



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

Tesis de grado, previa la obtención del
Título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, TECNICO, ECONOMICO Y FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SEIS CABAÑAS TURISTICA EN EL CENTRO RECREACIONAL “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME EN EL AÑO 2013.”

AUTOR:

EGDO. JIMMY JAVIER JIMENEZ CANO

DIRECTORA:

ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOME, MSC

QUEVEDO – ECUADOR

2013

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **JIMMY JAVIER JIMÉNEZ CANO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

EGDO. JIMMY JAVIER JIMÉNEZ CANO

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLEMÉ MSC**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **JIMMY JAVIER JIMÉNEZ CANO**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, TECNICO, ECONOMICO Y FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACION DE SEIS CABAÑAS TURISTICAS EN EL CENTRO RECREACIONAL “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME EN EL AÑO 2013.”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ MSC
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, TECNICO, ECONOMICO Y FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SEIS CABAÑAS TURISTICA EN EL CENTRO RECREACIONAL “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME EN EL AÑO 2013.”

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado:

Ing. Washington V. Carreño Rodríguez Msc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Lcdo. Bautista Rafael Pinto Cotto Msc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Oscar Fabian Moncayo Carreño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR
2013

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de agradecer a las personas que de una u otra forma ayudando a que este trabajo llegue a su culminación.

- A los Docentes de la Escuela de Gestión Empresarial que hicieron parte de la formación profesional en el transcurso de mis estudios.
- A la Ing. Elizabeth Núñez por su ayuda incondicional en el desarrollo de mi tesis.
- Al Ing. Washington Carreño Director de la Escuela de Gestión Empresarial, por su ayuda respectiva de la información necesaria en mi trabajo investigativo.

DEDICATORIA

El presente trabajo refleja la dedicación a mis estudios, el anhelo por concluir mi carrera universitaria y la satisfacción por alcanzar uno de los grandes logros en mi vida.

Dedico principalmente a Dios porque es el único ser que nos da fortaleza, confianza, sabiduría, salud y tolerancia para alcanzar y cumplir nuestros objetivos, también a mi madre IRENE CANO y a mi padre SEGUNDO JIMÉNEZ quienes me dieron su apoyo incondicional para finalizar esta meta importante en mi vida , A mis hijos JIM JIMÉNEZ Y JIRLAY JIMÉNEZ quienes son el pilar fundamental en mi vida, para seguir adelante en el alcance de nuevas metas.

Jimmy Jiménez

INDICE

Pág.

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
APROBACION	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INDICE.....	vii
INDICE DE CUADROS.....	xi
INDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
SUMARY	xv
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)	xvii

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción	1
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Diagnóstico del problema.....	3
1.2.2. Formulación del problema.....	3
1.2.3. Sistematización del problema	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. General	6
1.4.2. Específicos	6
1.5. Hipótesis.....	7
1.5.1. General	7

1.5.2. Variables	7
------------------------	---

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación teórica.....	9
2.1.1. Investigación de Mercado	9
2.1.1.2. Definición del Producto	9
2.1.1.3. Demanda	10
2.1.1.4. Oferta.....	10
2.1.1.5. Precio.....	11
2.1.1.6. Canales de Comercialización.....	12
2.1.2. Estudio Técnico.....	13
2.1.2.1. Localización	13
2.1.2.2. Tamaño Óptimo del proyecto	14
2.1.2.3. Ingeniería del Proyecto	15
2.1.2.4. Análisis de Genero.....	15
2.1.2.5. Análisis Ambiental.....	16
2.1.3. Estudio económico y financiero.....	18
2.1.3.1. Inversión	18
2.1.3.1.1. Inversión Fija.....	18
2.1.3.1.2. Inversión Diferida	19
2.1.4. Financiamiento.....	20
2.1.4.1. Costos Variables.....	21
2.1.4.2. Costos Fijos	21
2.1.4.3. Ingresos	22
2.1.4.4. Estado de Resultado	22
2.1.4.5. Balance General	23
2.1.5. Evaluación financiera.....	23
2.1.5.1. Valor Actual Neto (VAN)	24
2.1.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	24

2.1.5.3.	Relación Costo Beneficio	24
2.1.5.4.	Tiempo de Recuperación del Capital	25
2.2.	Fundamentación conceptual	26
2.2.1.	Turismo en el ecuador.....	26
2.2.2.	Objetivos del Turismo.....	26
2.2.3.	Atractivo Turístico del Cantón el Empalme.....	27
2.2.4.	Turismo	28
2.2.5.	Mobiliario de Cabañas.....	28
2.2.6.	Definición del Servicio	28
2.2.7.	Descripción del Servicio	28
2.2.8.	Calidad de los Servicios de Cabañas Turísticas	29
2.2.8.1.	Calidad para los Servicios de Cabañas Turísticas	29
2.3.	Fundamentación legal	30
2.3.1.	Requisitos.....	30
2.3.2.	Pasos legales	31
2.3.2.1.	Copia de Escritura Pública de Constitución.....	31
2.3.2.2.	Registro Único de Contribuyentes.....	32
2.3.2.3.	Inscripción a la Superintendencia de Compañía	33
2.3.2.4.	Registro en el Ministerio de Turismo	33
2.3.2.5.	Afiliación al Captur	34
2.3.2.6.	Copia del Nombramiento del Representante Legal de la Empresa....	35
2.3.2.7.	Normas Básicas de Conducta.....	35
2.3.2.8.	Reglas de Actitud Ante el Trabajo	36
2.3.2.9.	Apariencia Personal	36

