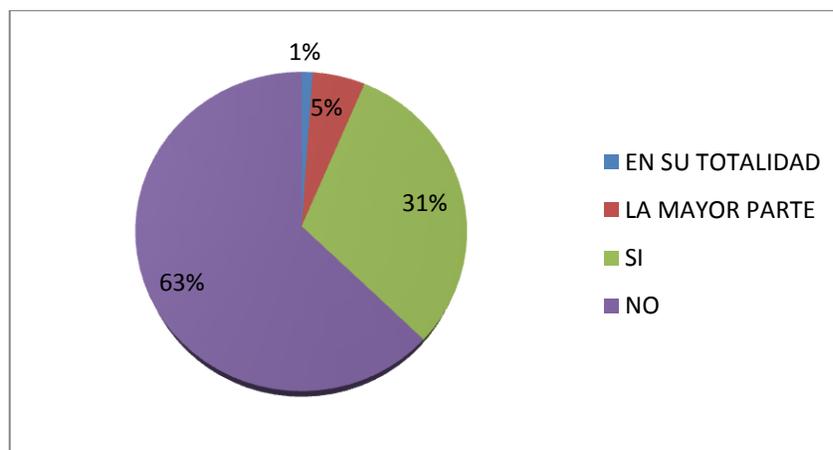
**Análisis:**

Las personas encuestadas, en su mayoría concuerdan que en la parroquia debe existir en su totalidad un centro recreacional que cuente con los servicios antes mencionado.

**Pregunta N° 3.** ¿Cree usted que la Parroquia ofrece las condiciones necesarias para recibir a turistas?

**TABLA N° 5**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
EN SU TOTALIDAD	4	1
LA MAYOR PARTE	19	5
SI	111	31
NO	226	63
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



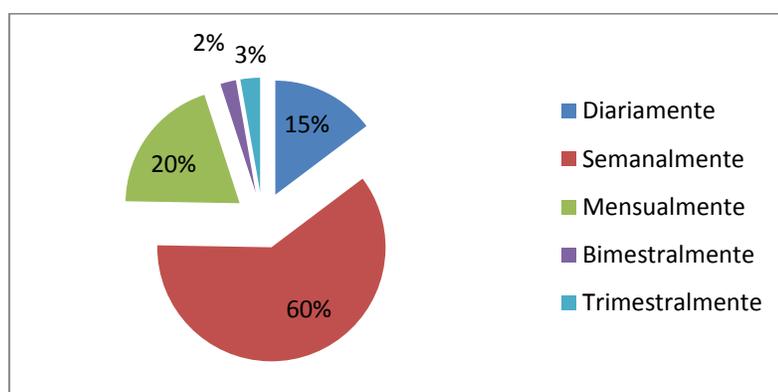
**Análisis:**

En la tabulación de datos se pudo determinar que la mayoría de las personas encuestadas creen que la Parroquia actualmente no cuenta con las condiciones necesarias para recibir a turistas, esto se debe a la falta de atención a esta área por parte de las autoridades locales.

**Pregunta N° 4.** Si se creara un complejo turístico en la Parroquia, ¿Con qué frecuencia usted acudiría a él?

**TABLA N° 6**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
Diariamente	53	15
Semanalmente	218	60
Mensualmente	71	20
Bimestralmente	8	2
Trimestralmente	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



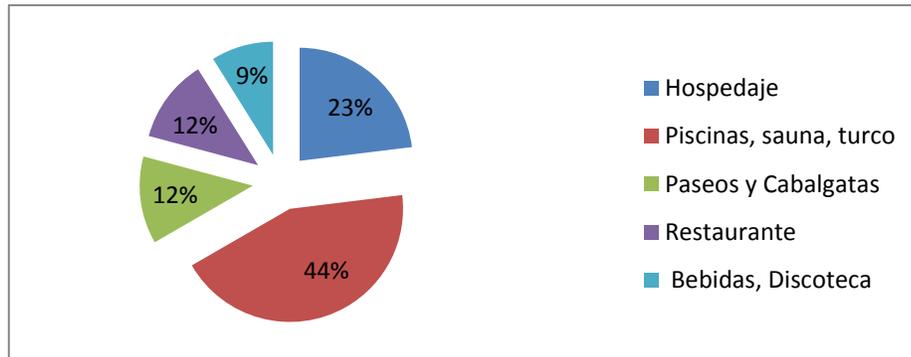
**Análisis:**

Para las personas encuestadas, tomando en consideración los porcentajes respectivamente visitarían el complejo en su mayoría semanalmente, seguido por mensualmente y trimestralmente.

**Pregunta N° 5.** ¿De los servicios que ofrecería el complejo por cual se inclinaría usted como visitante?

**TABLA N° 7**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
Hospedaje	83	23
Piscinas, sauna, turco	157	44
Paseos y Cabalgatas	77	21
Restaurante	43	12
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



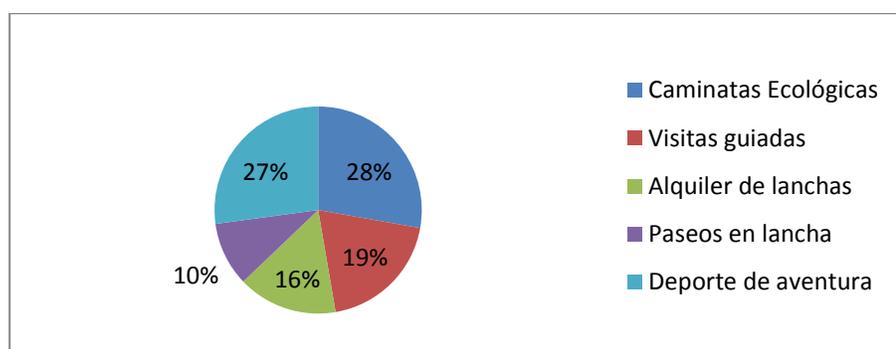
**Análisis:**

De los servicios que ofrecería el complejo según los datos recopilados en las encuestas los servicios recreativos que prefieren en su orden son: son las piscinas, seguidas de hospedaje, sin embargo de ello también los restaurantes y los paseos en cabalgatas son de preferencia por los entrevistados.

**Pregunta N° 6.** Como actividades extras, ¿cuál de estas le gustaría que el Complejo Turístico tenga?

**TABLA N° 8**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUEN CIA</b>	<b>VARIACIONES %</b>
Caminatas Ecológicas	175	28
Visitas guiadas	123	20
Alquiler de lanchas	98	16
Paseos en lancha	63	10
Deporte de aventura	171	27
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>



**Análisis:**

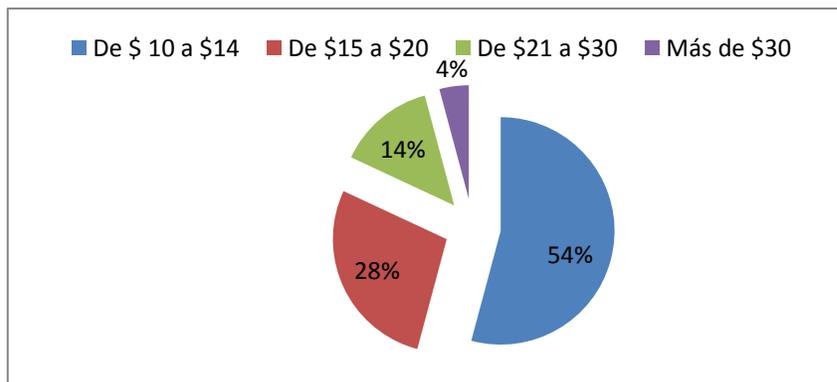
Por medio de los datos obtenidos, su tabulación y análisis se determina que un gran porcentaje de visitantes prefieren los servicios tradicionales como Bar, Restaurante, piscina, canchas de deportes y áreas infantiles; lo que permite a su vez pensar en nuevos servicios con los cuales se pretende atraer a nuevos turistas, como lo consideran un porcentaje aceptable que accede a la instauración de servicios adicionales como lo es una discoteca, el servicio de una niñera y un mini súper mercado.

**Pregunta N° 7.** De acuerdo a sus ingresos, cuanto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de: Hospedaje, restaurante, bebidas, áreas de esparcimiento y relajación, paseos y cabalgatas.

**TABLA N° 9**

**a. Hospedaje**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>VARIACIONES %</b>
De \$ 10 a \$14	195	54
De \$15 a \$20	100	28
De \$21 a \$30	50	14
Más de \$30	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:**

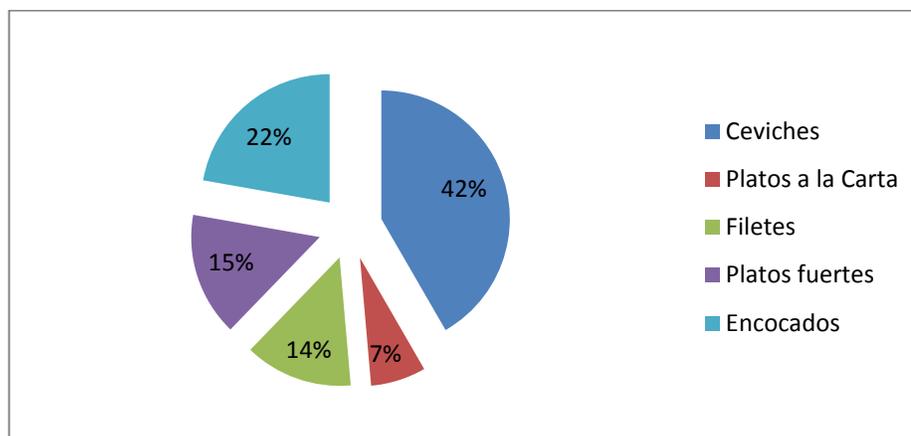
La mayoría de las personas investigadas han optado por pagar entre 10 y 14 dólares de acuerdo a la situación económica actual. Y según comentarios de las mismas, estarían de acuerdo en pagar más una vez que hayan experimentado la calidad de este servicio.

## b. Restaurante

¿Usted que plato prefiere?

TABLA N° 10

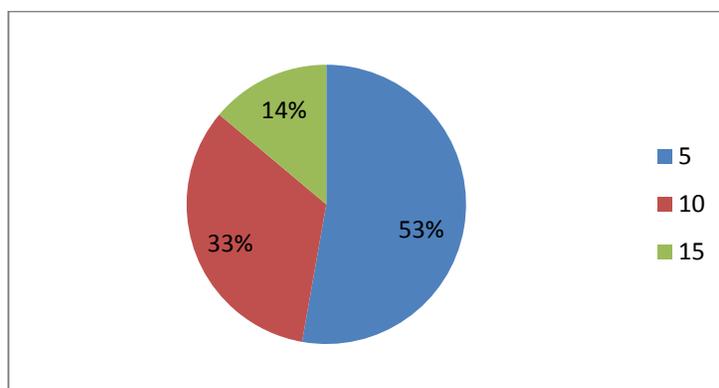
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	VARIACIONES %
Ceviches	150	42
Platos a la Carta	25	7
Filetes	49	14
Platos fuertes	56	16
Encocados	80	22
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** La mayor parte de la población encuestada tiene preferencia por el ceviche, el resultado determina que el 42% prefiere el tradicional plato típico de la zona, el ceviche, desde siempre este plato ha sido considerado afrodisiaco y es por este motivo que muchas personas prefieren los mariscos.

**TABLA N° 11**

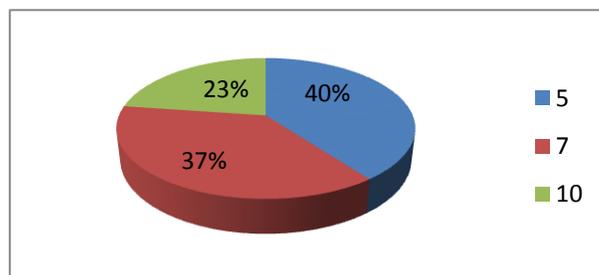
PRECIOS	FRECUENCIA	VARIACIONES %
<b>Ceviches</b>		
5	190	53
10	120	33
15	50	14
	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** En el caso de los precios de restaurante y de acuerdo a la información los encuestado para el plato de Ceviches pagarían entre 5 y 10 dólares por este plato, al ser un plato típico de la zona resulta caro y las personas si estarían dispuestas a pagar si se ofrece un plato de calidad y exquisito.

**TABLA N° 12**

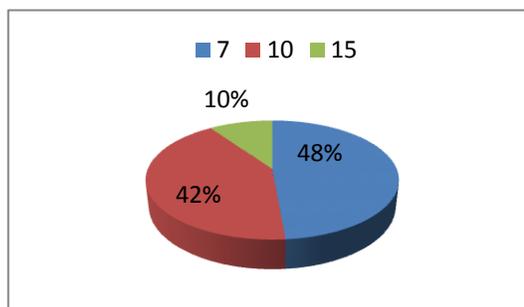
✚ Encocados		
3.1 - 5	143	40
5.1 - 7	135	38
7.1 - 10	82	23
	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** En el caso del plato Encocados los encuestados están dispuestos a satisfacer esta necesidad por un valor que ronda entre los 5 y 7 dólares precios que ellos opinan está muy bien para este tipo de plato.

**TABLA N° 13**

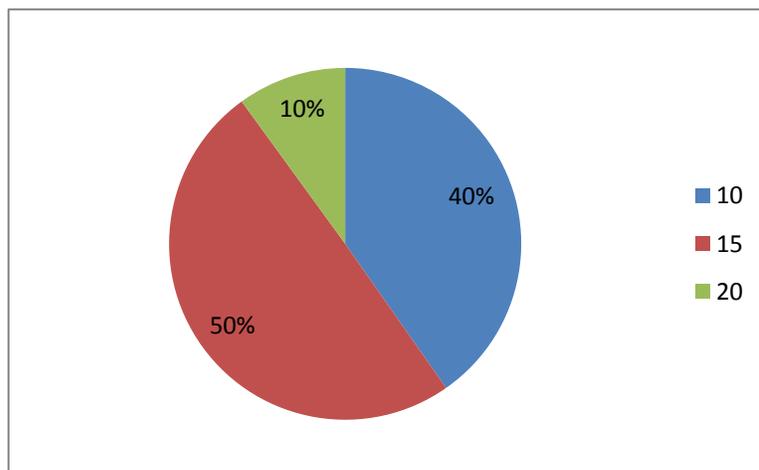
✚ Platos fuertes		
7	175	49
10	150	42
15	35	10
	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** Los entrevistados en este tipo de plato se encontraban en su mayoría divididos y a esto justifica el porcentaje en los datos, ellos opinan que el precio adecuado se encuentra entre 7 y 10 dólares; hay que recalcar que la mayoría toma de referencia los precios de la competencia existente.

**TABLA N° 14**

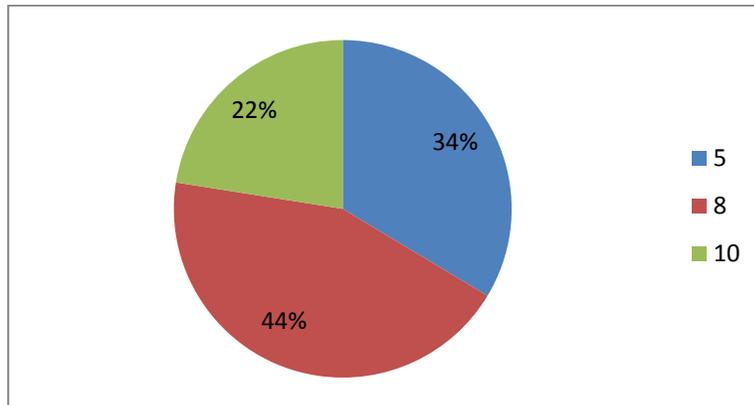
✚ Platos a la carta		
10	145	40
15	179	50
20	36	10
	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** La mayoría de entrevistados están en común acuerdo que el precio de este plato si exige un poco más por lo que consideran que tenga un valor entre los 15 dólares.

**TABLA N° 15**

✚ Filetes		
5	121	34
8	158	44
10	81	23
	<b>360</b>	<b>100</b>

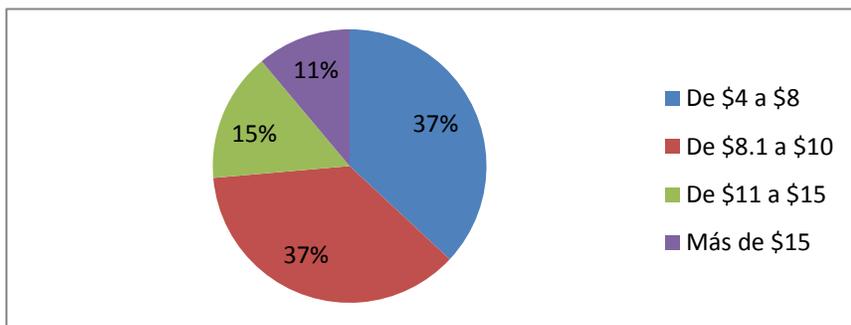


**Análisis:** En este plato el precio estuvo muy dividido por lo que se cree conveniente establecer un precio entre los 8 a 10 dólares según los datos obtenidos de las encuestas.

**TABLA N° 16**

**c. Área de esparcimiento y relajación**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	VARIACIONES %
De \$4 a \$8	133	37
De \$8.1 a \$10	132	37
De \$11 a \$15	55	15
Más de \$15	40	11
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



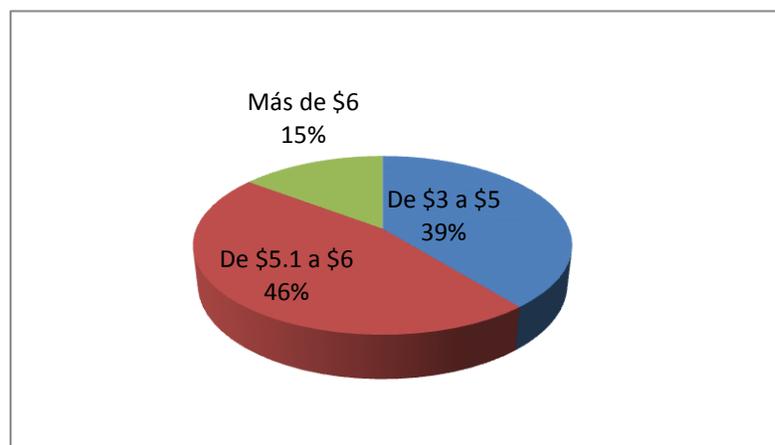
**Análisis:** En el caso de los precios de Esparcimiento y Relajación y de acuerdo a la información los encuestado pagarían: de \$4 a \$8 pero hay una

diferencia muy estrecha entre los que estarían dispuestos a pagar entre 8,1 y 10 esto será de acuerdo a los servicios que deseen aplicar.

#### d. Paseos y caminatas

TABLA N° 17

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
De \$3 a \$5	141	39
De \$5.1 a \$6	166	46
Más de \$6	53	15
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>

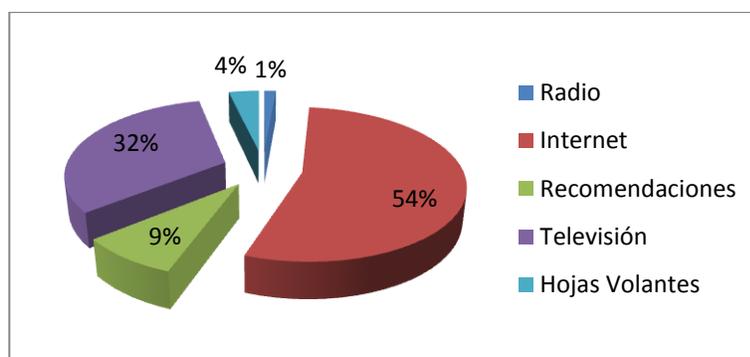


**Análisis:** Se lograría determinar que los encuestados estarían dispuestos a pagar de 5 a 6 por el servicio de paseos y cabalgatas.