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Localización.....	39
3.2.	Método de investigación.....	39
3.3.	Tipos de investigación.....	40

3.4.	Técnica o instrumento de investigación	40
3.5.	Fuentes de información.....	41
3.6.	Población y muestra.....	41
3.6.1.	Población	41
3.6.2.	Tamaño de la muestra	42

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.	Estudio de mercado	44
4.1.1.	Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón el empalme sobre la implementación de cabañas turísticas.....	45
4.1.2.	Análisis de la Demanda.....	51
4.1.3.	Demanda Actual.....	52
4.2.	Estudio financiero.....	54
4.5.	Comprobación de la hipótesis	75

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Conclusiones	77
5.2.	Recomendaciones	78

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1.	Bibliografia.....	80
6.2.	Linkografia.....	81

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexos	83
--------------	----

INDICE DE CUADROS

Cuadro	Pág.
1. Población que habita en el cantón El Empalme	45
2. Concurrencia a lugares turísticos como (hosterías, cabañas y complejos turísticos).....	45
3. ¿Los lugares que usted visita para su recreación cuentan con una gran variedad de servicios?.....	46
4. ¿Apreciación de buenos lugares de alojamiento?.....	46
5. ¿Con qué frecuencia visita usted estos lugares?	47
6. ¿Le gustaría disfrutar de un complejo que tenga cabañas turísticas en el cantón El Empalme?	47
7. ¿Si existiera un complejo turístico con el servicio antes mencionados, que tiempo permanecería usted en dicho establecimiento?	48
8. ¿Cuál es el presupuesto aproximado que usted tiene a gastar cuando acude a los centros de recreación turísticos?.....	48
9. ¿Qué es lo que usted busca al momento de hospedarse en un centro turístico?.....	49
10. ¿Con cuántas personas visita usted este tipo de lugares?	49
11. ¿De los siguientes complejos turísticos cercanos al cantón El Empalme a cual asiste con mayor frecuencia?	50
12. ¿En qué época del año prefiere ir a un centro turístico?.....	50
13. ¿A través de qué medios publicitarios usted desearía informarse de nuestros servicios?.....	51
14. Estimación de la Demanda Actual.....	52
15. Demanda Futura	53
16. Detalle de activos	54
17. Depreciación	56

18. Inversión del proyecto	56
19. Financiamiento del proyecto.....	56
20. Tasa de interés	57
21. Proyecciones de años y punto de equilibrio	57
22. Detalles de gastos.....	63
23. Gastos de ventas	63
24. Detalle de costos de ventas	64
25. Presupuesto de ventas.....	64
26. Estado de resultado	65
27. Índices Financieros	65
28. Tasa de descuento.....	65
29. Tasa de rendimiento promedio.....	66
30. Tasa interna de retorno	67
31. Ratios financieros.....	67
32. Punto de equilibrio.....	67
33. Capital de trabajo	68
34. Utilidad neta	68
35. Rendimiento de liquidez	68
36. Rendimiento corriente	69
37. Flujo de caja proyectado	73
38. Balance general	74

INDICE DE ANEXOS

Anexos	Pág.
1. Encuesta para el estudio de mercado del proyecto de implementación de Cabañas Turista en el Centro de Recreación La Finca del cantón El Empalme.	83
2. Entrevista para el administrador del Centro de Recreación La Finca del cantón El Empalme.	86
3. Operacionalización de las variables.....	88
4. Tabla de Amortización	93

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo general de la investigación es evaluar la satisfacción y percepción de impacto de los usuarios directos e indirectos del centro recreacional “La Finca” sobre la implementación de cabañas para beneficios de los turistas, Para ello, en la investigación primeramente, se evaluó a través de la encuesta la satisfacción y percepción de impacto del proyecto en el potencial usuario.

En tal virtud, se considera relevante el propósito de ingresar al mercado con un producto que de una situación cómoda y alegre. Por lo tanto, la creación de estas cabañas tiende a impulsar una más amplia visión en un ambiente donde la competitividad y el desarrollo continuo son primordiales.

Al concluir este proyecto, se demuestra que la construcción de estas cabañas es una excelente inversión, ya que se estaría contribuyendo al crecimiento y desarrollo del cantón El Empalme, ofreciendo un producto innovador al mercado objetivo.

Es un negocio rentable por la gran utilidad que puede presentar desde el primer año y el incremento proyectado a lo largo de los demás años, la gran aceptación del mercado y lo innovador del negocio. Se podrá definir además un valor aproximado del TIR (Tasa Interna de Retorno) de 36%, en base a las proyecciones del flujo neto de caja, esto hace que el Proyecto sea Rentable. El VAN (Valor Actual Neto) se estima en \$ 8.639, estas cifras permiten confirmar que el proyecto es viable y una opción idónea para la inversión.

El presente estudio de factibilidad consiste en la instalación de cabañas turísticas de primera clase en el centro recreacional “La Finca”, en el cantón El Empalme, provincia del Guayas, para ayudar a solucionar la deficiencia de infraestructura hotelera y turística en temporadas altas especialmente, Carnaval, Semana Santa,

Vacaciones de la Sierra y Fin de Año, y para ayudar a desarrollar el turismo en esta región.