**Pregunta N° 8.** ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer los lugares turísticos?

**TABLA N° 18**

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	VARIACIONES %
Radio	5	1
Internet	195	54
Recomendaciones	31	9
Televisión	116	32
Hojas Volantes	13	4
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100</b>



**Análisis:** Los turistas opinan, que al existir un sin número de medios de comunicación en la actualidad se hace sencillo conocer las maravillas que no solo posee una zona, una región o el país sino que va más allá y que engloba al planeta entero, sobresaliendo entre ellos la radio, el internet y medios impresos. Pero con mayor porcentaje está el uso de Internet, mismo que permite atraer a más clientes y competir de una manera sana con los demás empresas que brindan similares servicios.

## **Resultado de las entrevistas efectuadas a oferentes, de servicios afines en la Parroquia Borbón**

### **Entrevista realizada a la Sra. Marcia Angulo dueña del Restaurante la Sazón del Rio Santiago.**

**Pregunta 1:** *¿Qué opinión tiene al respecto de crear un complejo turístico en la Parroquia de Borbón el cual brinde los siguientes servicios: Hospedaje, Restaurante, Sala de reuniones, Piscina, Aéreas infantiles, aéreas de esparcimiento, entretenimiento y relajación?*

Señala: “Es una muy buena idea, siempre los turistas preguntan si hay habitaciones, y por no tener es una limitación para ganar más dinero. Debería implementarse ya que la demanda en los últimos años está creciendo constantemente y a gran escala, cuando son feriados la gente busca en cualquier cantidad este tipo de lugares pero como no existen en la parroquia los turistas terminan yéndose.”

**Pregunta 2:** *¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas?*

Manifiesta: “Los días de mayor concurrencias son los fines de semana y feriados, los fines de semana (sábado y domingo) las instalaciones se llenan completamente, es decir, son 8 días al mes que las instalaciones permanecen a su máxima capacidad. Cabe destacar que cuando son feriados particularmente se alquila más mesas y sillas para cubrir la demanda.”

**Pregunta 3:** *¿Cuáles son los horarios de atención que maneja?*

Dice: “Los horarios de atención son de 12h00pm a 03h00pm, no se cierra ningún día de la semana, se opta por aprovechar el día, y así cumplir con el objetivo que es brindar todos los días la atención.”

**Pregunta 4:** *¿Cuál sería su recomendación para manejar un complejo turístico referente a: Cajas, Cocina, Mano de Obra e Insumos?*

Manifiesta: “El manejo de un complejo turístico se lo tiene que hacer técnicamente, ordenadamente y diariamente. Con lo que respecta al manejo del personal están designadas las funciones a cada persona, la cual es responsable de su área. En lo referente a cajas, se deposita diariamente las ventas recaudadas, se lleva un inventario diario con respecto a insumos y materia prima ya que se va agotando diariamente. La mano de obra es lo más importante para el funcionamiento del complejo turístico, ya que preparan los platos a la carta y especialidades de la casa, previamente al reclutamiento de personal se realizan capacitaciones, ya que la preparación del cuy no es tan sencillo.”

**Pregunta 5:** *¿Cómo determina el costo de los servicios que presta su establecimiento?*

Afirma: “Lo hago solo una vez al año de la siguiente manera: cuento las papas del quintal, procedo a dividir del total de papas para el valor del quintal. Así utilizo el procedimiento para la ensalada, el condimento y el aceite. Dando como resultado un valor apegado a la realidad. Y cada año se suben los precios de acuerdo a la inflación del país.”

### **Conclusión de las Encuestas y Entrevistas**

- Las encuestas nos muestran un panorama positivo para la puesta en marcha del proyecto debido que tenemos un as gran ventaja al colocar servicios de sana diversión y entretenimiento ya que en el pueblo no se cuenta con este tipo de servicio y a la vez se le ahorraría costos a los ciudadanos tales como viajar a otro sitio, dinero, tiempo y lejanía. Se evidente la necesidad de contar con lugares como estos ya que se ha establecido una rutina de la cual todos quisieran salir.

- Las entrevistas muestran un panorama alentador debido a que la mayoría de los oferentes muestran un positivismo al ejecutar un proyecto como este, además concuerdan que sería muy factible ya que en la parroquia actualmente no cuentan con sitios como este. Se pudo determinar con esto que la competencia para este tipo de proyecto no existe en el lugar.

### **3.10. Análisis de la Oferta**

El análisis de la oferta se realiza sobre la relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

Hay que mencionar, que la oferta de servicios de hospedaje y alimentación está constituida por el conjunto de proveedores que se encuentra en el mercado, los mismos que constituyen la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio que se pretende brindar.

Las estimaciones de la oferta hotelera actual de la parroquia es un aproximado de 5 establecimientos, se pudo llegar a esta conclusión a través de la observación directa (investigación de campo); puesto que el Ministerio de Turismo no posee ningún registró en la actualidad del número total de empresas hoteleras que brindan servicios hospedaje y alimentación en Borbón. Por tales circunstancias no se posee un registro catastral del número de hoteles, hostales, hosterías y cabañas; y la categoría que estos centros tienen.

Es necesario enfocarse en aquellos potenciales proveedores de servicios de alojamiento, según sus características y dimensiones, es decir, en el

promedio de personas que puede albergar, posibles montos de inversión económicas realizadas, condiciones físicas de las instalaciones y del terreno.

### a) Oferta Histórica Real

Para el establecimiento de la oferta histórica se tomó en cuenta la situación actual en cuanto se refiere a lugares turísticos en la parroquia Borbón, lugar en donde se implantará el complejo, en base a las entrevistas realizadas a 5 oferentes de distintos servicios. En la parroquia existen varios lugares que brindan los servicios de Hospedaje, Alimentación, Bar y Discoteca, entre ellos los más reconocidos y acogidos por los pobladores y visitantes están repartidos de la siguiente forma, dos restaurantes en el centro del pueblo, dos en el malecón y una discoteca en el malecón de la parroquia, determinándose que no es mayor el número de la competencia, razón por la cual nace la oportunidad de incursionar en la creación del complejo turístico que permita cubrir las expectativas de mercado.

**CUADRO N ° 5  
ESTABLECIMIENTOS POR UBICACIÓN Y CATEGORIA**

ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	ACTIVIDAD	CATEGORIA			TOTAL
			PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	
JEHOVÁ PROVEEDOR	CALLE RIO VERDE	RESTAURANT		X		1
LA SAZÓN DEL RÍO SANTIAGO	CALLE LA VALDEZ	RESTAURANT		X		1
HOTEL GRAN JEHOVÁ	CALLE ELOY ALFARO	ALOJAMIENTO			X	1
RESIDENCIAL BRISAS DEL RÍO SANTIAGO	CALLE LA VALDEZ	ALOJAMIENTO			X	1
BAR, KARAOKE Y DISCOTECA LA PLAGA	CALLE LA VALDEZ			X		1
<b>TOTAL</b>			<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Catastro del MINTUR

**Elaborado por:** La Autora

En el cuadro anterior se puede observar: los establecimientos turísticos, ubicación y su respectiva categoría, la cual está regulada por una serie de controles, que constan en los diferentes reglamentos del turismo.

**CUADRO N ° 6  
CRECIMIENTO ANUAL HISTÓRICO**

<b>AÑO</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS</b>
2007	3
2008	3
2009	3
2010	3
2011	4
2012	5

*Fuente: Catastro del MINTUR*

*Elaborado por: La Autora*

De acuerdo a los datos se puede evidenciar, que en los últimos años existe un crecimiento lento, de la siguiente manera: en el año 2010 hay 1 establecimiento nuevo y en el año 2012 aumenta la cifra a 5.

Para obtener el crecimiento futuro de estos lugares utilizamos la siguiente formula:

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

**Dónde:**

M= Crecimiento de los establecimientos turísticos en los últimos 6 años (5)

C= Paraderos y complejos turísticos existentes en el primer año.

N= Número de años

Cálculo de la tasa de crecimiento para establecimientos turísticos de la parroquia de Borbón.

$5 = 3(1 + i)^{6-1}$ $\frac{5}{3} = (1 + i)^5$ $\sqrt[5]{\frac{5}{3}} = (1 + i)$	$\sqrt[5]{1,67} = 1 + i$ $1,10756 - 1 = i$ $i = 10,76$
--	--

Existe una tasa de crecimiento anual del 10,76%, misma que se utiliza para proyectar los establecimientos turísticos a futuro. En el siguiente cuadro se demuestra la cantidad en cada año.

**CUADRO N ° 7  
PROYECCION DEL CRECIMIENTO ANUAL**

<b>AÑO</b>	<b>COMPLEJOS Y LUGARES TURISTICOS</b>
2013	5
2014	6
2015	6
2016	7
2017	8
2018	8

**Fuente:** Catastro del MINTUR

**Elaborado por:** La Autora

Como se muestra en el cuadro histórico del crecimiento de los establecimientos turísticos, hay un crecimiento lento, un promedio de cada 2 años un nuevo establecimiento. Para la proyección se establece el mismo criterio, con el fin de exponer datos más reales.

Con información recopilada por medio de la observación directa, se puede determinar la capacidad de los establecimientos turísticos en relación a restaurante, hospedaje y bares, estos datos permiten determinar la oferta existente en la Parroquia Borbón.

**CUADRO Nº 8  
CAPACIDAD DE LOS LOCALES EXISTENTES**

<b>ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>CAPACIDAD DE SERVICIO HOSPEDAJE (HABITACIONES)</b>	<b>RESTAURANTE (PERSONAS)</b>	<b>DIVERSIÓN (PERSONAS)</b>
Jehová Proveedor		30	
La Sazón del Rio Santiago		30	
Hotel Gran Jehová	10		
Residencial Brisas del Rio Santiago	15		
Bar, karaoke y discoteca la plaga			80
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>80</b>

*Fuente: Entrevista a propietarios de locales afines*

*Elaborado por: La Autora*

**Capacidad en el servicio de hospedaje:**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CAPACIDAD HABITACIONES</b>	<b>CAPACIDAD PERSONAS (MENSUAL)</b>
Hotel Gran Jehová	$5 * 3 = 15$ $5 * 2 = 10$	25
Residencial Brisas del Rio Santiago	$5 * 3 = 15$ $10 * 2 = 20$	35
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>

*Fuente: Entrevista a propietarios de locales afines*

*Elaborado por: La Autora*

## b) Proyección de la oferta

El objetivo de la proyección es identificar cual será el comportamiento de la oferta a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y presente. Para proyectar la oferta se tomó la capacidad de los establecimientos turísticos actuales.

**CUADRO N° 9**  
**CAPACIDAD PROYECTADA DE LOS LOCALES EXISTENTES**

<b>AÑO</b>	<b>ESTABLECIMIENTO CRECIMIENTO ANUAL 10,76%</b>	<b>CAPACIDAD HOSPEDAJE ANUAL (60*12)</b>	<b>CAPACIDAD RESTAURANT ANUAL (60*12)</b>	<b>CAPACIDAD DIVERSIÓN ANUAL (80*12)</b>
2013	5	720	720	960
2014	6	737	737	983
2015	7	755	755	1006
2016	7	772	772	1029
2017	8	789	789	1052
2018	8	806	806	1075

*Fuente: Entrevista a propietarios de locales afines*

*Elaborado por: La Autora*

Se determina que por establecimiento turístico nuevo aumenta la oferta. Para el cálculo de la oferta se multiplica por 12 para determinar la oferta anual y el incremento para cada año se lo estableció según la tasa de crecimiento poblacional 2,4%.

### 3.11. Análisis de la Demanda

Es importante el análisis de la demanda ya que se define la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por los distintos consumidores. Es decir, delimita los potenciales clientes que están dispuestos a consumir nuestros productos.

Los factores que afectan la demanda son el ingreso, productos sustitutos, cantidad de población, precio del bien y gustos.

El objetivo del complejo turístico es ofrecer sus servicios a todos los visitantes nacionales y extranjeros, que toman como alternativa la provincia de Esmeraldas. Un lugar diferente para hospedarse va hacer uno de los principales atractivos, y que está cerca de las parroquias de; las Peñas, San Lorenzo y Atácames, ideal para turistas que visitan estas ciudades.

### a) Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda de los servicios y productos complementarios que ofrecerá el centro recreativo se tomó en cuenta la investigación de campo realizada una muestra de 360 personas localizadas en la parroquia de Borbón, y se utilizó la fórmula del monto.  $M = C(1+i)^n$ .

- Servicio de Alojamiento

**PREGUNTA N° 5 ¿De los servicios que ofrecería el complejo por cual se inclinaría usted como visitante?**

**TABLA N° 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	VARIACIONES %
Hospedaje	83	23
Piscinas, sauna, turco	157	44
Paseos ecológicos	77	21
Restaurante	43	12
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	

*Fuente: Encuesta a la población del estudio de mercado.*

*Elaborado: La Autora*

De los datos de la tabla No.9 se desprende que 83 encuestados que representa el 23% del total de la muestra, dijeron que prefieren el servicio de hospedaje si se creara el complejo. Para el cálculo del cuadro No.10,

se utilizó el 23% dando la cantidad de 1.770 personas de la población universo (7.696 habitantes) que se inclinan por el servicio de hospedaje y se lo proyectó para los 5 años con la tasa del 2,4 % de crecimiento poblacional anual.

**CUADRO N° 10**  
**Demanda Proyectada que se Inclinan por el Servicio de Hospedaje**

Periodos	Proyección de personas
2013	1.770
2014	1.812
2015	1.856
2016	1.901
2017	1.946
2018	1.993

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado: La Autora*

- **Servicio de Restaurante**

De los datos de la tabla No.11 se desprende que 43 encuestados que representa el 12% del total de la muestra, dijeron que prefieren el servicio de restaurante si se creara el complejo. Para el cálculo del cuadro No.12, se utilizó el 12% dando la cantidad de 924 personas de la población universo (7.696 habitantes) que se inclinan por el servicio de restaurante y se lo proyectó para los 5 años con la tasa del 2,4 % de crecimiento poblacional anual.

**CUADRO N° 11**  
**Demanda Proyectada que se Inclinan por el Servicio de Restaurante**

Periodos	Proyección de personas
2013	924
2014	946
2015	969
2016	992
2017	1.016
2018	1.040

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado: La Autora*

- **Servicio de Diversión y Recreación**

De los datos de la tabla No.13 se desprende que 234 encuestados que representa el 65% del total de la muestra, dijeron que prefieren el servicio de piscinas si se creara el complejo. Para el cálculo del cuadro No.14, se utilizó el 65% dando la cantidad de 5.002 personas de la población universo (7.696 habitantes) que se inclinan por el servicio de piscinas y se lo proyectó para los 5 años con la tasa del 2,4 % de crecimiento poblacional anual.

**CUADRO N° 12**  
**Demanda Proyectada**

<b>Periodos</b>	<b>Proyección de personas</b>
2013	5.002
2014	5.122
2015	5.245
2016	5.371
2017	5.500
2018	5.632

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado: La Autora*

### **3.12. Demanda Insatisfecha**

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho por el servicio o producto que se entregó, y se lo calcula con la siguiente formula.

$$DI = O - D$$

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{OFERTA} - \text{DEMANDA}$$

**CUADRO N° 13**  
**Demanda Insatisfecha**

AÑOS	Oferta P. Hosp.	Oferta P. Rste.	Oferta P. Diver.	Demanda P. Hosp.	Demanda P. Rste.	Demanda P. Diver.	Demanda Insatis. Hosp.	Demanda Insatis. Rest.	Demanda Insatis. Diver.
2013	720	720	960	1.770	924	5.002	-1.050	-204	-4.042
2014	737	737	983	1.812	946	5.122	-1.075	-209	-4.139
2015	755	755	1006	1.856	969	5.245	-1.101	-214	-4.239
2016	772	772	1029	1.901	992	5.371	-1.129	-220	-4.342
2017	789	789	1052	1.946	1.016	5.500	-1.157	-227	-4.448
2018	806,4	806,4	1075,2	1.993	1.040	5.632	-1.186	-234	-4.557
<b>TOTAL</b>	<b>4.579</b>	<b>4.579</b>	<b>6.106</b>	<b>11.278</b>	<b>5.887</b>	<b>31.871</b>	<b>-6.699</b>	<b>-1.308</b>	<b>-25.766</b>

*Fuente: Análisis de la Oferta y Demanda*  
*Elaborado por: La Autora*

Con la diferencia de -1254 en el año 2013 entre los servicios de hospedaje y restaurante, existe una cantidad considerable de demanda insatisfecha. Mientras que en el servicio de diversión y recreación existe una gran cantidad -4.042 de demanda insatisfecha, esto se debe a que las personas que viven en la parroquia no tienen un lugar de sana diversión muy a parte de la discoteca. Por lo que el presente proyecto está encaminado a cubrir parte de esta demanda con un excelente servicio y una buena infraestructura.

**a) Demanda que Va a Cubrir el Proyecto**

Para determinar la capacidad del proyecto se exponen los siguientes detalles, la dimensión del terreno es 5.000 m<sup>2</sup>, la misma que contará con:

El área de hospedaje albergará a 50 personas distribuidas de la siguiente manera: 5 habitaciones para 4 personas, 10 habitaciones individuales, 9 habitaciones dobles y 1 suite; el área de restaurante tendrá capacidad para 50 personas: 5 mesas de 4 puestos y 5 mesas de 6 puestos. El área de piscinas tendrá capacidad para 150 personas, es decir, el complejo turístico tendrá una capacidad de 250 personas.

#### CUADRO N°14

##### CÁLCULO DEL PORCENTAJE QUE CUBRIRÁ EL PROYECTO

CAPACIDAD COMPLEJO TURÍSTICO	CAPACIDAD ANUAL (250*12)	% A CUBRIR DE LA DEMANDA INSATISFECHA (3000/5296)
250	3000	57%

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

El complejo turístico tendrá una capacidad de 250 personas, la cual se multiplica por 12 (meses) al año para obtener como resultado 3000 visitantes al año.

- **Capacidad utilizada**

La demanda que va a tomar el proyecto será en el primer año el 80% (2014), en el segundo (2015) 90% y a partir del tercer año el 100% de la demanda a satisfacer proyectada.

Se refiere a la ocupación de las instalaciones por los clientes, estimándose que la misma estará de acuerdo a lo que se determina en el cuadro siguiente:

**CAPACIDAD UTILIZADA  
CUADRO N°15**

<b>Año</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>TOTAL CLIENTES</b>
2014	3000	80%	2400
2015	3000	90%	2700
2016	3000	100%	3000
2017	3000	100%	3000
2018	3000	100%	3000

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

**Distribución de la Capacidad Utilizada por Áreas de Servicio**

**CUADRO N° 16  
PRIMER AÑO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA AÑO 1</b>	<b>% DE CAPACIDAD POR ÁREA</b>	<b>CAPACIDAD TOTAL</b>
Hospedaje	2400	23%	552
Restaurante	2400	12%	288
Recreación y Diversión	2400	65%	1560
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>2400</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

**Distribución de la Capacidad Utilizada en los Próximos Años  
CUADRO N° 17**

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL CLIENTES</b>	<b>HOSPEDAJE 23%</b>	<b>RESTAURANTE 12%</b>	<b>DIVERSIÓN Y RECREACIÓN 65%</b>
2014	2400	552	288	1560
2015	2700	621	324	1755
2016	3000	690	360	1950
2017	3000	690	360	1950
2018	3000	690	360	1950

*Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora*

### **3.13. Análisis de Precios**

Precio es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

El análisis del precio es de suma importancia ya que es el elemento que produce los ingresos o costos dependiendo del mercado al que se dirige por lo cual es uno de los elementos más flexibles.

Antes de fijar el precio de este servicio, se analizará los precios de la competencia para de ésta manera tener un rango de precios aceptable en el cual nos podamos mover. En el cuadro siguiente se presenta los precios que cobran los hoteles, residenciales y hostales de la parroquia por concepto de hospedaje y los restaurantes por conceptos de alimentación.

### CUADRO N° 18

ANALISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA		
ESTABLECIMIENTO	PRECIO (\$)	# PERSONA / HABITACIÓN
Hotel Gran Jehová	16,00	Por persona
	30,00	Habitación doble
Hostal Brisas del Rio Santiago	17,00	Por persona
	25,00	Habitación doble
	35,00	Habitación múltiple
ESTABLECIMIENTO	PRECIO (\$)	TIPO DE PLATO
Restaurant Jehová Proveedor	2,50	Almuerzo
Restaurant Sazón Del Rio Santiago	3,00	Almuerzo
	10,00	Platos especiales
	15,00	Platos a la carta

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

#### a) Proyección de precios

Para proyectar los precios de los diferentes servicios a ofrecer dentro del complejo se hizo uso de la información recabada en el estudio de mercado.

- **Servicio de Hospedaje**

El promedio por habitación en Hoteles en la Parroquia Borbón es de USD 16,67 por persona y USD 26,67 por la habitación doble. En lo referente a hostales el precio varía de entre los USD 15 por persona, 25 habitación doble y 35 por habitación múltiple.

El precio estimado para el proyecto sería: Por persona 15 dólares. Para los próximos años se estima un crecimiento del 2,70 % anual en base a los últimos datos estadísticos de la inflación anual del país.

**CUADRO N° 19**

Hospedaje	
AÑO	precios
2013	15
2014	15,41
2015	15,82
2016	16,25
2017	16,69
2018	17,14

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

- **Servicio de Alimentación**

El promedio con relación a la alimentación en un buen restaurante oscila entre los USD 5 y los USD 10. Se puede encontrar comida de buena calidad por precios más bajos pero se sacrifica comodidad. De todas maneras hay algunos restaurantes que ofrecen almuerzos que van entre los USD 3 y los USD 5. También hay lugares de lujo que cobran platos desde los USD 10 hacia arriba. Estos precios son tomados de los cuatro restaurantes que tendrían relación con el proyecto y los más cercanos ya que se encuentran cercanos a la localización de la empresa, como son: Restaurant Jehová Proveedor, Restaurant Sazón Del Rio Santiago. Con base de esta información y a los costos de producción se estableció el precio de estos productos.

**CUADRO N° 20**

ESTABLECIMIENTO	PRECIO (\$)	TIPO DE PLATO
Restaurant Jehová Proveedor	2,50	Almuerzo
Restaurant Sazón Del Rio Santiago	3,00	Almuerzo
	10,00	Platos especiales
	8,00	Platos a la carta

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

El precio estimado para el proyecto sería: Por almuerzo 3,00 dólares, platos fuertes 11 dólares, platos a la carta 8,00 dólares. Para los próximos años se estima un crecimiento del 2,70 % anual en base a los últimos datos estadísticos de la inflación anual del país.

**CUADRO N° 21**

ALMUERZOS		PLATOS ESPECIALES		PLATOS A LA CARTA	
AÑO	PRECIOS	AÑO	PRECIOS	AÑO	PRECIOS
2013	3,00	2013	11,00	2013	8,00
2014	3,12	2014	11,50	2014	8,36
2015	3,25	2015	12,01	2015	8,74
2016	3,39	2016	12,55	2016	9,13
2017	3,53	2017	13,12	2017	9,54
2018	3,68	2018	13,71	2018	9,97

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

**CUADRO N° 22  
BEBIDAS**

AÑO	GASEOSA 3 LITROS	GASEOSA 1 LITRO	GASEOSA PEQUEÑA	NESTEA	AGUA SIN GAS PERSONAL	CERVEZA GRANDE
2013	2,5	1,25	0,6	0,75	0,4	1,5
2014	2,60	1,30	0,62	0,78	0,42	1,56
2015	2,83	1,41	0,68	0,85	0,45	1,70
2016	3,19	1,60	0,77	0,96	0,51	1,92
2017	3,76	1,88	0,90	1,13	0,60	2,25
2018	4,61	2,30	1,11	1,38	0,74	2,76

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

- **Servicio de Piscina, Sauna y Turco (Diversión y Recreación)**

Competencia directa en el lugar de ubicación del complejo no existe en cuanto a este servicio, pero existe competencia en la parroquia las Peñas, siendo los precios casi iguales en todos los lugares que prestan estos servicios y van de los 4 a 8 USD. para adultos y de 2,50 a 3 USD. Para los niños. Haciendo esta relación el precio que cobrará el proyecto será de 5 USD. mayores y 3 USD. Niños hasta los 12 años.

**CUADRO N° 23**

<b>SERVICIO DE PISCINAS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>PRECIOS</b>
2013	6,00
2014	6,27
2015	6,55
2016	6,85
2017	7,16
2018	7,48

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

### **3.14. Comercialización**

Para que un producto o servicio pueda introducirse en el mercado es muy importante utilizar las estrategias correctas para su promoción y venta, es importante reconocer cada uno de los agentes que actúen dentro del mercado para establecer así estrategias comerciales.

El plan de comercialización es el proceso que permite a las empresas ser proactivas en vez de reactivas en la formulación de su futuro, éste se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control de estrategias.

Para la implementación de un correcto plan de comercialización se trabajará con las 4P's, que son Producto, Plaza, Promoción, Precio.

#### **a) Producto o Servicio**

Como estrategia de marketing la empresa implementará:

- ✓ Entregar un buen servicio de alojamiento que será relajante, acogedor, en el que incluirá amabilidad, compromiso y responsabilidad; todo esto rodeado de naturaleza y vida.
- ✓ Inculcar la importancia que se debe tener la conservación del medio ambiente.
- ✓ Disposición de servicios donde el turista tendrá la opción de escoger lugares y diversas actividades para realizar como deportes de todas las características, caminatas ecológicas, rutas turísticas, pesca deportiva entre otras.
- ✓ Dará a notar la importancia que tiene la gastronomía tradicional para el desarrollo turístico de la zona, así como los servicios complementarios como será la piscina, áreas verdes para recrearse y espacios para los niños también se diviertan.

#### **b) Precio**

La estrategia para determinar el precio estará basada en la competencia, diferenciación, temporada.

- ✓ Competencia.- Se analizará los precios de la competencia para así poder establecer un buen precio en el mercado sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado.
- ✓ Calidad y diferenciación.- Enfatizará en la calidad y diferenciación del servicio con relación a la competencia generando una imagen que le haga diferente de los demás.

- ✓ Temporada.- El Complejo aumentara el valor de la membrecía en temporadas altas y de preferencia para el turista que ocupará todas las instalaciones.

### **c) Plaza**

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entrega el servicio, por lo tanto el Complejo Turístico estará ubicado en la Parroquia Borbón, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas. La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente, ubicado en un puerto de fácil acceso a la parroquia.

### **3.15. Publicidad**

La publicidad es una herramienta necesaria del Mix de Marketing la cual se relaciona necesariamente con producto, precio, plaza.

Para promocionar el servicio que la empresa entrega son necesarias las siguientes estrategias:

- Aumentar la frecuencia de visitas, se puede realizar esta estrategia comprometiendo al cliente con nuevas excursiones, incentivos, descuentos o servicios gratuitos por cada visita.
- Realizar una campaña al alcance nacional en medios gráficos, televisivos y radiales.
- Elaborar trípticos dando a conocer a la empresa y el producto y servicio que oferte la empresa
- Realizar alianzas estratégicas con las agencias de viaje y operadoras turísticas para entregarles una comisión por número de clientes.

Además de lo anotado para reforzar la publicidad y promoción se implementarán técnicas apropiadas de venta, entre los medios más conocidos se escogió:

**CUADRO N° 24  
DETALLE DE LOS GASTOS DE PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>P.V</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>PUBLICIDAD TELEVISIÓN</b>		<b>800</b>
Spots publicitario económico mensual 15", (3 veces al día, 4 días a la semana)	400	
<b>PUBLICIDAD RÁDIO</b>		<b>400</b>
Cuña mensual, 3 veces al día, 4 días a la semana	200	
<b>TOTAL</b>		<b>1200</b>

*Elaborado por: La Autora  
Fuente: Cotizaciones*

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Antecedentes**

El programa del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería, el presupuesto técnico, inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

El estudio técnico constituye la determinación del lugar donde funcionará la nueva actividad comercial o la prestación del servicio a implantarse en el mercado, los procesos a utilizarse para la comercialización de los servicios, así como el personal adecuado para llevar a cabo el proyecto.

#### **4.2. Tamaño del Proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto del proyecto, de forma óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como: volumen de demanda, volumen de oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

El estudio de mercado permite establecer el tamaño del proyecto, en él, se estableció la proyección de la demanda insatisfecha, en lo referente a las necesidades habitacionales y del número de personas que desean ser parte del conjunto recreacional, bajo el sistema de administración de membresías. Para ello se toma en cuenta algunos factores que afectan el tamaño del proyecto, los cuales se especifican a continuación:

### **a) Factores que Afecta el Tamaño**

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de ser atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, la disponibilidad de recursos humanos, insumos, infraestructura física y financieros, tecnología, entre otras.

### **b) Determinación de la Capacidad del Proyecto**

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de aspectos como:

- **Disponibilidad de Recursos Financieros**

La inversión para este proyecto será financiado con el 40% con fondos propios y 60% restante con un crédito bancario, los cuales estarán destinados a la inversión en bienes de capital, gastos pre operativos y capital de trabajo.

- **El Tamaño del Mercado**

El estudio de mercado proyecta una demanda insatisfecha para el año tres es de 5.691 personas según el grafico N° 13 del cálculo de la demanda insatisfecha y seguiría creciendo a través de los años, este valor refleja la oportunidad que tendría la implementación de un servicio turístico. Esta relación cuantitativa permitirá implementar el proyecto, considerando la capacidad que alcanzaría cubrir el proyecto.

- **Disponibilidad de Materia Prima e Insumos**

Los insumos y materia prima no presentarán problema alguno en la cantidad y calidad deseada debido a que el sector donde se

ubicará el complejo cuenta con los suficientes proveedores capaces de cubrir las necesidades de insumos y materia prima. Desde el primer día de funcionamiento de la empresa se debe detallar cada una de las materias primas e insumos, destacando los requerimientos diarios así como realizar un listado de todos los proveedores y las cotizaciones de sus productos para tomar decisiones acertadas al momento de la compra. El mercado proveedor cuenta con productos nacionales de cultivos propios de la región lo que representa una ventaja ya que no existiría un sobreprecio de los mismos.

- **Disponibilidad de Mano de Obra**

La organización de la empresa será importante para su funcionamiento el mismo que estaría compuesta por personal administrativo y personal operativo. Con respecto a este factor que toma en cuenta el recurso humano que laborará en las distintas áreas de la empresa, para lo cual se deberá tomar cuenta la mano de obra calificada; es decir contar con un personal apropiado para cada puesto de trabajo. Aquí se hace referencia sobre el personal técnico de cualquier nivel; para de esta forma llevar una organización adecuada y que ayuden a contribuir al desarrollo de la empresa.

El sector donde está ubicado el Complejo Turístico experimenta actualmente un desarrollo expansivo de su población, educación e industria; por lo que es fácil encontrar el personal profesional altamente calificado dispuesto a formar parte de este emprendimiento, y compartir sus experiencias y conocimientos. La selección del personal estará regida a un estricto procedimiento de calificación donde los requisitos variarán según el puesto que se pretenda ofrecer. El proyecto al estar ubicado en una rama turística deberá disponer de personal profesional y especializado con la capacidad de gestionar de la mejor manera los procesos de servicios turísticos.

Más adelante se especifica los requerimientos del personal y en el capítulo siguiente, destinado a la propuesta de la organización se detalla el número los cargos las funciones, requerimientos mínimos, estructura y organización.

- **Disponibilidad de tecnología**

“La determinación de la tecnología y procesos de producción implica la selección de la maquinaria, equipo y herramientas requeridas para ofertar los productos/servicios; es necesario conocer su posible origen (nacional o extranjero), proveedores, productividad y disponibilidad de mantenimiento y repuestos.”

Para adquirir la maquinaria y equipo del complejo se debe poner en el papel de aquel cliente que busca y persigue un servicio que le dé una sensación de comodidad, seguridad, bienestar y satisfacción en las instalaciones del complejo. Se pondrá especial énfasis en la calidad de la tecnología desde el momento de la construcción hasta cada uno de los acabados y detalles del complejo turístico. Las bases y pilares de la infraestructura estarán formados por materiales fuertes y resistentes contra cualquier imprevisto natural. Se aprovechará recursos disponibles en el sector como: madera, ladrillo, ripio, que reflejaran un ambiente rústico y natural al turista. Entre los instrumentos tecnológicos que adquirirá el complejo turístico tenemos los siguientes:

- ✓ Equipo de cómputo (Software y Hardware) de última tecnología para la recepción, registro y envío de información en el área de contabilidad, administración y recepción.
- ✓ Televisores LCD para cada habitación, recepción, salón de comidas, casino y discoteca – bar.
- ✓ Proyector para video conferencias, shows etc.
- ✓ Frigoríficos y cocinas industriales con capacidad para restaurantes

- ✓ Internet o tecnología Wi-Fi que permitirá a todos los turistas conectarse a internet desde su computador personal o celular inteligente; libre de costo.
- ✓ TV Satelital que permitirá la recepción de canales internacionales y nacionales
- ✓ Línea telefónica a lo largo del área administrativa del complejo como en cada una de las habitaciones de los huéspedes.
- ✓ Monitoreo y seguridad a través de cámaras ubicadas en puntos estratégicos que permitirán mantener un control y orden para la seguridad del cliente.
- ✓ Maquinas Lavadoras y Secadoras apta para hospedaje.
- ✓ Maquinaria de alta tecnología para el normal funcionamiento de las piscinas, sauna y turco.
- ✓ Y otra que fuese necesario implementar para el óptimo funcionamiento del complejo turístico.

### **4.3. Localización**

La localización del proyecto se efectuó en base al análisis de la macro y micro localización.

#### **a) Macro Localización**

Desde el punto de vista de la macro localización la ubicación del proyecto será en la Parroquia Borbón, Cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas. Sus límites son: La parroquia Borbón se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Esmeraldas; en la confluencia de los Ríos Santiago y Cayapas, perteneciente al Cantón Eloy Alfaro.

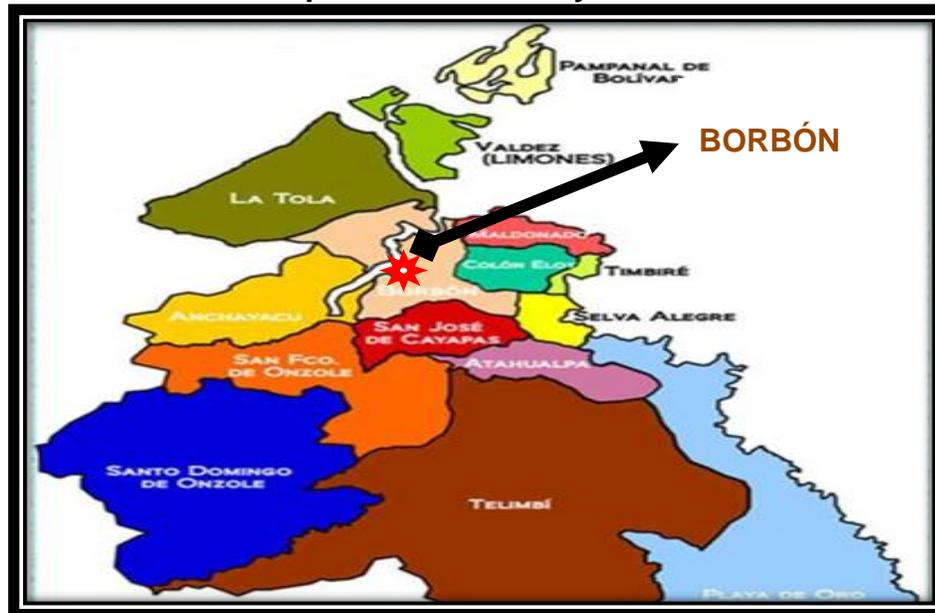
Gráfico N° 21  
Mapa



Gráfico N° 22  
Mapa Esmeraldas



Gráfico N° 23  
Mapa del Cantón Eloy Alfaro



Fuente: [www.erudictos.com](http://www.erudictos.com)

Las principales características que definen la zona de macro localización son las siguientes:

**Naturaleza:** La Parroquia Borbón cuenta con maravillas naturales como son: El Malecón de la parroquia que tiene acceso al río donde se puede fácilmente visualizar las vertientes de los Ríos Cayapas y Santiago, fauna de aves muy variada y vegetación abundante.

**Cultura y tradición:** La cultura y tradición es única tanto en su gastronomía como en sus festivales. La Comida típica costeña, bailes, desfiles, comparsas y juegos populares, competencia futbolísticas, que marcan su distinción con las otras parroquias del Cantón.

**Comercio:** La parroquia Borbón es uno de los puertos comerciales más importantes de la zona norte, por el agitado comercio a las distintas comunidades, además del comercio entre las principales actividades que aquí se desarrollan están la pesca, agricultura, recolección de frutas, artesanías, entre otros.

**Necesidad y Problemática:** En esta Parroquia no existen centros turísticos que permitan que los pobladores del sector, turistas nacionales y extranjeros realicen actividades recreacionales y de esparcimientos sanos; los habitantes de este sector no han explotado adecuadamente hasta el momento el campo turístico a pesar de que este sector posee diversidad de atractivos de tipo natural, históricos, arqueológicos, folklóricos, étnicos, artesanales, entre otros.

#### **b) Micro Localización**

Para realizar un estudio de micro localización se necesita realizar un análisis de los factores que afectan la ubicación del proyecto; estos son:

- **Costo y Disponibilidad de Terrenos**

Una fuente importante para la localización del proyecto es contar con áreas de terreno disponibles para la construcción de la infraestructura necesaria y de ser posible contar con posibilidades de expansión de así requerir el proyecto a futuro. Además se debe considerar si el terreno cumple con los requisitos, en cuanto a su topografía, estudio de suelos y condiciones ambientales, al igual que el precio de la tierra y valorización.

El terreno que será utilizado para el presente proyecto comprende un área de 5.000 m<sup>2</sup> y actualmente es cotizado en el mercado por un valor de \$25.000.

- **Disponibilidad de Servicios Básicos**

Para la implantación del centro de recreacional son indispensables los servicios básicos, estos aspectos son importantes de considerar, tomando en cuenta que, son fundamentales para la

implementación de la empresa, los mismos que contribuyen, como fuente de apoyo a la y operatividad del proyecto.