Con la investigación de mercado que se realizó se logró establecer que el servicio tiene su mercado garantizado, dado que el mismo es muy apetecido por los visitantes y turistas, ya que se brindarán los servicios novedosos como los de cabañas típicas de la zona, piscinas, juegos acuáticos, restaurant y cancha deportiva.

SUMARY

The overall objective of the research is to assess the satisfaction and perceived impact of direct and indirect users of the recreational center " La Finca " on the implementation of cabins for benefits tourists, To this end, research first , was assessed through survey satisfaction and perceived impact of the project on the potential user.

As such , it is considered relevant for the purpose of entering the market with a product that a comfortable and cheerful atmosphere. Therefore, the creation of these cabins tend to promote a broader vision in an environment where competition and continuous development are paramount.

Upon completion of this project , we show that the construction of these huts is an excellent investment , because it would contribute to the growth and development of Canton El Empalme , offering an innovative product to the target market .

It is a profitable business for the value that may occur in the first year and the projected increase over other years , the great market acceptance and innovative business . It may also define an approximate value of the IRR (internal rate of return) of 36 % , based on projections of net cash flow, this makes the project profitable . The NPV (Net Present Value) is estimated at \$ 8,639 , these figures can confirm that the project is viable and an ideal choice for investment.

This feasibility study is the installation of tourist cabins first class recreational center in La Finca , Canton El Empalme , Guayas province , to help solve the deficiency of tourist infrastructure in peak periods especially Carnival Easter holidays Sierra and Eve , and to help develop tourism in this region.

With the market research that was conducted it was established that the service has a guaranteed market , since it is very appreciated by visitors and tourists , as new services such as typical cabins in the area , swimming pools will be provided , water games, restaurant and sports court .

DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)

1	Título/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, TECNICO, ECONOMICO Y FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SEIS CABAÑAS TURISTICA EN EL CENTRO RECREACIONAL “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME EN EL AÑO 2013.”
2	Creador/Creator	M	JIMMY JIMENEZ CANO Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón El Empalme, y se tomó como referencia a los hogares Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.

5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	ING. ELIZABETH NUÑEZ B. MSC
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.educ.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El estudio de factibilidad para la implementación de cabañas turísticas en el Centro Recreacional “La Finca” en el Cantón El Empalme, analiza determinar a través de un estudio de mercado, técnico, económico y financiero de viabilidad del mismo.

La construcción de estas cabañas en el Complejo “La Finca”, se realizará con el fin de brindar a los visitantes los servicios de alojamiento y aprovechando la estructura del complejo, disfruten de actividades y distracciones turísticas cuya motivación principal será la disponibilidad de piscina y variados atractivos para que pasen momentos de esparcimientos y recreación, es decir brindando un servicio de calidad, el mismo que satisfaga y cumpla con las expectativas de turistas y visitantes.

La ejecución del proyecto se centra en la construcción de seis cabañas turísticas en el Complejo “La Finca”.

En la primera parte de la investigación se analizará, desde la definición del producto o servicio, la oferta de alojamiento que existe en el sector, la demanda del servicio y su proyección, el análisis de los precios, además un estudio de mercado donde se determinará las características socioeconómicas de los turistas y visitantes.

En la segunda parte de la investigación se pretende realizar un estudio técnico, a través de la localización óptima de las cabañas dentro del complejo, diseño, capacidad y tipo de cada una, además se analizará el aspecto organizativo y legal concerniente a su instalación.

La tercera parte consistirá en un análisis económico de todas las condiciones de operación, determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, capital de trabajo, financiamiento, estado de resultado proyectado a siete años, el punto de equilibrio y la tasa de ganancia que los inversionistas deberían obtener.

La cuarta parte tratará sobre la evaluación económica de la inversión, una vez que se obtenga las determinaciones del mercado, la tecnología y los costos involucrados para establecer las cabañas; se determinará la rentabilidad económica de la inversión bajo criterios claramente definidos, tales como VPN (valor presente neto) TIR (tasa interna de rendimiento) incluyendo un análisis de riesgo de la inversión.

1.2. Problematización

1.2.1. Diagnóstico del problema

La falta de lugares de alojamiento que brinden servicios de calidad y la carencia de actividades recreacionales que aprovechan la naturaleza del sector, han incidido en que se emprenden en la realización de este proyecto sobre la construcción de cabañas en el Complejo Turístico “La Finca”.

El Cantón El Empalme posee un gran potencial turístico no aprovechado y por encontrarse en una zona con un excelente clima tropical; este proyecto plantea la construcción de seis cabañas turísticas que ofrezcan servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreacionales tales como: ciclismo, cabalgatas, excursiones entre otras.

La construcción de estas cabañas tiene la finalidad de crear un destino turístico, en el cual el turista nacional y extranjero pueda alojarse y tener momentos de esparcimiento y recreación, ofreciendo un servicio de calidad el mismo que satisfaga y cumpla con las expectativas del turismo.

1.2.2. Formulación del problema

¿Qué viabilidad puede tener la implementación de cabañas en el Complejo Turístico “La Finca” en el Cantón El Empalme?