Actualmente la Parroquia Borbón cuenta con los servicios básicos (agua, luz, teléfono móvil y fijo) necesarios para permitir que el complejo funcione en óptimas condiciones.

- **Vías y Medios de Transporte**

El acceso al centro de recreación debe reunir condiciones óptimas, sin mayores dificultades para que, los potenciales clientes puedan tener todas las facilidades para trasladarse desde su lugar de origen hasta el sitio de destino.

Para el caso, la ubicación del complejo turístico cuenta con carreteras de primer orden (panamericana). En cuanto a medios de transporte se cuenta con líneas de frecuencia de buses interprovinciales, es necesario citar las cooperativas que realizan estos recorridos: cooperativa costeñita y pacifico con rutas a esmeraldas, san Lorenzo, Maldonado, selva alegre cada media hora y la cooperativa trans esmeraldas la misma que recorre las vías hacia Quito y Guayaquil y servicio de taxis, haciendo fácil el traslado de cualquier individuo.

- **Aceptación de la comunidad**

Según los datos arrojados en el estudio de mercado se pudo constatar que los pobladores de la parroquia estarían en total acuerdo en crearse un complejo turístico ya que en esta parroquia antes dicha no se cuenta con un sitio de esta magnitud, lo que según criterio de las personas contribuiría en el desarrollo tanto social como económico de la parroquia. Ara que este sitio tenga mayor aceptación será necesario contar con una

publicidad de primera y que llame la atención de los posibles consumidores o usuarios del servicio.

**CUADRO N° 25**  
**Prioridad del Sitio para el Adecuado Funcionamiento del Complejo**

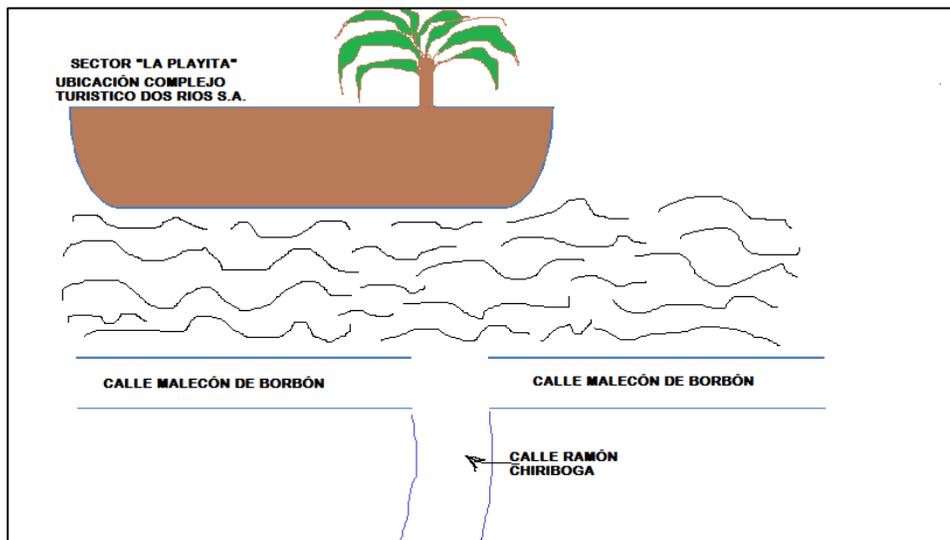
Fuerzas Locacionales	%	El Malecón		Barrio el Lechugal		La playita	
		Puntu	Porcent	Puntu	Porcent	Puntu	Porcent
Energía Eléctrica	20%	8	1,6	9	1,8	10	2
Agua Potable	20%	8	1,6	8	1,6	8	1,6
Alcantarillado	10%	6	0,6	6	0,6	7	0,7
Teléfono	20%	9	1,8	9	1,8	10	2
Costo Terreno	30%	8	2,4	9	2,7	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>41</b>	<b>8,5</b>	<b>47</b>	<b>9,7</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

A través de este método, es posible determinar como la mejor zona de ubicación del complejo turístico en relación con los factores mencionados el sector de la Playita de la Parroquia Borbón.

**Gráfico N° 24**



#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

El proyecto requerirá de diferentes recursos para su puesta en ejecución y para ello se debe solicitar ayuda a personas especializadas en la determinación de ellos.

##### a) Procesos Productivos

Son los pasos a seguir, necesarios para brindar un servicio de calidad, acorde a las exigencias del mercado y a fin de lograr la satisfacción del visitante dado de esta manera cumplimiento a la misión de la empresa.

El proceso para el servicio que brindará el Complejo Turístico es el siguiente:

**CUADRO N° 26**  
**Proceso de Prestación de Servicios**

Ingreso	Proceso Transformador	Producto Final
<p align="center"></p> <p>Turistas que requieren del servicio de comida típica, balneario y hospedaje</p>	<p align="center"></p> <p><b>Proceso de alimentación:</b> Ofertar preparar y servir al turista variedad de platos típicos de la región costa.</p> <p><b>Proceso de recreación:</b> Ofertar piscinas y mantenerlas en perfecto estado en un espacio amplio adecuado y seguro, complementado con sauna, turco, espacios verdes y cancha deportiva.</p> <p><b>Proceso de alojamiento:</b> Habitaciones disponibles y mantenimiento de las mismas para que su condición sea apta y que brinde una perfecta estancia del turista.</p>	<p align="center"></p> <p>Turista con todas sus expectativas satisfechas</p>

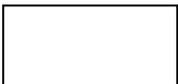
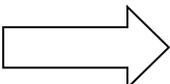
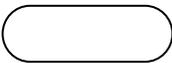
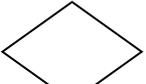
*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

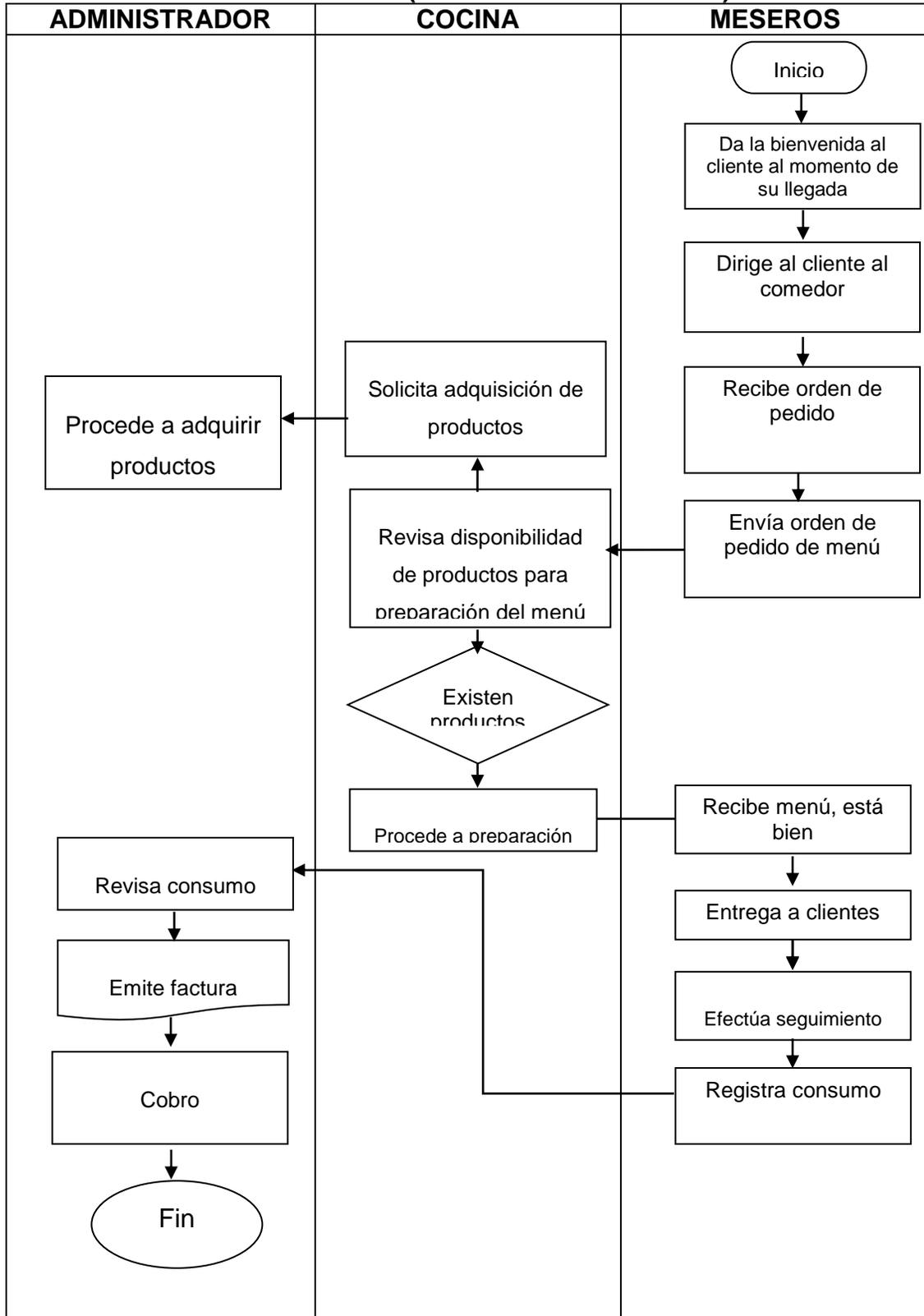
## b) Flujogramas de los Diferentes Servicios

Consiste en estructurar gráficamente todo el proceso que contempla el productivo y servicio de utilización y del complejo turístico. Estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de fin de proceso.

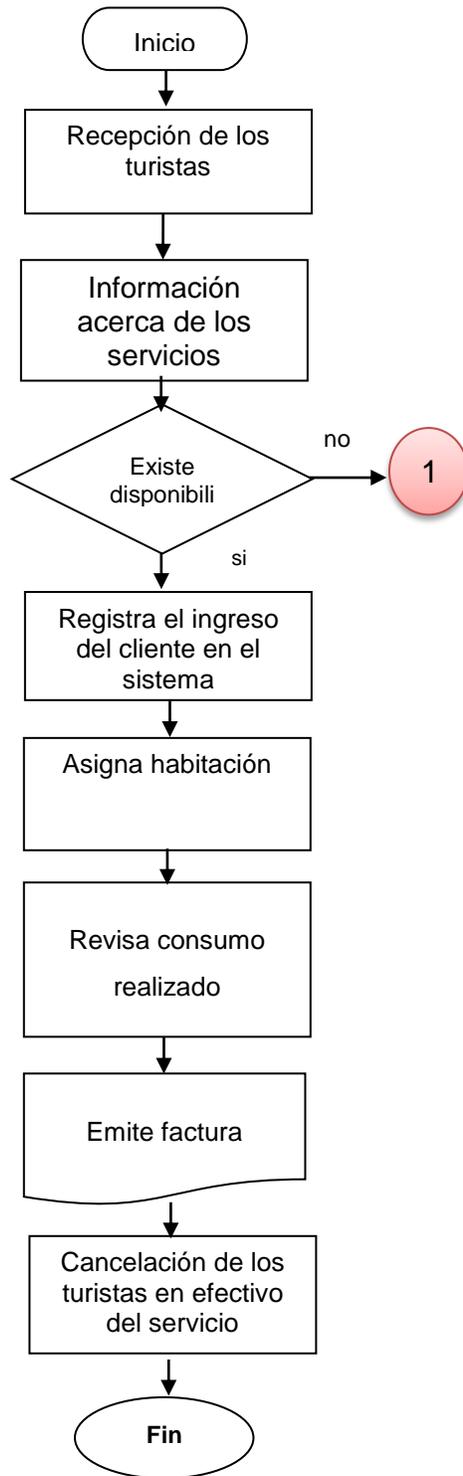
**CUADRO N°27**  
**Simbología Internacional para Operaciones**

	<b>Actividad.</b> Describe funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento
	<b>Transporte.</b> Es la acción de movilizar las materias primas, los productos en proceso o productos terminados
	<b>Demora.</b> Cuando existe un “cuello de botella” hay que esperar turno o se está realizando
	<b>Almacenamiento.</b> De materias primas, materiales, productos en proceso o productos terminados
	<b>Inicio/Fin.</b> Representa una parada o una interrupción programada que sea necesaria realizar en un programa.
	<b>Documento.</b> Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga de un procedimiento
	<b>Decisión.</b> Este es utilizado para la toma de decisiones, ramificaciones, para la indicación de operaciones lógicas o de comparación entre datos

**GRÁFICO N° 25 (Servicio de alimentación)**



**GRÁFICO N° 26 (Proceso del Servicio de Alojamiento)**



## Proceso de Servicio de Recreación y Diversión

El turista al ingresar a las instalaciones del complejo turístico tendrá a su disposición múltiples servicios de distracción entre los cuales están:

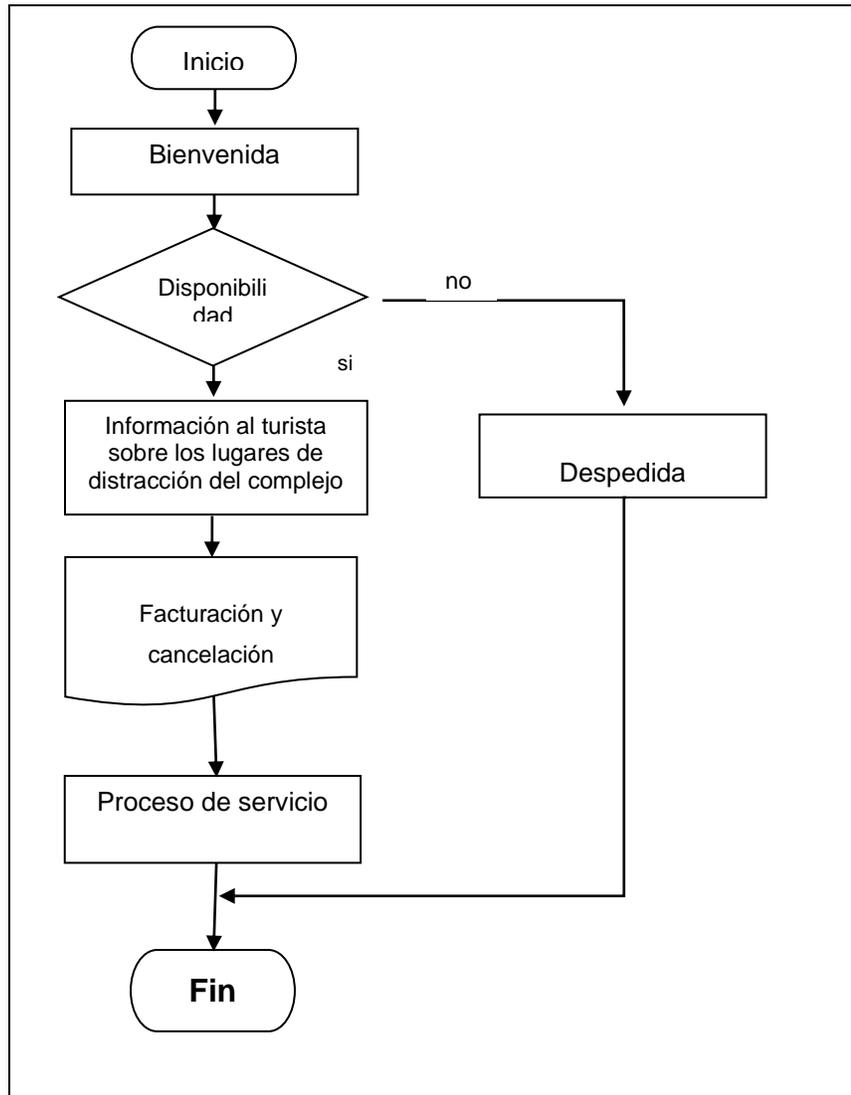
- Piscinas, Sauna Y Turco.
- Cancha deportiva Y Juegos infantiles.
- Música en vivo.

A estos servicios se complementarán como valores agregados la organización de programas artísticos como conciertos en vivo, concursos interactivos, rumba terapia y programas y servicios sorpresa que generen expectativa en el cliente y motive una próxima visita al Complejo Turístico. A más de toda la información sobre las instalaciones y usos del complejo brindado al cliente, también se le incentivará mediante charlas y exposiciones a visitar las maravillas naturales a través de las visitas guiadas, caminatas ecológicas, paseos en lanchas, etc.

**CUADRO N° 28**

<b>Ord.</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documento</b>	<b>Responsable</b>
1	Recibimiento del cliente		Guía
2	Cancelación de la entrada	Factura	Cajero
3	Información sobre las instalaciones del complejo al turista		Administrador
4	Estancia del turista en el complejo y permanente atención a sus necesidades		Administrador
5	Despedida		Administrador

**GRÁFICO N° 27**  
**Proceso de Generación de Servicios Recreativos**



### 4.3.3. Ingeniería Civil

Se refiere a los requerimientos de infraestructura civil, recursos materiales, y recursos humanos que el proyecto requiere para su puesta en ejecución. Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará el centro recreativo, sus oficinas administrativas y demás requerimientos.

Es importante indicar los componentes que va a tener las diferentes aéreas con las que estará conformada la empresa, para tener claro los espacios y la distribución de los mismos, a continuación se indica su composición.

**a) Instalaciones:**

- Habitaciones con capacidad para 50 personas con todos los servicios básicos
- Restaurant con capacidad para 50 personas
- Sala de espera con televisión

**b) Área Recreativa:**

- Piscina adultos (ubicadas en la parte central del complejo)
- Baños de vapor (ubicados en la parte diagonal de las piscinas)
- Baño sauna
- Hidromasaje
- Vestidores
- Baños damas y caballeros

**c) Área Deportiva al Aire Libre:**

- 1 Cancha de tenis infantil
- 1 Cancha de básquet
- 1 Cancha de vóley
- 1 Cancha de fútbol
- 1 Área de juegos infantiles
- 1 puerto de partida para 10 lanchas

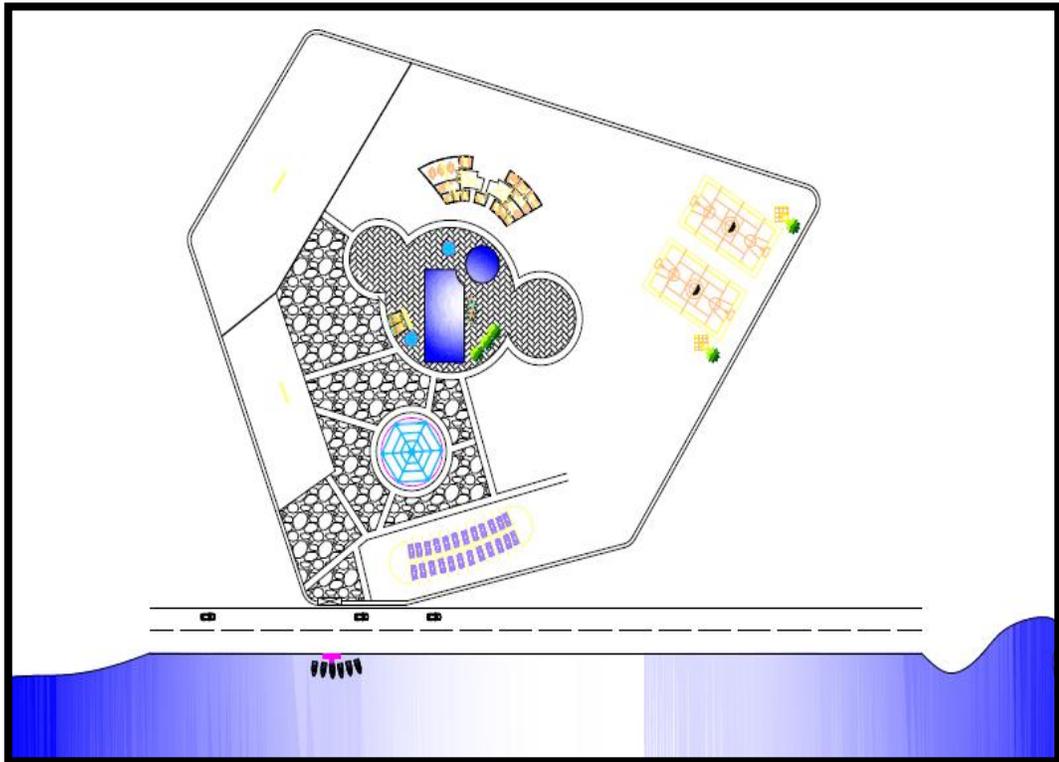
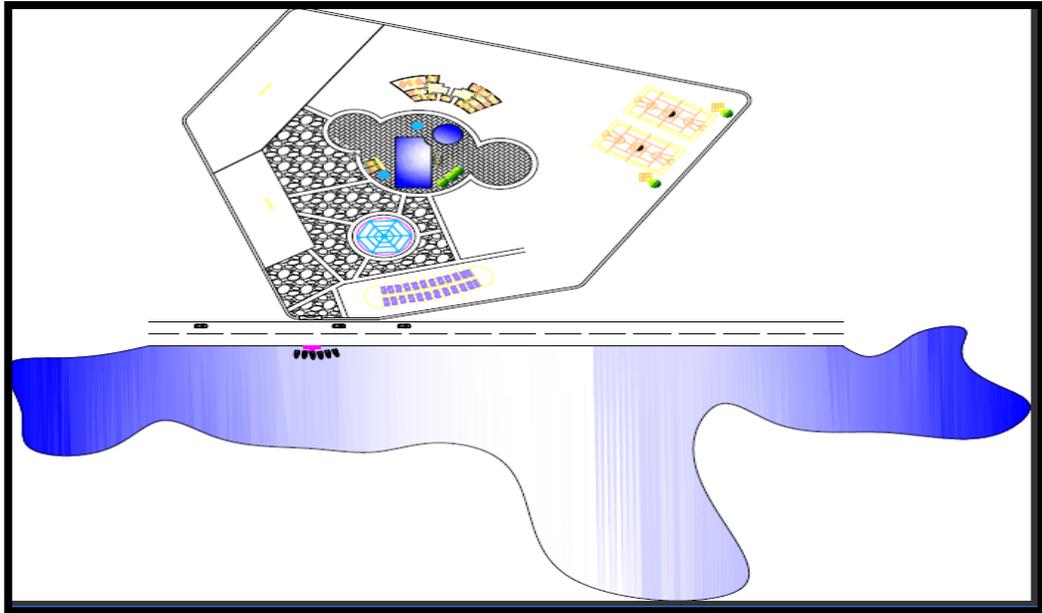
**d) Área Administrativa:**

- Sección gerencia
- Sección contabilidad
- Sección comercialización

- Recepción

Es importante indicar la composición de la infraestructura civil en sus diferentes áreas y espacios que va a tener la empresa. A continuación se indican sus componentes y los valores de la inversión que se realizará en la construcción de edificaciones y demás instalaciones de obra civil, estimados de acuerdo a información proporcionada por la cámara de la construcción de la ciudad de Esmeraldas, sobre el precio por metro cuadrado de construcción.

## PLANOS ARQUITÉCTONICOS



Elaborado por: Ing. Jhosimar Mina Guezo

## RESUMEN DE LA INVERSIÓN

### CUADRO N° 29

#### Inversión en Terreno

Concepto	Valor Unitario	Extensión	Valor Total
TERRENO	USD. 5	5.000 m2	<b>25.000,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

### CUADRO N° 30

#### Resumen Construcción Edificio Habitaciones

Concepto	Cantidad de Habitaciones	Cantidad M2 de Construcción	Valor M2	Valor Total
Habitaciones	24	1000	50	50.000,00
Suite	1	200	50	10.000,00
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>1200</b>	<b>200,00</b>	<b>60.000,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

### CUADRO N° 31

#### Resumen Construcción Oficinas

Concepto	Cantidad m2 de Construcción	Valor metro Cuadrado	Valor Total
Oficinas administrativas	32	50,00	1.600,00
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>50,00</b>	<b>1.600,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

**CUADRO N° 32**  
**Resumen Construcción Piscinas y Complementos**

Concepto	Cantidad	Cantidad M2 de construcción	Valor M2	Valor Total
Alberca adultos	1	80	70	5.600,00
Alberca infantil	1	40	50	2.000,00
Sauna	1	12	150	1.800,00
Hidromasaje	1	15	150	2.250,00
Vestidores	10	15	45	675,00
Baños	4	15	50	675,00
<b>Total</b>				<b>13.000,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

**CUADRO N° 33**  
**Resumen Construcción Espacios Deportivos**

Concepto	Cantidad	M2 de Construcción	Valor M2	Valor Total
Fulbito	1	300	50,00	15.000,00
Vóley	1	100	50,00	5.000,00
Área infantil	1	50	50,00	2.500,00
<b>TOTAL</b>				<b>22.500,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

**CUADRO N° 34**  
**Resumen construcción de Cocina y Restaurant**

Concepto	Cantidad	M2 de Construcción	Valor M2	Valor Total
Restaurante	1	40	95,00	3.800,00
Cocina	1	30	50,00	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>200</b>	<b>150,00</b>	<b>5.300,00</b>

*Fuente: Arquitecto*

*Elaborado por: La Autora*

**CUADRO N° 35**  
**Resumen de la Inversión en Obra Civil**

<b>Resumen de construcciones e instalaciones</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Terreno	25.000,00
Habitaciones	60.000,00
Oficinas	1.600,00
Piscinas y complementos	13.000,00
Canchas deportivas	22.500,00
Cocina y restaurante	5.300,00
<b>TOTAL</b>	<b>127.400,00</b>

**4.5. Requerimiento de Activos**

**a) Muebles y Enseres de Oficina**

**CUADRO N° 36**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Archivador	1	100,00	100,00
Escritorios Metálicos	2	80,00	160,00
Sillas Giratorias	2	40,00	80,00
Sillas	5	20,00	100,00
Juegos de mesas y sillas plásticas	1	80,00	80,00
Basureros	2	5,00	10,00
Extintores de incendios	1	100,00	100,00
<b>Total</b>			<b>630,00</b>

**b) Equipo de Oficina**

Son bienes tangibles de uso permanente que ayudan a las operaciones y actividades administrativas de cualquier actividad económica.

**Resumen del Equipo de Oficina  
CUADRO N° 37**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Máquina Registradora	1	180,00	180,00
Fax	1	110,00	110,00
<b>Total</b>			<b>290,00</b>

**c) Menaje y Utilería para Habitaciones, Cocina y  
Restaurante**

Los requerimientos de menaje de Habitación, cocina y Restaurante son bienes tangibles de uso permanente en los que podríamos nombrar sábanas, colchas, cobijas, manteles, toallas y limpiones. Que posibilitan el normal funcionamiento de la microempresa.

**Resumen de Menaje de Habitación, Cocina y Restaurante  
CUADRO N° 38**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Modular de recepción	1	120,00	120,00
Camas de 1 plaza	10	120,00	1.200,00
Camas de 2 plazas	10	150,00	1.500,00
Literas	10	120,00	1.200,00
Colchones de 1 plaza	20	50,00	1.000,00
Colchones de 2 plazas	10	100,00	1.000,00
Cobijas de 1 plaza	50	10,00	500,00
Cobijas 2 plazas	20	15,00	300,00
Sábanas 1 plaza	50	12,00	600,00
Sábanas 2 plazas	10	18,00	180,00
Almohadas	60	5,00	300,00
Televisión con cable	25	300,00	7.500,00
Armario	25	50,00	1.250,00
Ventilador	25	20,00	500,00
Velador	25	20,00	500,00
Lámpara	25	8,00	200,00
<b>Total</b>			<b>17.850,00</b>

#### d) Equipo de Computo

En cuanto a los requerimientos de equipo de computación es importante resumirlo en el siguiente cuadro para una mejor apreciación.

**Resumen del Equipo de Computación  
CUADRO N° 39**

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Computador Hp.	1	500,00	500,00
Impresora Canon Multifusión	1	150,00	150,00
<b>Total</b>			<b>650,00</b>

#### e) Equipo de cocina

El siguiente cuadro permite un enfoque general de los requerimientos tecnológicos para el óptimo funcionamiento del centro recreacional.

**Resumen de Equipo de cocina  
CUADRO N° 40**

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cocina industrial con gas	U	2	150,00	300,00
Horno	U	1	200,00	200,00
Refrigeradora	U	1	500,00	500,00
Licuadaora	U	2	150,00	300,00
Batidora	U	1	80,00	80,00
Tostadora	U	1	50,00	50,00
Microondas	U	1	200,00	200,00
Ollas de aluminio	Juego	2	75,00	150,00
Cucharas	Juego	4	15,00	60,00
Vasos de vidrio	Juego	4	20,00	80,00
Tazas de café	Juego	4	15,00	60,00
Cuchillos	Juego	2	15,00	30,00

Vajillas	Juego	5	20,00	100,00
Manteles de cocina	Juego	2	2,00	4,00
Sartenes	Juego	2	25,00	50,00
Cucharones	Juego	2	10,00	20,00
Cernideros	U	2	1,00	2,00
Baldes	U	2	2,00	4,00
Recipientes plásticos	U	2	1,50	3,00
<b>Total</b>				<b>2.193,00</b>

#### f) Equipo de Piscina, Sauna e Hidromasaje

**CUADRO N° 41**

Descripción	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Bomba hp sumergible Trifásica	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Equipo para sauna	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Equipo de hidromasaje	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
<b>Total</b>				<b>5.000,00</b>

#### g) Equipo de Baño

**CUADRO N° 42**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario \$	Costo total \$
Toallas	30	2,50	75,00
Jaboneras	25	0,50	12,50
Espejos	25	3,50	87,50
Basureros	25	2,50	62,50
<b>Total</b>			<b>237,50</b>

#### 4.3.4. Inversión

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipo, maquinaria y herramienta necesaria para generar los servicios a ofertar. Por este motivo para el estudio financiero se consideró que las inversiones

totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de su evaluación.

#### **a) Propiedad planta y equipo**

Corresponde a las inversiones en terrenos, activo que según nuestra legislación no está sujeto a depreciación. El monto del activo se puede ver en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 43**  
**Activo no depreciable**

<b>Concepto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Extensión</b>	<b>Valor Total</b>
TERRENO	USD. 5	5.000 m2	<b>25.000,00</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaborado:* La Autora

#### **b) Activos fijos depreciables**

Son los activos que se pueden depreciar y pueden ser edificaciones y adecuación de locales, dotación de infraestructura, instalación, maquinaria, equipos, vehículos, etc. A continuación se especifica los activos fijos que se necesitan adquirir para operar la microempresa. En el siguiente cuadro se resumen las inversiones fijas depreciables que se realizará en la fase pre-operacional correspondiente a los siguientes rubros:

**CUADRO N° 44**

<b>Detalle</b>	<b>Valor total \$</b>
Terreno	25.000,00
Construcción Habitaciones	102.400,00
Equipo de piscina, sauna e hidromasaje	5.000,00
Equipo de cocina	2.193,00
Equipo de baño	237,50
Muebles y enseres de hotel	17.850,00
Muebles y enseres de oficina	630,00
Equipo de computación	650,00
Equipo de oficina	290,00
<b>Total</b>	<b>154.250,50</b>

**Fuente:** Total Proformas, estudios y diseños

**Elaborado:** La Autora

### c) Activos Diferidos

Los activos diferidos están constituidos por los gastos e inversiones necesarias para conformar la empresa o implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa.

- **Estudios de factibilidad**

Los gastos de la investigación son todos los gastos incurridos en el proceso de investigación del estudio de factibilidad. Se ha considerado los siguientes rubros que se resumen en el siguiente cuadro

**CUADRO N° 45**  
**Costos de investigación**  
**ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Asesoramiento profesional	0,00
Recursos materiales	200,00
Imprevistos	100,00
<b>Total</b>	<b>300,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** La Autora

- **Gasto de Constitución**

Los gastos de constitución son erogaciones de efectivo, que con el paso del tiempo se los puede amortizar ya que se convierten en activo de la nueva empresa. A continuación se presenta un cuadro resumen.

**CUADRO N° 46**  
**Legalización de una Compañía anónima**

DETALLE	VALOR TOTAL
Apertura de una cuenta	3000,00
Elaboración de minuta	380,00
Registro notaria publica	400,00
Registro mercantil	600,00
Afiliación a cámara de comercio	250,00
Tramite RUC	5,00
<b>Total</b>	<b>4.635,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** La Autora

**e) Capital de trabajo**

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una. Para el cálculo de este capital se tomara en cuenta el requerimiento para la operación de los 3 primeros meses según el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 47**  
**Capital de trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Gastos de producción	21.163,62
Gastos administrativos	17.142,87
Gastos de Ventas	1.200,00
	<b>39.506,48</b>
Mensual	3.292,21
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6.584,41</b>
Intereses 2 meses	1.738,85
<b>TOTAL CAPITAL T.</b>	<b>8.323,26</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaborado:* La Autora

**CUADRO N° 48**

<b>COMPOSICION DE LA INVERSIÓN</b>	
INVERSIÓN FIJA (Activos fijos)	154.250,50
INVERSIÓN DIFERIDA	4.935,00
CAPITAL DE TRABAJO	8.323,26
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>167.508,76</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaborado:* La Autora

#### 4.3.5. Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 60% se financiará con crédito y el 40% será aporte propio de parte del inversionista. La Corporación Financiera Nacional (CFN) financia montos a nuevos proyectos productivos. Para la obtención de este crédito se requiere presentar una garantía del 125% sobre el valor solicitado y aplica una tasa de interés del 10% anual al segmento de crédito para la microempresa.

**CUADRO N° 49**  
**Estructura del Financiamiento**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión propia		40%
Inversión financiada		60%
<b>Inversión total</b>		<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaborado:* La Autora

#### 4.3.6. Talento Humano

El estudio de los requerimientos de personal se realizará mediante un análisis de puesto. Esto permitirá delimitar el número de persona que la microempresa necesitará y los perfiles de las mismas. En el capítulo de la organización será en donde se amplíe los cargos y las funciones, los requerimientos mínimos para los puestos y su respectivo organigrama funcional.

**CUADRO N° 50**

#### **Requerimientos de Personal**

<b>PERSONAL</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
<b>Administrativo:</b>		
Gerente	1	500
Contador/a (recepción)	1	400
<b>Operativo:</b>		
Cocinero	1	318
Ayudantes de cocina	1	318
Limpieza del complejo	1	318
<b>Apoyo:</b>		
Guardia	1	318

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** La Autora

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se presentan los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generarán a lo largo de la vida útil del proyecto, como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales se aplica la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que permiten conocer la viabilidad del proyecto.

#### 5.1. Determinación de Ingresos

Se refiere al volumen de ventas en unidades, multiplicadas por su precio. Se estima un incremento de acuerdo a la demanda que el Complejo Turístico podría cubrir, la determinación de las ventas se estima en base al promedio de ventas de los diferentes platos, en unidades de producto y monetarios, y sobre éste realizar la proyección de unidades a ser comercializadas en base a los objetivos de crecimiento.

CUARO N° 51

<b>INGRESOS – SEGÚN LA CAPACIDAD</b>					
<b>Años / Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2105</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>80%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>HOSPEDAJE 23%</b>	552,00	621,00	690,00	690,00	690,00
<b>RESTAURANTE 12%</b>	288,00	324,00	360,00	360,00	360,00
<b>RECREACIÓN Y DIVERSIÓN 65%</b>	1.560,00	1.755,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.400,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.000,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

El proyecto estima como ingresos tomando los datos de la cantidad de turistas a ser atendidos de acuerdo a la capacidad del hotel con complejo turístico, así como el precio promedio por servicio completo (hospedaje, alimentación y recreación) de \$ 30 incluidos estos 3 servicios con un incremento anual según la tasa de inflación país del 2,70 % (31 de diciembre de 2013).

A continuación se presenta el presupuesto consolidado de los ingresos que el proyecto pretende alcanzar durante los cinco períodos que se evaluará, el mismo que se puede encontrar en el siguiente cuadro.

#### **CUARO N° 52**

<b>PRODUCTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad (u)	2.400,00	2.700,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Precio (\$)	30,81	31,64	32,50	33,37	34,27
<b>Total ingresos</b>	<b>73.944,00</b>	<b>85.433,05</b>	<b>97.488,60</b>	<b>100.120,79</b>	<b>102.824,06</b>

*Fuente: Investigación Directa  
Elaborado Por: La Autora*

## **5.2. Determinación de Egresos**

### **a) Costos de Producción**

Se consideran costos de producción todos los insumos requeridos durante el proceso productivo, siendo estos: Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

En el presupuesto para costos y gastos se presentan los rubros que deberán utilizarse para el funcionamiento de la empresa a partir del primer período operativo. En cada año se justifica el gasto, el cual está presupuestado para cada uno.

**a) Materia prima Directa e Indirecta**

En el siguiente cuadro, se presentan los insumos que se requieren para el proceso de elaboración de los platos típicos, como también insumos y materiales de hospedaje y piscina. Dichos insumos se obtuvieron de la entrevista realizada a una de las personas entrevistadas de los restaurantes de la parroquia, para la proyección de: materia prima, productos e insumos se utilizó la tasa de inflación del 2013, la cual fue del 2,70%, según dato obtenido en el BCE.