1.2.3. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los resultados y la proyección de las cabañas en el mediano y largo plazo?
- ¿Qué características especiales deberán tener las cabañas ubicadas en una zona con un alto desarrollo turístico?
- ¿Qué capacidad financiera será necesaria para el desarrollo del proyecto?
- ¿Cuál será el impacto Ambiental con la implementación del proyecto en el Cantón El Empalme?

1.3. Justificación

En el Ecuador existe una gran demanda de recursos naturales y culturales, diversidad en especies de flora y fauna, lo que contribuye a que se tenga un gran potencial turístico nacional como internacional.

El Empalme se caracteriza por ser un lugar ubicado en la Costa y presenta condiciones climáticas tropicales, posee una gran variedad de atractivos turísticos que hacen que sea visitado. Por estas razones se justifica la investigación sobre una inversión en el sector turístico mediante la construcción de seis cabañas en el Cantón El Empalme, perteneciente a la Provincia del Guayas, con la finalidad de brindar hospedaje y realización de actividades turísticas por los diversos atractivos.

El objetivo principal es realizar un estudio de factibilidad para la creación de cabañas turísticas que permitirá generar recursos económicos, mejorar las condiciones del sector dada las influencias que generará el proyecto.

Los beneficiarios directos serán; los inversionistas y quienes participen del negocio turístico, e indirectamente el sector.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Elaborar un estudio de factibilidad que determine la implementación de cabañas en el Centro Recreacional “La Finca” en el Cantón El Empalme en el año 2013.

1.4.2. Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita exponer las necesidades recreacionales de los habitantes del Cantón El Empalme.
- Elaborar un estudio técnico que especifique las características particulares de las cabañas.
- Determinar la factibilidad y la viabilidad económica financiera del proyecto.
- Establecer las medidas de mitigación ambientales que se presenten con la implementación del proyecto

1.5. Hipótesis

1.5.1. General

El estudio de factibilidad determinará la viabilidad, técnica, económica, financiera y social para la implementación de cabañas turísticas.

1.5.2. Variables

Variable independiente

- Estudio de factibilidad

Variable Dependiente

- Cabañas turísticas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Investigación de Mercado

Se entiende por mercado; el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.¹

La investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, para generar perfecciones y evaluar las acciones de marketing para monitorear el desempeño y mejorar su comprensión como un proceso.²

2.1.1.1. Definición del Producto

En esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.³

Lo define como algo más que un objeto, es el placer que le proporciona al comprador: cuando una persona adquiere un frigorífico está comprando algo más que un motor y un congelador, está comprando el producto que le merece mayor confianza, la línea que más le gusta, la garantía más duraderas.⁴

¹ PRIETO H. Jorge 2008 *Los proyectos, la razón de ser del presente Bogotá Ecos. Ediciones* pág. 50

² MALHOTRA N. K. 2008 *Investigación de mercados México. Pearson Educación* Pág. 7

³ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill* Pág. 13

⁴ SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill*

2.1.1.2. Demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundarias de indicadores económicos.⁵

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción que otros o un mínimo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado, todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le impone un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.⁶

2.1.1.3. Oferta

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.⁷

⁵ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill.

⁶SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

⁷ SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc.

Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.⁸

2.1.1.4. Precio

El precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.⁹

Precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuesto). Al precio lo define como la manifestación en

⁸ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

⁹ MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México* Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.

valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado¹⁰

2.1.1.5. Canales de Comercialización

La comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicios, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica de a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.¹¹

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirlo al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.¹²

¹⁰ CÓRDOVA. 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

¹¹ MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.*

¹² ¹² BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill*

2.1.2. Estudio Técnico

Los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende. Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación optima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.¹³

En esta etapa se realizan aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipos, maquinarias, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que sean necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ello se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la planta.¹⁴

El estudio de la utilidad técnica evalúa si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero; es decir, calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.¹⁵

2.1.2.1. Localización

La localización adecuada de una empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino

¹³ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

¹⁴ MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México* Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.

¹⁵ SAPAG. Nassir 2008 *Proyecto de Inversión* Pearson Educación México

también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximiza la rentabilidad el proyecto. La decisión de la localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.¹⁶

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia.¹⁷

2.1.2.2. Tamaño Óptimo del proyecto

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculan y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome el respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas. El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el proyecto de funcionamiento.¹⁸

El tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.¹⁹

¹⁶SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

¹⁷ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

¹⁸ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

¹⁹ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

2.1.2.3. Ingeniería del Proyecto

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, trabajo de laboratorio, empaques de productos, de obras de infraestructuras y de sistemas de distribución.²⁰

2.1.2.4. Análisis de Género

El objetivo es establecer las bases para la elaboración de propuestas orientadas a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a las empresas del sector industrial, así como corregir los sesgos de género que se identifiquen al analizar los procesos de producción y las políticas sobre la materia.