**CUADRO N° 53**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL 2013	2014	2015	2016	2017	2018
Escobas	10	1,50	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24	205,65
Trapeadores	5	1,50	90,00	92,43	94,93	97,49	100,12	102,82
Cepillos de baño	20	0,50	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49	137,10
Kit de materiales de baño	10	4,00	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98	548,39
<b>Total</b>			<b>870,00</b>	<b>893,49</b>	<b>917,61</b>	<b>942,39</b>	<b>967,83</b>	<b>993,97</b>
<b>Adquisición de alimentos para preparación</b>								
Plátanos	30	4,00	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49	137,10
Arroz	4	30,00	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49	137,10
Carnes	14,4	25,00	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48	411,30
Condimentos	3	5,00	15,00	15,405	15,82	16,25	16,69	17,14
<b>Total adquisición alimentos</b>			<b>615,00</b>	<b>631,61</b>	<b>648,66</b>	<b>666,17</b>	<b>684,16</b>	<b>702,63</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1.485,00</b>	<b>1.525,10</b>	<b>1.566,27</b>	<b>1.608,56</b>	<b>1.651,99</b>	<b>1.696,60</b>

*Fuente: Investigación Directa  
Elaborado Por: La Autora*

## b. Mano de Obra Directa Operativa

Para la proyección de los sueldos básicos unificados se utilizó la tasa de crecimiento de los mismos, calculada en la serie histórica del sueldo básico general del periodo 2008-2013, el cual se detalla a continuación:

**CUADRO N° 54**  
**COMPORTAMIENTO HISTORICO SUELDO BÁSICO UNIFICADO GENERAL**

<b>AÑOS</b>	<b>SUELDO BÁSICO UNIFICADO GENERAL</b>
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318

*Fuente: Banco Central Del Ecuador*

*Elaborado Por: La Autora*

**CUADRO N° 55**

<b>PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
<b>2013</b>	<b>AÑOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>PERSONAL</b>					
318,00	Cocinero	349,48	384,07	422,08	463,86	509,77
318,00	Ayudante de cocina y Mesero	349,48	384,07	422,08	464,23	509,77
318,00	Mantenimiento y aseo	349,48	384,07	422,08	464,23	509,77
	<b>TOTAL</b>	<b>1.048,43</b>	<b>1.152,20</b>	<b>1.266,24</b>	<b>1.392,32</b>	<b>1.529,32</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

**CUADRO N° 56**

<b>AÑOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	12.581,12	13.826,40	15.194,94	16.707,85	18.351,80
APOORTE PATRONAL (12,15%)	1.528,61	1.679,91	1.846,19	2.030,00	2.229,74
FONDOS DE RESERVA	-	1.152,20	1.266,24	1.392,32	1.529,32
DECIMO TERCER SUELDO	1.048,43	1.152,20	1.266,24	1.392,32	1.529,32
DECIMO CUARTO SUELDO	3.140,13	3.445,29	3.780,10	4.147,45	4.550,50
<b>TOTAL</b>	<b>18.298,29</b>	<b>21.256,00</b>	<b>23.353,72</b>	<b>25.669,95</b>	<b>28.190,67</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

### **c. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Compuesto por los servicios básicos, los cuales cumplen un rol importante en el proceso de producción del complejo turístico. Con un incremento anual estimado del 4,16%(inflación), misma que se aplica en los precios, para el consumo de energía eléctrica y agua potable en el tercer año del proyecto se estima un aumento del 20% de estos rubros.

**CUADRO N° 57**  
**PROYECCIÓN DE CIF (SERVICIOS BÁSICOS)**

<b>años-rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<i>Agua</i>	616,20	632,84	649,92	667,47	632,84
<i>Teléfono</i>	369,72	379,70	389,95	400,48	411,30
<i>Energía</i>	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96	1.096,79
<b>Total</b>	<b>1.971,84</b>	<b>2.025,08</b>	<b>2.079,76</b>	<b>2.135,91</b>	<b>2.140,92</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

## b) Gastos Administrativos

Son gastos incurridos en el área administrativa, para el normal funcionamiento de las operaciones y control de la producción del complejo turístico. Para determinar todo el gasto administrativo en que incurrirá la empresa, durante un tiempo determinado o proyectado a 5 años.

### a. Sueldos y Salarios Administrativos

Comprende los salarios del personal administrativo y cubre la necesidad inmediata de contar con el tipo de personal calificado y adecuado para la empresa, a continuación se indica el total del valor en sueldo mensual proyectado a 5 años.

**CUADRO N° 58**

<b>PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA ADMINISTRATIVA</b>						
2013	AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
	PERSONAL					
600,00	GERENTE GENERAL	659,39	724,65	796,38	875,21	961,83
400,00	CONTADOR GENERAL	439,59	483,10	530,92	585,47	641,22
	<b>TOTAL</b>	<b>1.098,98</b>	<b>1.207,76</b>	<b>1.327,30</b>	<b>1.460,68</b>	<b>1.603,06</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

**CUADRO N° 59**

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS					
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	13.187,76	14.493,08	15.927,61	17.528,11	19.236,68
APORTE PATRONAL (12,15%)	1.602,31	1.760,91	1.935,20	2.129,67	2.337,26
FONDOS DE RESERVA	-	1.207,76	1.327,30	1.460,68	1.603,06
DECIMO TERCER SUELDO	1.098,98	1.207,76	1.327,30	1.460,68	1.603,06
DECIMO CUARTO SUELDO	697,81	765,62	840,02	921,66	1.011,22
<b>TOTAL</b>	<b>16.586,86</b>	<b>19.435,13</b>	<b>21.357,44</b>	<b>23.500,78</b>	<b>25.791,28</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

**b. Materiales y Suministros de Oficina**

**CUADRO N° 60**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Trimestral	Valor Anual Actual
Hojas membretadas	300	0,05	15	60
Resma papel bond	4	3,5	14	56
Rollos papel para fax	3	1,5	4,5	18
Esferográficos	5	0,35	1,75	7
Cinta adhesiva	4	1,5	6	24
Correctores	4	0,5	2	8
Tinta almohadilla	1	2,5	2,5	10
Tinta impresora	4	10	40	160
Grapadoras	4	4	16	64
Clips	2	0,85	1,7	6,8
Facturas	2	15	30	120
<b>TOTAL</b>	<b>333</b>	<b>39,75</b>	<b>133,45</b>	<b>533,8</b>

2014	2015	2016	2017	2018
556,01	579,14	603,23	628,32	654,46

*Fuente: Investigación Directa  
Elaborado Por: La Autora*

**c) Gastos de ventas**

**CUADRO N° 61  
Proyección de la Publicidad**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL 2013	2014	2015	2016	2017	2018
Publicidad	100	1200	1232,4	1265,67	1299,85	1334,94	1370,99
<b>Total</b>		<b>1.200,00</b>	<b>1.232,40</b>	<b>1.265,67</b>	<b>1.299,85</b>	<b>1.334,94</b>	<b>1.370,99</b>

*Fuente: Investigación Directa  
Elaborado Por: La Autora*

d) Remuneración Personal de Apoyo

CUADRO N° 62

PROYECCIÓN MANO DE OBRA DE APOYO						
2012	AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
	PERSONAL					
318,00	Guardia	349,48	384,07	422,08	464,23	509,77
	<b>TOTAL</b>	<b>349,48</b>	<b>384,07</b>	<b>422,08</b>	<b>464,23</b>	<b>509,77</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

CUADRO N° 63

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS					
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	4.193,71	4.608,80	5.064,98	5.570,77	6.117,27
APOORTE PATRONAL (12,15%)	509,54	559,97	615,40	676,85	743,25
FONDOS DE RESERVA	-	384,07	422,08	464,23	509,77
DECIMO TERCER SUELDO	349,48	384,07	422,08	464,23	509,77
DECIMO CUARTO SUELDO	697,81	765,62	840,02	921,66	1.011,22
<b>TOTAL</b>	<b>5.750,53</b>	<b>6.702,52</b>	<b>7.364,56</b>	<b>8.097,74</b>	<b>8.891,28</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

e) Depreciación de Activos Fijos

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta. Los porcentajes de depreciación aplicados son:

**CUADRO N° 64**  
**Porcentaje de depreciación de Activo Fijos**

ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS		%
EDIFICIOS	102.400,00	20	5.120,00	5%
EQUIPO DE PISCINA	5.000,00	10	500,00	10%
EQUIPO DE COCINA	2.193,00	10	219,30	10%
EQUIPO DE BAÑOS	237,50	10	23,75	10%
MUEBLES Y ENSERES DE COMPLEJO	17.850,00	10	1.785,00	10%
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	630,00	10	63,00	10%
EQUIPO DE COMPUTACION	650,00	3	216,67	33,33%
EQUIPO DE OFICINA	290,00	10	29,00	10%

*Fuente: Investigación Directa*  
*Elaborado Por: La Autora*

**CUADRO N° 65**  
**Depreciación de Activo Fijos**

<b>DEPRECIACIONES</b>					
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
RUBROS					
EDIFICIOS	5.120,00	5.120,00	5.120,00	5.120,00	5.120,00
EQUIPO DE PISCINA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
EQUIPO DE COCINA	219,30	219,30	219,30	219,30	219,30
EQUIPO DE BAÑOS	23,75	23,75	23,75	23,75	23,75
MUEBLES Y ENSERES DE COMPLEJO	1.785,00	1.785,00	1.785,00	1.785,00	1.785,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
EQUIPO DE COMPUTACION	216,67	216,67	216,67	216,67	216,67
EQUIPO DE OFICINA	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.927,72</b>	<b>7.927,72</b>	<b>7.927,72</b>	<b>7.927,72</b>	<b>7.927,72</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

## f) Gastos Financieros

Para el funcionamiento del proyecto se tiene la necesidad de contar con una inversión total de \$ 167.508,76 el 60% de la inversión se obtendrá mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional, a una tasa efectiva del 10,50% anual a 5 años; los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

**CUADRO N° 66**

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>RUBROS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>
CAPITAL PROPIO	40,00%	67.003,51	67.508,76
CRÉDITO	60,00%	100.505,26	100.000,00
		<b>167.508,76</b>	<b>167.508,76</b>

**CUADRO N° 67  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		100.000,00			
1	27-feb-2014	98.725,61	875,00	1.274,39	2.149,39
2	29-mar-2014	97.440,07	863,85	1.285,54	2.149,39
3	28-abr-2014	96.143,28	852,60	1.296,79	2.149,39
4	28-may-2014	94.835,14	841,25	1.308,14	2.149,39
5	27-jun-2014	93.515,56	829,81	1.319,58	2.149,39
6	27-jul-2014	92.184,43	818,26	1.331,13	2.149,39
7	26-ago-2014	90.841,66	806,61	1.342,78	2.149,39
8	25-sep-2014	89.487,13	794,86	1.354,53	2.149,39
9	25-oct-2014	88.120,75	783,01	1.366,38	2.149,39
10	24-nov-2014	86.742,42	771,06	1.378,33	2.149,39
11	24-dic-2014	85.352,03	759,00	1.390,39	2.149,39
12	23-ene-2015	83.949,47	746,83	1.402,56	2.149,39
13	22-feb-2015	82.534,63	734,56	1.414,83	2.149,39
14	24-mar-2015	81.107,42	722,18	1.427,21	2.149,39
15	23-abr-2015	79.667,72	709,69	1.439,70	2.149,39
16	23-may-2015	78.215,42	697,09	1.452,30	2.149,39
17	22-jun-2015	76.750,42	684,38	1.465,01	2.149,39
18	22-jul-2015	75.272,59	671,57	1.477,82	2.149,39
19	21-ago-2015	73.781,84	658,64	1.490,75	2.149,39
20	20-sep-2015	72.278,04	645,59	1.503,80	2.149,39
21	20-oct-2015	70.761,08	632,43	1.516,96	2.149,39

22	19-nov-2015	69.230,85	619,16	1.530,23	2.149,39
23	19-dic-2015	67.687,23	605,77	1.543,62	2.149,39
24	18-ene-2016	66.130,11	592,26	1.557,13	2.149,39
25	17-feb-2016	64.559,35	578,64	1.570,75	2.149,39
26	18-mar-2016	62.974,86	564,89	1.584,50	2.149,39
27	17-abr-2016	61.376,50	551,03	1.598,36	2.149,39
28	17-may-2016	59.764,15	537,04	1.612,35	2.149,39
29	16-jun-2016	58.137,70	522,94	1.626,45	2.149,39
30	16-jul-2016	56.497,01	508,70	1.640,69	2.149,39
31	15-ago-2016	54.841,97	494,35	1.655,04	2.149,39
32	14-sep-2016	53.172,45	479,87	1.669,52	2.149,39
33	14-oct-2016	51.488,32	465,26	1.684,13	2.149,39
34	13-nov-2016	49.789,45	450,52	1.698,87	2.149,39
35	13-dic-2016	48.075,72	435,66	1.713,73	2.149,39
36	12-ene-2017	46.346,99	420,66	1.728,73	2.149,39
37	11-feb-2017	44.603,14	405,54	1.743,85	2.149,39
38	13-mar-2017	42.844,03	390,28	1.759,11	2.149,39
39	12-abr-2017	41.069,52	374,89	1.774,50	2.149,39
40	12-may-2017	39.279,49	359,36	1.790,03	2.149,39
41	11-jun-2017	37.473,79	343,70	1.805,69	2.149,39
42	11-jul-2017	35.652,30	327,90	1.821,49	2.149,39
43	10-ago-2017	33.814,87	311,96	1.837,43	2.149,39
44	09-sep-2017	31.961,36	295,88	1.853,51	2.149,39
45	09-oct-2017	30.091,63	279,66	1.869,73	2.149,39
46	08-nov-2017	28.205,54	263,30	1.886,09	2.149,39
47	08-dic-2017	26.302,95	246,80	1.902,59	2.149,39
48	07-ene-2018	24.383,71	230,15	1.919,24	2.149,39
49	06-feb-2018	22.447,68	213,36	1.936,03	2.149,39
50	08-mar-2018	20.494,71	196,42	1.952,97	2.149,39
51	07-abr-2018	18.524,64	179,33	1.970,06	2.149,39
52	07-may-2018	16.537,34	162,09	1.987,30	2.149,39
53	06-jun-2018	14.532,66	144,70	2.004,69	2.149,39
54	06-jul-2018	12.510,43	127,16	2.022,23	2.149,39
55	05-ago-2018	10.470,50	109,47	2.039,92	2.149,39
56	04-sep-2018	8.412,73	91,62	2.057,77	2.149,39
57	04-oct-2018	6.336,95	73,61	2.075,78	2.149,39
58	03-nov-2018	4.261,17	55,45	2.093,94	2.149,39
59	03-dic-2018	2.167,23	37,29	2.112,10	2.149,39
60	02-ene-2019	55,13	18,96	2.130,43	2.149,39
			28.963,88	99.999,52	128.963,40

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado Por:** La Autora

### 5.3. Estados Financieros Proformas

La evaluación tiene como objetivo determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto a través del análisis de los diferentes estados financieros y la aplicación de los criterios de evaluación.

#### a) Estado de Situación Financiera

Presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que se cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

**CUADRO N° 68**  
**COMPLEJO TURISTICO “DOS RIOS” S.A.**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**AL 1 DE ENERO DEL 2014**

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>CORRIENTES</b>		A largo plazo	
Bancos	8.421,85		100.000,00
<b>FIJOS</b>	<b>154.250,50</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
EDIFICIOS	102.400,00	Aportes Accionistas	
EQUIPO DE PICINA	5.000,00		67.607,35
EQUIPO DE COCINA	2.193,00		
EQUIPO DE BAÑOS	237,50		
MUEBLES Y ENSERES DE COMPLEJO	17.850,00		
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	630,00		
EQUIPO DE COMPUTACION	650,00		
EQUIPO DE OFICINA	290,00		
TERRENO	25.000,00		
<b>DIFERIDOS</b>	<b>4.935,00</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>167.607,35</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>167.607,35</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

---

**CONTADOR**

---

**GERENTE**

## b) Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra la gestión que se realizará en el complejo turístico, para determinar utilidades o pérdidas al término de un año económico.

**CUADRO N° 69**

<b>COMPLEJO TURISTICO DOS RIOS S.A. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>RUBROS</b>					
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	73.944,00	85.433,05	97.488,60	100.120,79	102.824,06
(-) Costo de Producción	21.755,13	24.806,17	26.999,74	29.414,42	31.983,59
<b>(=)UTILIDAD BRUTA</b>	<b>52.188,87</b>	<b>60.626,88</b>	<b>70.488,86</b>	<b>70.706,37</b>	<b>70.840,47</b>
<b>GASTOS</b>	<b>36.999,73</b>	<b>38.134,70</b>	<b>38.150,62</b>	<b>38.173,07</b>	<b>38.104,84</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.142,87	20.014,26	21.960,67	24.129,11	26.445,74
(-) GASTOS DE VENTAS	1.200,00	1.232,40	1.265,67	1.299,85	1.334,94
(-) DEPRECIACIONES	7.927,72	7.927,72	7.927,72	7.927,72	7.927,72
(-) GASTOS FINANCIEROS	9.742,15	7.973,32	6.009,57	3.829,40	1.409,45
(-) AMORTIZACIONES DIFERIDAS	987,00	987,00	987,00	987,00	987,00
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>15.189,15</b>	<b>22.492,18</b>	<b>32.338,23</b>	<b>32.533,30</b>	<b>32.735,63</b>
(-) 15% PT	2.278,37	3.373,83	4.850,73	4.880,00	4.910,34
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE INPUENTOS</b>	<b>12.910,77</b>	<b>19.118,35</b>	<b>27.487,50</b>	<b>27.653,31</b>	<b>27.825,28</b>
(-) 22 % IR	2.840,37	4.206,04	6.047,25	6.083,73	6.121,56
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>10.070,40</b>	<b>14.912,31</b>	<b>21.440,25</b>	<b>21.569,58</b>	<b>21.703,72</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

---

**CONTADOR**

---

**GERENTE**

### c) Flujo de Caja

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

**CUADRO N° 70**  
**FLUJO DE CAJA**

CUADRO N° 70 FLUJO DE CAJA						
AÑOS	0	2014	2015	2016	2017	2018
<b>RUBROS</b>						
<b>INVERSION</b>	<b>167.607,35</b>					
<i>Utilidad operacional</i>		15.189,15	22.492,18	32.338,23	32.533,30	32.735,63
(+) Depreciación		7.927,72	7.927,72	7.927,72	7.927,72	7.927,72
(+) Amortizaciones diferidas		987,00	987,00	987,00	987,00	987,00
(-) Reinversión						
(-) Participación trabajadores		2.278,37	3.373,83	4.850,73	4.880,00	4.910,34
(-) Impuesto 22%		2.840,37	4.206,04	6.047,25	6.083,73	6.121,56
(+) Venta de activos		-	-	-	-	<b>154.250,50</b>
EDIFICIOS						102.400,00
EQUIPO DE PISCINA						5.000,00
EQUIPO DE COCINA						2.193,00
EQUIPO DE BAÑOS						237,50
MUEBLES Y ENSERES DE COMPLEJO						17.850,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						630,00
EQUIPO DE COMPUTACION						650,00
EQUIPO DE OFICINA						290,00
TERRENO						25.000,00
<b>Flujo Neto</b>		<b>29.222,61</b>	<b>38.986,76</b>	<b>30.354,96</b>	<b>30.484,29</b>	<b>184.868,94</b>

*Fuente: Investigación Directa*  
*Elaborado Por: La Autora*

\_\_\_\_\_  
**CONTADOR**

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

## 5.4. Evaluación Financiera

### a) Costo de Capital

Los porcentajes de las tasas de ponderación se obtuvieron de la Corporación Financiera Nacional. Para un proyecto la tasa de redescuento es lo mínimo que debe generar un proyecto.

**CUADRO N° 71  
COSTO DE CAPITAL**

Concepto	Valor	Ponderación	Interés	Tasa
Crédito	100.000,00	59,66	10,50	626,46
Capital propio	67.607,35	40,34	3,00	121,01
<b>Total</b>	<b>167.607,35</b>	<b>100</b>		<b>747,47</b> <b>CK= 7,47</b>

*Fuente: Corporación Financiera Nacional*

*Elaborado Por: La Autora*

### b) Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio

Esta tasa está calculada con la inflación del país al año 2013, siendo esta de 2,70%.

**CUADRO N° 72**

$$tmar=(1+kp) (1+kp)$$

CÁLCULO DE LA TASA PARA EL VAN	
$(1+0,0747)(1+0,0270)$	
1,1	10%

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

### c) Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos de efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

**CUADRO N° 73**

AÑOS	FLUJOS NETOS	VAN POSITIVO		VAN NEGATIVO	
		T. REDESCUENTO 10%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	T. REDESCUENTO 19%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	29.222,61	1,10	26.566,01	1,19	24.556,81
2015	38.986,76	1,21	32.220,46	1,42	27.531,08
2016	30.354,96	1,33	22.806,13	1,69	18.013,12
2017	30.484,29	1,46	20.821,18	2,01	15.201,57
2018	184.868,94	1,61	114.789,07	2,39	77.469,21
<b>TOTAL</b>			<b>217.202,85</b>		<b>162.771,78</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

$$VAN = \frac{FE1}{(1+r)^1} + \frac{FE2}{(1+r)^2} + \frac{FE3}{(1+r)^3} + \frac{FE4}{(1+r)^4} + \frac{FE5}{(1+r)^5}$$

$$VAN = \frac{29.222,61}{(1+0,10)^1} + \frac{38.986,76}{(1+0,10)^2} + \frac{30.354,96}{(1+0,10)^3} + \frac{30.484,29}{(1+0,10)^4} + \frac{184.868,94}{(1+0,10)^5}$$

$$VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION$$

$$VAN = 217.202,85 - 167.607,35$$

$$VAN = 49.595,50$$

VAN es mayor a 0, por ende se acepta el proyecto.

**d) Cálculo del TIR**

Para este cálculo se debe obtener el VAN positivo y el VAN negativo para identificar la tasa interna de retorno.

$$VAN_s = \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERSION}$$

$$VAN = 217.202,85 - 167.607,35$$

$$VAN_{positivo} = 49.595,50$$

$$VAN_i = \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERSION}$$

$$VAN_i = 162.771,78 - 167.607,35$$

$$VAN_{negativo} = -4.835,57$$

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

$$TIR = 0,10 + (0,19 - 0,10) \left[ \frac{49.595,50}{49.595,50 - (-4835,57)} \right]$$

$$TIR = 17,31\%$$

La tasa interna de retorno que se calculó muestra que: la rentabilidad del proyecto será del 10%, dicho indicador supera a la tasa mínima aceptable, el proyecto se considera factible, siendo esta tasa mayor a la de descuento.

e) Periodo de Recuperación

CUADRO N° 74

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>			
<b>Años-Rubros</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujo Neto Actualizado</b>	<b>Flujo Acumulado</b>
2014	167.607,35	26.566,01	26.566,01
2015		32.220,46	58.786,46
2016		22.806,13	81.592,60
2017		20.821,18	102.413,78
2018		114.789,07	217.202,85
<b>Total</b>		<b>217.202,85</b>	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: La Autora

217.202,85	5
167.607,35	x
3,86	

El período de recuperación de la inversión es de 3 años 2 meses y 26 días; es decir que la inversión se puede recuperar dentro de los 5 años.

f) Costo – Beneficio

El costo – beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

CUADRO N° 75

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>TRM</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>TRM</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
0	100.000,00	1,00	100.000,00	167.607,35	1,00	167.607,35
2014	73.944,00	0,91	67.221,82	1.525,10	0,91	1.386,45
2015	85.433,05	0,83	70.605,83	1.566,27	0,83	1.294,44
2016	97.488,60	0,75	73.244,63	1.608,56	0,75	1.208,54
2017	100.120,79	0,68	68.383,85	1.651,99	0,68	1.128,33
2018	102.824,06	0,62	63.845,65	1.696,60	0,62	1.053,45
<b>TOTAL</b>	<b>559.810,50</b>		<b>443.301,77</b>	<b>175.655,87</b>		<b>173.678,56</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: La Autora

$$\mathbf{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \mathbf{INGRESOS ACUMULADOS}}{\Sigma \mathbf{EGRESOS ACUMULADOS}}$$

$$\mathbf{COSTO - BENEFICIO} = \frac{443.301,77}{173.678,56}$$

$$\mathbf{COSTO BENEFICIO} = 2,55$$

El valor calculado del costo – beneficio, significa que por cada dólar de inversión se recupera 2,55 dólares.

#### **g) Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio se calcula en base a lo siguiente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PV}}$$

Dónde:

**PE:** Punto de Equilibrio

**CF:** Costos Fijos

**CV:** Costos Variables

**V:** Ventas

**CUADRO N° 76**  
**Punto de Equilibrio en Dólares**

DETALLE	VALOR \$
<b>INGRESOS</b>	<b>73.944,00</b>
VENTAS	73.944,00
<b>COSTOS FIJOS</b>	
Sueldos Administrativos	16.586,86
Sueldos de Producción	18.298,29
Sueldos apoyo	349,48
Depreciación	7.927,72
Publicidad	1.200,00
<b>Costo Fijo Total</b>	<b>44.362,34</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Servicios Básicos	1.971,84
Gasto interés	9.742,15
Suministros de oficina	556,01
Útiles de limpieza y de baño	1.485,00
<b>Costos Variables Total</b>	<b>13.754,99</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>58.117,34</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado Por: La Autora*

Precio de Venta: 30,81

Cantidad de Turistas: 2.400

Por lo que el Punto de equilibrio se lo expresa de la siguiente manera:

$$P.E. \$ = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

$$P.E. \$ = \frac{44.362,34}{1 - \frac{13.754,99}{73.944}}$$

$$P.E. \$ = 54.500,46$$

$$P.E.Unidades = \frac{\text{Punto de Equilibrio}}{PVu}$$

$$P.E.U = \frac{54.500,46}{30,81}$$

$$P.E.U = 1.769$$

Análisis: El complejo turístico con el fin de lograr cubrir sus costos fijos y variables, prestara sus servicios a 1769 turistas con un ingreso de 54.500,46.

## CAPITULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA NUEVA UNIDAD PRODUCTIVA

Este capítulo abarca aspectos importantes para la organización de la empresa como la base legal, estructura, misión, visión, objetivos, nombre y razón social.

“El estudio de la organización es aquel que permite a las empresas definir el manejo y administración de los recursos empleados en el proyecto, especialmente de los recursos humanos

#### 6.1. La Empresa

El Centro Recreacional llevará el nombre de “Dos Ríos S.A.”, se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será una empresa privada. Donde su elemento principal es el talento humano, los sistemas de fabricación son sencillos ya que no involucra mayores procesos de transformación, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos.



*Elaborado por: La Autora*

## **6.2. Base Legal de Constitución**

Previo a iniciar sus actividades, la empresa deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales, la empresa es una Sociedad Anónima y estos son los requisitos y base legal para su constitución:

- a) Constitución de la Empresa
- b) Tramitar el Registro único de Contribuyentes
- c) Registro ante el Ministerio de Turismo
- d) Licencia Ambiental
- e) Licencia anual de funcionamiento
- f) Patente municipal
- g) Permiso sanitario
- h) Permiso del cuerpo de bomberos

### **1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO**

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora",

etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

## 2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

## 3. DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑIA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;

- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;

- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Art. 157.- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

#### 4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 164.- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.

Art. 166.- La suscripción se hará constar en boletines extendidos por duplicado, que contendrán:

- El nombre de la compañía para cuyo capital se hace la suscripción;
- El número de registro del contrato social;
- El nombre, apellido, estado civil y domicilio del suscriptor;
- El número de acciones que suscribe, su clase y su valor;

## 7. DE LA JUNTA GENERAL

Art. 230.- La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Art. 231.- La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Es de competencia de la junta general:

- Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo;
- Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría externa en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubieren sido precedidos por el informe de los comisarios;

- Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
- Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
- Resolver acerca de la amortización de las acciones;
- Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
- Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

### **6.3. Misión**

*“Ofrecer un lugar de entretenimiento acogedor, seguro y de mucho agrado con servicios Eco-turísticos de calidad dentro del turismo alternativo y responsable, impulsando el trabajo en equipo que permita aprovechar los recursos naturales que posee la Parroquia”.*

### **6.4. Visión**

*“Ser el Complejo Turístico líder en calidad de servicios de comida, hospedaje, recreación e innovación en la Parroquia de Borbón; siendo reconocido por nuestro prestigio y la credibilidad que el turista pone en nosotros gracias a valores de responsabilidad y compromiso, en un lapso de cinco años”.*

## 6.5. Políticas

### a) Departamento Administrativo

- a) Cumplir con el horario de entrada y salida
- b) Fomentar la comunicación en el ambiente interno y externo
- c) Capacitar al cliente interno constantemente
- d) Imagen y limpieza de los puestos de trabajo

### b) Departamento Financiero

- a) Presentar las evaluaciones financieras en el tiempo establecido
- b) Cumplir con el horario de entrada y salida
- c) Preparar a tiempo los sueldos y salarios
- d) Asignar los recursos necesarios para los distintos departamentos.

### c) Departamento de Servicios

- a) Controlar estándares de calidad en los servicios
- b) Velar por la seguridad del cliente
- c) Buena imagen y presencia del cliente interno
- d) Ofrecer ayuda cuando el cliente lo requiera
- e) Cuidar del aseo de establecimiento

### d) Departamento de Producción

- a) Control de la materia prima
- b) Manejo adecuado de las herramientas de trabajo
- c) Control de calidad en la producción
- d) Buen ambiente laboral en la producción
- e) Trabajo en equipo
- f) Buena relación con los proveedores

## 6.6. Valores

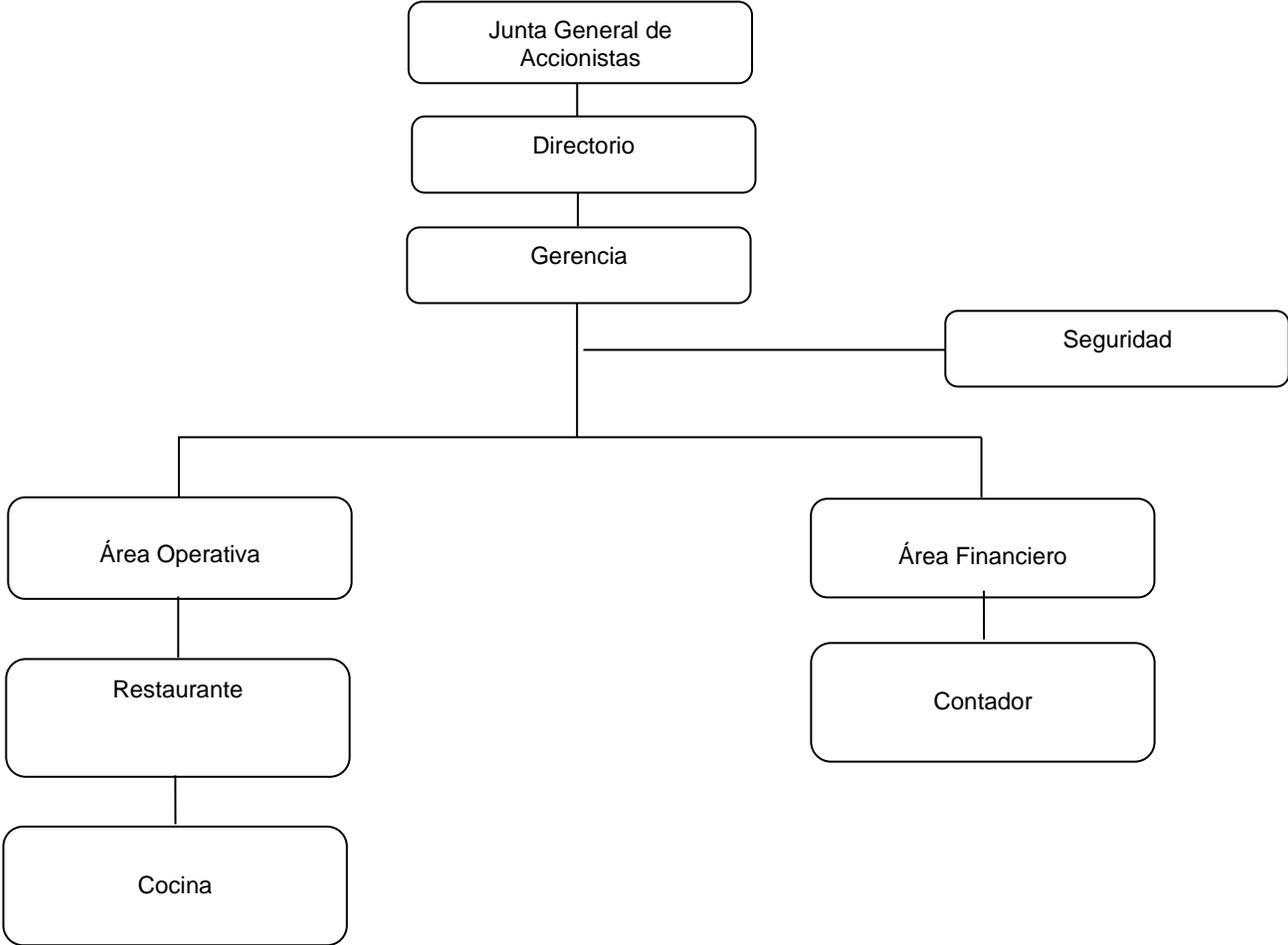
- a) **Responsabilidad:** En el desarrollo de actividades y en el manejo de cada una de las funciones encomendadas
- b) **Respeto:** Afianzar la relación con los grupos de interés y velar por la preservación del medio ambiente
- c) **Lealtad:** Para afirmar el compromiso que se tiene con la empresa y sus integrantes
- d) **Integridad:** Para que las acciones se desarrollen con entereza moral y rectitud.
- e) **Solidaridad:** Participar al desarrollo sostenible del entorno
- f) **Transparencia:** Informar de manera objetiva y oportuna, acerca de las actividades del complejo
- g) **Disciplina:** En el desempeño de las actividades y en el progreso del trabajo encomendado.
- h) **Compromiso:** Cumplir cabalmente con lo ofrecido, se relaciona más bien con la obligación moral que impone el honor.
- i) **Trabajo en equipo:** Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la Empresa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales con los de la organización

## 6.7. Estructura Organizacional

Para poder desarrollar sus actividades la empresa necesita disponer de una estructura organizacional de sus recursos que especifiquen que tipo de factores precisa y como se combinan.

La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama estructural las áreas como está constituida la empresa.

**Organigrama Estructural del Complejo Turístico “Dos Ríos” S.A.**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaboración:** La Autora

## 6.8. Descripción de Puestos, Funciones

En este organigrama se describen la relación de dependencia y actividades que realiza cada uno de los departamentos que integra la empresa.

### a) Personal del Área Administrativa

#### Personal para Junta General de Accionistas Cuadro No. 77

<b>Descripción del Puesto</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b>	Junta General de Accionistas
Área de trabajo	Gerencia
<b>Detalle de funciones :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprobar o desaprobado la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior.</li> <li>✓ Disponer la aplicación de las utilidades que hubiesen.</li> <li>✓ Elegir regularmente a los miembros del Directorio en la forma prevista en el Estatuto y fijar su retribución.</li> <li>✓ Designar o delegar en el Directorio la designación de los auditores externos cuando corresponda de acuerdo a Ley o se decida hacerlo.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión y Aprobación</li> <li>✓ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos</li> <li>✓ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior.</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computador</li> <li>✓ Teléfono</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Vehículo</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal para Gerencia General  
Cuadro N. 78**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Gerencia General	Título del puesto: Gerente General
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Representar legalmente a la empresa.</li> <li>✓ Selección de personal y ejecución de contratos y acuerdos.</li> <li>✓ Establecer contactos con agencias de turismo, organismos públicos y privados.</li> <li>✓ Evaluación del desempeño del personal verificando la calidad</li> <li>✓ Cumplir y hacer cumplir cada una de las normativas externas e internas del complejo turístico.</li> <li>✓ Planificar estrategias que permitan alcanzar los objetivos y metas de la empresa.</li> <li>✓ Establecer cronogramas y presupuestos.</li> <li>✓ Innovar nuevos servicios y productos turísticos.</li> <li>✓ Actualización periódica sobre nuevas tecnologías y cambios de mercado.</li> <li>✓ Lograr la mayor rentabilidad posible para la empresa.</li> <li>✓ Elaborar informes periódicos sobre el estado de la empresa.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conducción general de la empresa</li> <li>✓ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior.</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computador</li> <li>✓ Teléfono</li> <li>✓ Internet</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación formal: Superior</li> <li>✓ Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines.</li> <li>✓ Dominio del idioma inglés.</li> <li>✓ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal de Presidente  
Cuadro No. 79**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto:	Presidente
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ejercer la representación legal de la empresa.</li> <li>✓ Presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.</li> <li>✓ Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta Directiva.</li> <li>✓ Apoyar las actividades de la Empresa.</li> <li>✓ Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero.</li> <li>✓ Presentar a la Junta Directiva, el informe semestral de actividades.</li> <li>✓ Dirigir las labores de la coalición Empresarial</li> <li>✓ Sugerir a la Asamblea y a la Junta Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la empresa</li> <li>✓ Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias.	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computador</li> <li>✓ Teléfono</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Calculadora</li> <li>✓ Impresora</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
✓ Educación formal: Superior	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal de Contabilidad  
Cuadro No. 80**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Contabilidad	Título del puesto: Contador
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar libros diario, libros mayores y estados financieros del ejercicio económico.</li> <li>✓ Efectuar las declaraciones periódicas de los impuestos correspondientes al ejercicio económico.</li> <li>✓ Ordenar, clasificar y archivar comprobantes de ingresos y egresos.</li> <li>✓ Llevar el control del personal.</li> <li>✓ Actualizar sus conocimientos sobre reformas a normas tributarias y contables.</li> <li>✓ Coordinar con Secretaría/Recepción sobre el archivo, almacenamiento y registro de documentos.</li> <li>✓ Compartir responsabilidades con el Cajero en caso de que sea necesario.</li> <li>✓ Mantener una excelente presentación personal.</li> <li>✓ Planificar las auditorias en coordinación con el auditor.</li> <li>✓ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificación operativa en el área de contabilidad.</li> <li>✓ Administrar con eficiencia las cobranzas.</li> <li>✓ Aplicación eficiente del sistema contable.</li> <li>✓ Cumplir los presupuestos programados.</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias.	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computador</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Calculadora</li> <li>✓ Impresora</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación formal: Superior</li> <li>✓ Especialidad y título: CPA</li> <li>✓ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en el área contable financiera.</li> <li>✓ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal para Guardianía  
Cuadro No. 81**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto:	Guardianía
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Verificar el acceso de las personas a las instalaciones</li> <li>✓ Solicitar identificación a los clientes.</li> <li>✓ Informar sobre lugares de riesgo.</li> <li>✓ Controlar al público a través de cámaras de seguridad.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evitar el robo e ingreso de malos elementos a la empresa.</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajo en lugares de ingreso del complejo recreacional.</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Chaleco antibalas</li> <li>✓ Pistola</li> <li>✓ Tolete</li> <li>✓ Gas pimienta</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación formal: Estudios secundarios cualquier mención, preferentemente bachiller en colegios militares.</li> <li>✓ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de guardianía</li> <li>✓ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 45 años.</li> <li>✓ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, manejo de armas, dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal para Jefe de Cocina  
Cuadro No. 82**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Jefe de Cocina	Título del puesto: Chef
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar la planificación de los menús y el abastecimiento respectivo para la ejecución diaria en el restaurant.</li> <li>✓ Desarrollar platos especiales de acuerdo a la gastronomía de la región.</li> <li>✓ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar los menús.</li> <li>✓ Manejo correcto del almacenamiento.</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajo en restauran</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesas de trabajo</li> <li>✓ Utensilios</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación formal: Superior</li> <li>✓ Especialidad y título: Chef</li> <li>✓ Dominio del idioma inglés</li> <li>✓ Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área de chef</li> <li>✓ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.</li> <li>✓ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La Autora

**Personal para Camareras  
Cuadro No. 83**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Mantenimiento y aseo	Título del puesto: Camareras
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar en forma diaria la limpieza y arreglo de las habitaciones.</li> <li>✓ Cubrir las necesidades de vituallas del huésped.</li> <li>✓ Actualizar la lencería.</li> <li>✓ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades que implica el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seguimiento de satisfacción del cliente.</li> <li>✓ Coordinación de limpieza de habitaciones</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajo en las habitaciones del complejo</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lencería</li> <li>✓ Desinfectantes</li> <li>✓ Uniformes</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación formal: Secundaria.</li> <li>✓ Dominio del idioma inglés</li> <li>✓ Tiempo y experiencia previa requerida: 6 meses a un año.</li> <li>✓ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 40 años.</li> <li>✓ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

**Personal para el área de producción  
Cuadro N° 84**

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
<b>Ayudante de cocina</b>	
<b>Sección</b>	Producción
<b>Objetivo del cargo:</b>	Colaborar con el jefe de cocina en todo lo que requiera
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Colaborar con el jefe de cocina en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo</li> <li>✓ Ayudar al chef a desarrollar los menús que crea necesario para el restaurant.</li> <li>✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Formación: Secundaria</li> <li>✓ Conocimientos en atención a clientes</li> <li>✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares</li> </ul>	
<b>Personales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>✓ Vocación de servicio</li> <li>✓ Capacidad organizativa.</li> <li>✓ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>✓ Discreción y honestidad comprobadas.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación directa*

*Elaboración: La Autora*

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos son posibles consecuencias que pueden aparecer en el momento de la implantación o ejecución de un proyecto. Estos impactos se deben evaluar de manera cuantitativa y cualitativa.