Se procura de este modo articular los argumentos en que se basan las políticas tendientes a fomentar el desarrollo productivo, con el objetivo de "proponer medidas, que desde las políticas de desarrollo productivo contribuyan a la equidad entre mujeres y hombres", planteado por la Unidad Mujer y Desarrollo de la CEPAL a través del proyecto "Desarrollo Productivo y equidad de género en América Latina y el Caribe".²¹

²⁰ CÓRDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

²¹ <http://www.eclac.org>

El género es el criterio más utilizado universalmente para clasificar a las personas; en todas las sociedades, la división más primaria es la que se hace entre los roles que corresponden a las mujeres y los que corresponden a los hombres. Tal diferenciación comienza en la actividad procreadora (son las mujeres las que paren y amamantan a las criaturas) y se extiende al resto de las actividades siguiendo una lógica como ésta: las mujeres paren y, por tanto, ellas se especializan en cuidar a las criaturas; por tanto, lo femenino es lo maternal y lo doméstico, contrapuesto a lo masculino, que es lo público.

A partir de estas clasificaciones, los roles de las mujeres y de los hombres son tipificados simbólicamente como expresiones de la feminidad y la masculinidad, y normativizados hasta convertirse en rígidos estereotipos que limitan las potencialidades de las personas, al estimular o reprimir los comportamientos en función de su adecuación al ideal femenino o masculino. A pesar de que, en su desarrollo individual, cada persona se adecua en mayor o menor medida al conjunto de expectativas y comportamientos considerados propios de su género, los roles de género están tan hondamente arraigados que llegan a ser considerados como la expresión de los fundamentos biológicos del género.²²

2.1.2.5. Análisis Ambiental

➤ FUERZAS SOCIALES:

Dentro del macro entorno de la empresa, las fuerzas sociales tienen una vital influencia e impacto sobre las actividades que realiza la organización, dentro de las fuerzas sociales se incluyen los valores, costumbres y tradiciones de la sociedad. Debido a que la empresa se dedica a la venta de un alimento (carne de

²² <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/115>

pato), fue necesario analizar los hábitos alimenticios de nuestro entorno, lo cual refleja una falta de conocimiento sobre el consumo de este tipo de carne (pato), donde pueden adquirirlo e incluso, el desconocimiento de todas las propiedades nutricionales que éste tiene.

➤ **FUERZAS DEMOGRAFICAS:**

Dentro de las fuerzas demográficas que influyen a la empresa se encuentra la edad y la distribución de los individuos, así también como la ubicación de la empresa. A lo que refiere a las características demográficas de la sociedad no se considera un factor vital ya que todo tipo de personas puede consumir este producto, a lo que la ubicación de la empresa se refiere, ésta tiene una buena ubicación que le permite desplazarse fácilmente del centro del estado hacia el exterior poco a poco según lo planeado.

➤ **FUERZAS ECONOMICAS:**

Las fuerzas económicas son importantes ya que se tiene que determinar a que sector de la sociedad se dirige el producto y si éste sector tiene la capacidad de adquirirlo, ya que se tiene un canal de distribución dual se vende a chef y a un mayorista, ambos tienen la capacidad económica para consumir el producto que la empresa ofrece, se analizó que el consumidor final del producto es de clase media alta y alta ya que la carne de pato ya preparada en un restaurante no es muy económico.

➤ **FUERZAS TECNOLOGICAS:**

Esta empresa no es afectada importantemente por las fuerzas tecnológicas ya que no depende de las maquinarias, sin embargo un factor que influye y del cual

podría sacar provecho es del uso de redes electrónicas como medio de difusión del producto y como medio de investigación.

2.1.3. Estudio económico y financiero

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.²³

2.1.3.1. Inversión

La inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.²⁴

Inversión total comprende los activos fijos, tangibles o diferidos, necesarios para iniciar las acciones de la empresa por excepción del capital de trabajo.²⁵

2.1.3.1.1. Inversión Fija

De acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico se deben los montos de inversión y los cronograma de realización de compra de maquinaria y

²³ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

²⁴ BACA G. 2010 *Evaluación de Proyecto*; México; editorial McGraw-Hill; 5^{ta} edición; pág. 173

²⁵ ORTEGA A. 2008 *Proyecto de Inversión*; México; Continental; 1^{ra} edición

equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, franquicias, derechos de explotación del subsuelo, adecuación de los locales, registros de marcas y patentes, la constitución de la sociedad etc.²⁶

Los activos tangibles están referidos al terreno, maquinarias, equipos, mobiliarios, vehículos herramientas etc.²⁷

2.1.3.1.2. Inversión Diferida

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencias técnicas, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa etc. ²⁸

Hace referencia al desembolso que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudio técnico, económico y jurídico, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del local.

Las principales inversiones diferidas son:

- Estudio técnicos: estudio de suelos e ingeniería, selección de procesos asesorías y tributarias.
- Estudios jurídicos
- Estudios económicos y financieros: pre factibilidad y factibilidad.

²⁶ FLOREZ A. 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas*; Bogotá; Ediciones de la U.

²⁷ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

²⁸ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

- Gastos de organizaciones: ocasionados por la implementación de una estructura administrativa tanto para el período de instalación como para el de operación.²⁹

2.1.4.Financiamiento

- **Crédito Bancario.**

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

El Crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario. Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.³⁰

- **Recursos propios**

Financiamiento Interno.- Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia

²⁹ FLOREZ A. 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas*; Bogotá; Ediciones de la U.

³⁰ <http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml>

en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.