La ejecución de un nuevo proyecto, cualquiera que sea la característica que éste tenga generará impactos de tipo económico, social, ambiental, empresarial entre otros, los cuales pueden ser de carácter positivo o negativo. Los primeros se generan al interior de los participantes del proyecto, mientras que los segundos serán los que están relacionados con la causa efecto que se puede ocasionar fuera del proyecto.

Para su valoración se ha identificado los principales impactos con sus respectivos indicadores, para lo cual se ha fijado parámetros de valoración a cada uno de sus componentes, considerando la siguiente escala:

**Cuadro N° 85**

**Tabla de Valoración de Impactos**

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa	
	Positiva	Negativa
Alto	3	-3
Medio	2	-2
Bajo	1	-1
Indiferente	0	-0

*Fuente: Investigación directa*

*Elaborado por: La autora*

## 7.1. Evaluación Económica

La verdadera importancia del precio garantizado por el comercio justo es su estabilidad. Mantenerse estable en el tiempo permite a los productores programar su producción y sus actividades a favor de la comunidad y no a favor del puro beneficio. Si dependieran de un precio volátil, como el precio en el mercado internacional, siempre estarían sujetos a subidas y bajadas que los obligaría a pensar en el corto plazo y no en el desarrollo económico y social de mediano y largo plazo.

**Matriz de Impacto Económico  
Cuadro No. 86**

Niveles de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de Empleos							x	3
Desarrollo Social						x		2
Negocios Complementarios						x		2
Sueldos y Salarios							x	3
<b>TOTAL</b>								<b>10</b>
Nivel de Impacto Económico:	$\frac{\text{SUNATORIA}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$							
	$\frac{10}{5}$							
Nivel de Impacto Económico:	2							
Nivel de Impacto Económico:	Positivo							

*Fuente: Investigación directa*

*Elaborado por: La autora*

**a) Generación de Empleo**

De tener éxito el nuevo proyecto la nueva unidad económica generará nuevas fuentes de empleo directa e indirectamente; los primeros se relacionan con quienes están involucrados con el proyecto y los segundos con quienes siendo más eficientes diversificarán sus actividades económicas, permitiendo de ésta manera un desarrollo sustentable y equilibrado en la comunidad en conjunto.

**b) Desarrollo Social**

El desarrollo económico está siempre relacionado con la sociedad, pues no hace falta decir que éste no podría existir sin la segunda. Los medios económicos de una sociedad permiten a sus integrantes satisfacer sus necesidades con calidad.

**c) Negocios Complementarios**

Con la aplicación del proyecto se podrán crear negocios complementarios como producción de otros bienes y servicios para atender a los turistas que visitarán las instalaciones. Estos negocios permitirán a la comunidad a crear nuevas unidades productivas y así mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida.

**d) Sueldos y Salarios**

Es indudable que pagar un precio más justo significa garantizar un salario más digno a los pequeños trabajadores y productores de la parroquia, que representan las capas más excluidas. Garantizar un sueldo mayor significa luchar concretamente para reducir el porcentaje de personas cuyos ingresos son inferiores a 1 dólar por día.

## 7.2. Evaluación Social

El Impacto Social, se refiere a como el funcionamiento del proyecto afectará a la sociedad o a la comunidad donde se desarrollará el proyecto.

**Matriz de Evaluación Social**  
**Cuadro No. 87**

Niveles de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Nueva Fuente de Trabajo							x	3
Nivel de Vida							X	3
Seguridad Laboral							x	3
Integración Social							X	3
Apoyo a la Comunidad							x	3
<b>TOTAL</b>								<b>15</b>
Nivel de Impacto Social:	SUMATORIA <hr/> NUMERO DE INDICADORES 15 <hr/> 5							
Nivel de Impacto Social:	3							
Nivel de Impacto Social:	Positivo							

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### a) Nuevas Fuentes de Trabajo

Uno de los beneficios sociales más importantes es la generación de fuentes de trabajo para los empleados dentro de la empresa, y principalmente para los socios-proveedores, con lo cual muchas familias de la zona son beneficiadas, de esta manera se contribuye al desarrollo personal, familiar y local.

### **b) Nivel de Vida**

La generación de fuentes de trabajo y remuneraciones justas desencadenan un efecto multiplicador que propicia un mejoramiento en la calidad de vida, además un beneficio menos visible, pero observado con frecuencia en personas que participan en el comercio justo es un aumento en la autoestima.

### **c) Apoyo a la comunidad**

Se espera que la creación de nuevos negocios genere nuevos empleos para las personas asentadas en el área de influencia del proyecto.

### **d) Seguridad Laboral**

El presente proyecto tiene una perspectiva a largo plazo, de manera que los trabajadores y proveedores tienen asegurado la estabilidad laboral. Desarrollando procesos productivos responsables, el personal se sentirá seguro en el lugar de trabajo.

## **7.3. Evaluación Ambiental**

En el análisis de impactos Ambientales o Ecológicos se realizará un análisis de cómo el proyecto afectará con los desechos al medio ambiente y lo que se debe realizar para mitigar los mismos.

**Matriz de Evaluación Ambiental  
Cuadro No. 88**

<b>Niveles de Impactos</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Respecto por el Medio Ambiente							x	3
Reciclaje de Basura							X	3
Contaminación de Aire							x	3
Manejos de Desechos Orgánicos Sólidos							x	3
<b>Total</b>								<b>12</b>
Nivel de Impacto Ambiental:	<div style="border-top: 1px solid black; width: 100%; margin-bottom: 5px;"></div> SUNATORIA							
	NUMERO DE INDICADORES $\frac{12}{4}$							
Nivel de Impacto Ambiental:	4							
Nivel de Impacto Ambiental:	3							
Nivel de Impacto Ambiental:	Positivo							

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

**a) Respeto por el Medio Ambiente**

La importancia del sector hostelero para la ciudad no es sólo económica, sino también laboral y medioambiental. Con el objetivo de lograr una actividad sostenible, el turismo debe basarse en el cuidado del entorno, por lo que empresarios, trabajadores y clientes del sector turístico deben hacer propia una cultura de prevención.

Por ello, es preciso trabajar en la gestión de nuestras actividades diarias tales como el gasto de energía, el uso y contaminación del agua, la optimización de productos y la gestión de los residuos no reciclables. Tener en cuenta estos y otros aspectos como parte integral de la actividad también debe afectar el diseño y la construcción de los edificios, el equipamiento interior, el acondicionamiento de exteriores, la alimentación o las actividades turísticas de estos establecimientos.

### b) Reciclaje de Basura

El proyecto reciclará la mayoría de los desechos producidos por la actividad empresarial y buscará la manera para que la comunidad lo haga también ya que esto crea una buena imagen del lugar.

### c) Contaminación del Aire

Basándose de que toda actividad humana genera contaminación, el proyecto invertirá el dinero necesario para que la misma no sea significativa para la comunidad y su entorno.

### d) Manejo de Desechos Sólidos

Se reciclarán la mayoría de los desechos sólidos y para los que no se pueda darle un nuevo uso se arrojará a los tachos de basura para depositarlos en el recolector.

## 7.4. Impacto General del Proyecto

**Matriz de Evaluación General**  
**Cuadro No. 89**

Niveles de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Evaluación Económica						x		2
Evaluación Social							x	3
Evaluación Ambiental							X	3
<b>Total</b>								<b>8</b>
Nivel de Impacto General:	SUNATORIA							
	NUMERO DE INDICADORES							
	$\frac{8}{3}$							
Nivel de Impacto General:	3							
Nivel de Impacto General:	2,7							
Nivel de Impacto General:	Positivo							

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El impacto a nivel general que dará el proyecto será de 2,7, lo cual constituye un impacto alto positivo.

### **Análisis General**

Esto implica que al ser un impacto alto positivo, el complejo turístico Dos Ríos S.A., será beneficiosa tanto a nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso para la zona y sus alrededores. A nivel general existe un promedio medio positivo en todos los impactos, por lo tanto es aceptable el Proyecto en sus impactos.

## CONCLUSIONES

Una vez realizado el diseño del Estudio de factibilidad del complejo turístico, se puede concluir que se han logrado cada uno de los objetivos propuestos al inicio del estudio. A continuación se detallarán cada uno de los hallazgos para llegar a las siguientes conclusiones:

- El diagnóstico situacional elaborado a la parroquia Borbón, permitió conocer y determinar las principales características de la zona donde se va a ubicar el complejo turístico. Aquí se pudo analizar aspectos importantes como: historia, como nace el nombre de esta parroquia, geografía, demografía y sobre todo se pudo conocer las principales actividades económicas y sociales del medio, todos estos datos fueron de gran importancia para realizar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que esta parroquia está apta y cuenta con un gran potencial turístico y económico como para implementar el complejo turístico.
- Las bases teóricas – científicas desarrolladas proporcionaron información suficiente sobre la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado.
- El estudio de Mercado permitió demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho, frente a la oferta actual, determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.
- A través del estudio técnico se pudo determinar los requerimientos como infraestructura en edificaciones para las habitaciones, oficinas administrativas, áreas deportivas y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los productos y servicios que éste ofrece, a más de equipos y maquinaria requeridos para la operación del proyecto.

- El estudio financiero permitió determinar la viabilidad del proyecto, mediante la aplicación de indicadores financieros.
- Dentro del Estudio Organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá el centro turístico, su misión, visión, valores y de la misma manera se estableció las funciones de cada uno de los miembros de la organización.
- Por último en el estudio de impactos se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implantar la empresa. El impacto ambiental es un poco preocupante debido a que en el análisis se obtuvo un bajo positivo.

## RECOMENDACIONES

- El lugar donde se pretende crear el complejo turístico, posee un ambiente agradable, que debería ser aprovechado; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza.
- Se debe conceptualizar a través de citas bibliográficas y analizar todos los términos que se utilizaron al desarrollar el presente proyecto.
- La empresa, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing, utilizando estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias del producto o servicio, estrategias de plaza y de los precios.
- Se recomienda que la estrategia de diferenciación, se base en generar productos y servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se la plantea porque ésta es una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.
- Se deberá aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa ya que los indicadores de evaluación financiera reflejaron un adecuado nivel de rentabilidad.
- Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado estatutariamente todas las responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Archivos de la Tenencia Política de la parroquia Borbón.
- ✓ BRAVO, Mercedes, Contabilidad General; Séptima Edición, año 2007
- ✓ CÓRDOBA, Marcial (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos, Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.
- ✓ Datos Estadísticos del Instituto de Estadísticas y Censos; (2001); Ecuador.
- ✓ FONTAINE, Ernesto, evaluación social de proyectos, decimotercera edición, 2008 México.
- ✓ GITMAN, Laurence. (2007) Principios de Administración Financiera, Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.
- ✓ JACOME, Walter (2005); Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y la Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión; Primera Edición; Editorial Universitaria,
- ✓ KOTHLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; (2008); Principios de Marketing; Duodécima edición, México.
- ✓ Ministerio de Turismo; Boletín de Estadísticas Turísticas 2004-2008
- ✓ NASSIR S, Chain. (2007) Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera Edición, Pearson Prentice Hall, México.
- ✓ RINCÓN, Carlos Augusto; Contabilidad Siglo XXI, 1era Edición, Ecoe Ediciones; Bogotá, marzo 2009.
- ✓ SAPAG CH, Nassir. (2007) Proyectos de inversión, formulación y evaluación, Primera Edición, Editorial Pearson Educación de México, México.

## LINCOGRAFÍA

- ✓ [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- ✓ [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- ✓ <http://www.visitaecuador.com>
- ✓ [www.erudictos.com](http://www.erudictos.com)
- ✓ <http://maquinadecine.blogspot.com/2011/02/ojos-que-no-ven-esmeraldas-zona-i-2008.html>
- ✓ [www.encyclopediadelecuador.com](http://www.encyclopediadelecuador.com)
- ✓ [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- ✓ [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- ✓ [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- ✓ [www.promonegocios.com](http://www.promonegocios.com)

**ANEXOS**

**ANEXO "A"**  
**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Tema:** Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la Parroquia Borbón.

**OBJETIVO:** Observar el grado de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la Parroquia Borbón.

**DATOS INFORMATIVOS:**

**Parroquia:** Borbón

**Nombre del Observador:**.....

**1. ¿Qué tipo de acceso a la parroquia existe?**

Adoquinado ( )                      Empedrado ( )

Panamericana ( )                      Camino de herradura ( )

**2. ¿Qué tipo de parroquia es actualmente?**

Urbano ( )      Rural ( )                      Urbano marginal ( )

**3. La infraestructura física de las viviendas son:**

Hormigón ( )                      Adobe ( )

Ladrillo ( )                      Madera ( )

Mixta ( )

**4. La clase social de los habitantes de la parroquia es:**

Alta ( )    Media ( )    Media – Baja ( )    Baja ( )

**5. ¿Qué tipos de negocios existen en la parroquia?**

<b>TIPOS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Tiendas minoristas		
Bares		
Discotecas		
Gasolineras		
Boutiques		
Tiendas mayoristas		
Centros comerciales		
Entidades financieras		
Clínicas		
Centros / complejos turísticos		
Hoteles		
Moteles		
Fabricas		
Farmacias		
Otros		

**6. Principales actividades económicas de la parroquia**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>(x)</b>
Comercio	
Agricultura	
Ganadería	
Minería	
Pesca	
Recolección de frutos	
Camaroneras	
Artesanías	

**7. ¿Cuáles son los principales problemáticas de la Parroquia?**

-----  
 -----

**8. ¿Cuáles son las principales actividades de diversión que realizan los habitantes de la parroquia?**

-----  
-----

**9. ¿En la parroquia existe un lugar con las características físicas aptas para construir un complejo?**

-----  
-----

**Lugar y fecha:** .....

**Observaciones:**.....

**ANEXO “B”**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**Guía de Entrevista realizada a los Administradores o dueños de los diferentes lugares de recreación de la Parroquia Borbón.**

**Recuerde:** Su información es muy importante y valiosa para esta investigación, por lo tanto su respuesta debe ser clara y verdadera.

**Datos del entrevistado:**

**Nombre:**

**Establecimiento/Actividad:**

1. ¿Qué opinión tiene al respecto de crear un complejo turístico en la Parroquia de Borbón el cual brinde los siguientes servicios: Hospedaje, Restaurante, Sala de reuniones, Piscina, Aéreas infantiles, aéreas de esparcimiento, entretenimiento y relajación?
  
2. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas?
  
3. ¿Cuáles son los horarios de atención que maneja?
  
4. ¿Cuál sería su recomendación para manejar un complejo turístico referente a: Cajas, Cocina, Mano de Obra e Insumos?
  
5. ¿Cómo determinó el costo de los servicios que ofrece su establecimiento?



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**ANEXO “C” Encuesta Realizada a los Demandantes (Pobladores)**

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información y establecer la factibilidad para la creación de un complejo turístico en la Parroquia Borbón.

**DATOS:**

Edad: \_\_\_\_\_ años Género: M ( ) F ( )

Nivel de Ingresos: Menos de \$300( ) \$301 a \$500( ) Más de \$500( )

CUESTIONARIO	EN SU TOTALIDAD	LA MAYOR PARTE	SI	NO
1. ¿Conoce usted en la Parroquia Borbón de algún complejo turístico que preste los servicios: Alojamiento, restaurante, piscina, turco, sauna, cabalgatas?				
2. ¿Estaría de acuerdo que en la parroquia Borbón se cree un complejo turístico?				
3. ¿Cree usted que la Parroquia ofrece las condiciones necesarias para recibir a turistas?				

4. Si se creara un complejo turístico en la Parroquia, ¿Con qué frecuencia usted acudiría a él?

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Mensualmente

- d) Bimestralmente
- e) Trimestralmente

5. ¿De los servicios que ofrecería el complejo por cual se inclinaría usted como visitante?

- |                           |                          |                |                          |
|---------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a) Hospedaje              | <input type="checkbox"/> | d) Restaurante | <input type="checkbox"/> |
| b) Piscinas, sauna, turco | <input type="checkbox"/> | e) Bebidas     | <input type="checkbox"/> |
| c) Paseos y Cabalgatas    | <input type="checkbox"/> |                |                          |

6. Como actividades extras, ¿cuál de estas le gustaría que el Complejo Turístico tenga?

(Marque solo 2 opciones)

- |                         |                          |                        |                          |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| a) Caminatas Ecológicas | <input type="checkbox"/> | d) Paseos en lancha    | <input type="checkbox"/> |
| b) Visitas guiadas      | <input type="checkbox"/> | e) Deporte de aventura | <input type="checkbox"/> |
| c) Alquiler de lanchas  | <input type="checkbox"/> |                        |                          |

7. De acuerdo a sus ingresos, cuanto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de: Hospedaje, restaurante, bebidas, áreas de esparcimiento y relajación, paseos y cabalgatas.

a. Hospedaje

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| De \$ 10 a \$14 | <input type="checkbox"/> |
|                 | <input type="checkbox"/> |
| De \$15 a \$20  |                          |
|                 | <input type="checkbox"/> |
| De \$21 a \$30  |                          |
|                 | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$30     |                          |

b. Restaurante

Ceviches	5	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>
Encocados	5	<input type="checkbox"/>	7	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>
Platos fuertes	7	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>
Platos a la carta	10	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>	20	<input type="checkbox"/>
Filetes	5	<input type="checkbox"/>	8	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>

**¿Usted que plato prefiere?**

- a) Ceviches
- b) Platos a la Carta
- c) Filetes
- d) Platos fuertes
- e) Almuerzo
- f) Encocados

**c. Área de esparcimiento y relajación**

- De \$4 a \$8
- De \$8.1 a \$10
- De \$11 a \$15

Más de \$15

**d. Paseos y Cabalgatas**

- De \$3 a \$5
- De \$5.1 a \$6
- Más de \$6

**8. ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer los lugares turísticos?**

- a) Radio
- b) Internet
- c) Recomendaciones de amigos
- d) Televisión
- e) Hojas volantes

**¡SU COLABORACIÓN ES MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS,**

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO D: FOTOGRAFIAS DEL TERRENO