Financiamiento Externo.- Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.³¹

2.1.4.1. Costos Variables

Costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.³²

2.1.4.2. Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes en un periodo, independientemente de que se presenten cambios en el nivel de producción.³³

Costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.³⁴

³¹ <http://www.monografias.com/trabajos88/capital-trabajo-y-financiamiento/capital-trabajo-y-financiamiento.shtml>

³² VÁSQUEZ, J. 2008 *Contabilidad Práctica de Costo Industriales*

³³ SINISTERRA, G. 2008 *Contabilidad de Costos*; Bogotá – Colombia; Ecoe Ediciones; 1ª edición; pág. 19

³⁴ BACA, G. 2010 *Evaluación de Proyecto*; México; editorial McGraw-Hill; 5ª edición; pág. 173

2.1.4.3. Ingresos

En sentido económico, los ingresos son los **caudales** que entran en poder de una **persona** o de una **organización**. Un sujeto puede recibir ingresos (**dinero**) por su actividad laboral, comercial o productiva: “Trabajo *diez horas por día* pero los ingresos no me alcanzan”, “La fuerte demanda nos permitió incrementar los ingresos de la compañía y aumentar los salarios”, “Me gustaría ahorrar para comprar un coche pero, con estos ingresos, es casi imposible”.³⁵

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que *ingresan* al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.³⁶

2.1.4.4. Estado de Resultado

Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos, en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.³⁷

El estado de resultado en el informe financiero básico producto de todo sistema contable, se presenta conjuntamente en el estado de situación financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con la cuenta, de los ingresos percibidos o ganados.³⁸

³⁵ <http://definicion.de/ingresos/>

³⁶ <http://www.definicionabc.com/economia/ingresos.php>

³⁷ ORTEGA, A. 2008 *Proyecto de Inversión*; México; Continental; 1ª edición

³⁸ BACA, G. 2010 *Evaluación de Proyecto*; México; editorial McGraw-Hill; 5ª edición

2.1.4.5. Balance General

El Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa. Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.³⁹

Balance general utilizado en las proyecciones de la información en el plan de negocios, es la convencional. En el modelo propuesto incluyen las cuentas de activos, sub divididas en activos corrientes y otros activos. Las del pasivo a su vez compuesta por el pasivo corriente y pasivo de largo plazo, y las del patrimonio. Los rubros propuesto en el balance corresponden aquellas partidas que se pueden encontrar cuando están en presencian de un proyecto nuevo.⁴⁰

2.1.5. Evaluación financiera

La parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar optimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominara el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embrago, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años d operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.⁴¹

³⁹BACA, U. 2010 *Gabriel Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill Pág. 155

⁴⁰ FLOREZ, A. 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas*; Bogotá; Ediciones de la U.

⁴¹BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill Pág. 181

2.1.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

Que el valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontado a la inversión inicial.⁴²

Definiéndose como la diferencia entre los ingreso y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.⁴³

2.1.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.⁴⁴

La tasa interna de retorno conocida como La TIR refleja la tasa de interés o la rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.⁴⁵

2.1.5.3. Relación Costo Beneficio

Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuentas criterios sociales.⁴⁶

La razón costo beneficio, también llamada índice de productividad es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio

⁴² BACA G.2010 *Evaluación de Proyecto; México; editorial McGraw-Hill; 6^{ta} edición; pág. 221*

⁴³ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

⁴⁴ BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 184*

⁴⁵ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

⁴⁶ BACA, G.2010 *Evaluación de Proyecto; México; editorial McGraw-Hill; 6^{ta} edición; pág. 237*

de clasificación de proyectos en orden descendentes de productividad. Si la relación costo beneficio es mayor que 1 acepte el proyecto.⁴⁷

2.1.5.4. Tiempo de Recuperación del Capital

Llamado también periodo de desembolso, se define como el número esperado de periodos que se requiere para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto.

La cantidad de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.⁴⁸

⁴⁷ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

⁴⁸ CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

2.2. Fundamentación conceptual

2.2.1. Turismo en el ecuador

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones.

2.2.2. Objetivos del Turismo

- Posicionar a la provincia como destino turístico a nivel nacional, regional y mundial, así como difundir el potencial turístico de la región entre los operadores, mayoristas, agencias, inversionistas y prensa especializada.
- Formar y capacitar a los estudiantes y profesionales en formación a través de cursos seminarios, para llegar a conocer todo lo maravilloso que tiene nuestro país.
- Ofrecer una asesoría a todas las personas turistas para poder ofrecerles todo lo que tenemos en nuestro país
- Sistematizar y fortalecer los sistemas de gestión de las iniciativas de turismo comunitario.

- Promocionar y comercializar los destinos de turismo comunitario que ofertan las organizaciones.⁴⁹

2.2.3. Atractivo Turístico del Cantón el Empalme

Cuenta con 5 **playas de agua dulce** como son: El Congo, El Limón, Macul, Mancha de Mate, y el balneario natural de la parroquia Guayas. La principal atracción turística es sin duda la Presa Daule-Peripa, gran lago artificial formado por la unión de los ríos Daule y Peripa, con una profundidad de hasta 200 metros, deja al descubierto cimas y elevaciones que han quedado como islas que mantiene una exuberante flora y fauna, llena de cocodrilos, tortugas, tigrillos, serpientes, nutrias y una gran variedad de aves. Una belleza natural que seduce al turista, además, alrededor de la Presa se pueden encontrar vestigios arqueológicos en cerámicas, como estatuillas, cántaros, flautas, etc., existen algunos senderos por lo que pueden caminar en medio de un entorno natural.

También resulta interesante visitar las instalaciones de CEDEGE y de la Central Hidroeléctrica, que se encuentra al interior de la Represa. Si continuamos el recorrido por el cantón y seguimos por la parroquia Guayas podemos cruzar en gabarra y continuar en la famosas "Chivas", hasta la Manga del Cura y por último llegar al Recinto El Paraíso la 14, en donde podremos admirar el paisaje y tomar un refrescante baño en las bellas cascadas llamadas El Salto del Armadillo y La Chorrera del Pintado. Otros sitios de interés turístico son, el Bambusario, las Islas del Embalse y el "Sendero de los Monos" ⁵⁰

⁴⁹ <http://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml>

⁵⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_El_Empalme

2.2.4. Turismo

Una de las principales actividades económicas que han recibido más impulso, por parte de instancias locales e internacionales en el turismo y especialmente el ecoturismo, es decir, el término en el que prima el contacto con la naturaleza hoy se recalcan que en el Cantón El Empalme goza de un clima tropical, de bosques primarios, ríos, represas, entre otras.⁵¹

2.2.5. Mobiliario de Cabañas

Es el conjunto de muebles disponible en las cabañas cuya función es facilitar el servicio a los clientes, su calidad estará relacionada con la categoría de las cabañas.⁵²

2.2.6. Definición del Servicio

El servicio consiste en ofrecer hospedaje en un lugar de descanso y recreación para el fin de semana, viernes, sábado y domingo, para que las familias puedan descansar y recrearse con opciones alternativas. A esto se le denomina “paquete familiar”⁵³

2.2.7. Descripción del Servicio

Es un proyecto vacacional de descanso y recreación, ubicado en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas.

Medio Ambiente: Campestre

⁵¹ OCEÁNO, *Enciclopedia práctica profesional de turismo Hoteles y Restaurant*. Grupo Editorial.

⁵² OCEÁNO, *Enciclopedia práctica profesional de turismo Hoteles y Restaurant*. Grupo Editorial.

⁵³ OCEÁNO, *Enciclopedia práctica profesional de turismo Hoteles y Restaurant*. Grupo Editorial.

Marco: Apacible, propicio al descanso – cultura – ideal para las familias y turistas nacionales e internacionales. Para que los clientes se sientan como en su casa, en un lugar bonito, campestre de bellas vistas con un clima agradable, contamos con piscinas, carretero en buen estado, recorridos por el sector visitando la represa DAULE PERIPA. El proyecto va dirigido a familias que gustan vacacionar, clase media y turistas.

2.2.8. Calidad de los Servicios de Cabañas Turísticas

Se define como sistema de calidad en los establecimientos de servicios al conjunto de estructuración de una organización de responsabilidad se establecen para llevar a cabo la calidad. Este conjunto consiste en la definición y ejecución de un método de trabajo que asegure que los servicios prestados cumplan con las especificaciones que se dan en las normas establecidas de cabañas turísticas en función de las necesidades de los clientes.⁵⁴

2.2.8.1. Calidad para los Servicios de Cabañas Turísticas

La calidad es una estrategia que nos permite obtener resultados el mismo que se refleja en las aptitudes y actitudes de cada persona, con respecto a las cabañas turísticas se espera.

- Aumentar clientes
- Lograr la satisfacción de los clientes
- Marcar una diferencia positiva entre el establecimiento de las cabañas y la competencia.

⁵⁴ OCEÁNO, *Enciclopedia práctica profesional de turismo Hoteles y Restaurant*. Grupo Editorial.

2.3. Fundamentación legal

2.3.1. Requisitos

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

Ley de Compañías, Art. 92

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, a la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía.
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que en cada socio suscriba y pague un numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.

8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de funcionarios que tengan la representación legal.

9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la y los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores, gerentes o por la persona en ella designada. Si estos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

2.3.2. Pasos legales

Para obtener el Certificado de Registro y Licencia Única de Funcionamiento el establecimiento turístico presentará la solicitud al Ministerio de Turismo o a la Dirección Regional Correspondiente. Para lo cual se contará con la siguiente documentación para efectuar la solicitud:

2.3.2.1. Copia de Escritura Pública de Constitución

Documento notariado donde se define legalmente a creación de la Cabañas Ecológica “LA FINCA” como empresa y en el que consta lo siguiente:

- Estatuto de la Empresa
- Objetivos de la Empresa
- Nombre y número de los socios

- Identificación de los socios
- Tiempo de duración de la empresa
- Tipo de aportación de los socios
- Nombre de la razón social
- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo
- Descripción de activos y pasivos

2.3.2.2. Registro Único de Contribuyentes

Para el proceso de la administración tributaria el Registro Único de Contribuyentes constituye el número de identificación de todas las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias mediante el certificado del RUC.

Las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento con el cual se puede realizar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en el mismo.

2.3.2.3. Inscripción a la Superintendencia de Compañía

Del Ministerio de Turismo.- Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”, “regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley.

2.3.2.4. Registro en el Ministerio de Turismo

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Único de Contribuyentes.
- Fotocopia de la cédula de identidad, ecuatoriana o extranjera.
- En caso de cambio de propietario el contrato de compra – venta con la actualización de utilizar la razón social.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IPEI), de no encontrarse registrada la razón social (Ministerio de Comercio Exterior)
- Patente Municipal
- Permiso sanitario, se obtiene al presentarse en la Administración Zonal respectiva.

- Instructivo para la constitución, aumento del capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.
 - Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrada en el juzgado de inquilinato.
 - Lista de precios de los diferentes servicios a ofertarse (original y copias)
- El Ministerio de Turismo delegará a una persona, la cual visitará el establecimiento o cabañas y hará la categorización, de acuerdo a esta se pagará una cantidad de dinero.

2.3.2.5. Afiliación al Captur

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.⁸

Se debe llenar el formulario de solicitud a la CAPTUR, y entregarlo con los siguientes documentos:

Personas Naturales

- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante legal. En el caso de los extranjeros, copia del permiso del ejercer la actividad turística en el país.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

Instructivo para la constitución, aumento del capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

Personas Jurídicas

- Copia del nombramiento de Gerente o Presidente.
- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del último aumento de capital (si hubiese alguno)
- Copia de la Escritura de constitución de la compañía.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

2.3.2.6. Copia del Nombramiento del Representante Legal de la Empresa

Persona que legalmente es reconocida como responsable de los derechos y obligaciones de la empresa.

2.3.2.7. Normas Básicas de Conducta

- Los trabajadores deberán presentarse a prestar sus servicios en perfectas condiciones de aseo y pulcritud, portando correctamente el uniforme.
- Generalmente sonreír, mantener contacto visual, el saludo debe ser de una manera cordial.
- Mantener aseado las instalaciones de las cabañas ecológicas.
- Ser puntuales respecto hacia los demás especialmente hacia los turistas.

- Los trabajadores deben evitar hablar mal de la empresa.
- Tener el celular apagado durante las jornadas de trabajo.

2.3.2.8. Reglas de Actitud Ante el Trabajo

- Los trabajadores deberán mantener un ambiente amable y de cooperación, dentro de un marco de respeto hacia sus compañeros y los turistas.
- Será un compromiso de todo el personal, conservar una actitud de superación constante que permita sostener los parámetros de excelencia de la empresa.
- Se deberá otorgar a los turistas una atención personalizada a fin de mantenerlos a gusto, tratando de satisfacer sus necesidades y expectativas.
- Los trabajadores deben procurar mantener una actitud dinámica hacia el desarrollo personal y empresarial.
- Debe haber una comunicación constante entre las diversas áreas.

2.3.2.9. Apariencia Personal

Masculino

- Aseo: baño diario, desodorante y loción discreta.
- El cabello debe ser de un corte normal y cómodo, no llevarlo largo.
- Debe afeitarse diariamente, no puede llevar bigote.
- Zapatos limpios
- Las medias deben combinar con el uniforme
- Manos bien limpias y con las uñas bien cortadas.

Femenino

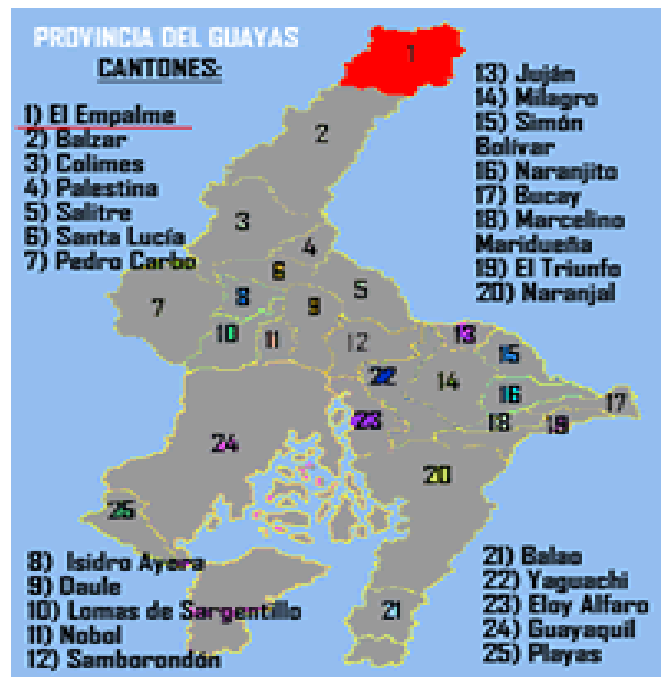
- Aseo: baño diario, desodorante y perfume discreto.
- Maquillaje discreto
- El cabello debe ser cómodo y fácil de arreglar llevándolo siempre recogido para mantener una apariencia impecable.
- Uñas y manos limpias y los colores del esmalte debe ser clásico.
- Los labios deben ser pintados con colores bajos y discretos.
- El uniforme debe llevarse impecable.⁵⁵

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

La investigación se la realizó en el cantón El Empalme, geográficamente se encuentra ubicada al noreste de la provincia del Guayas y sus límites son: por el norte, Manabí; sur, Balzar; este, Los Ríos; y oeste, Manabí, sus moradores están dedicados a la agricultura y su producción es café, cacao, plátano, arroz, entre otros.



3.2. Método de investigación

Se aplicará los siguientes métodos:

- **Deductivo.-** actúa indirectamente en la recopilación de la información, es decir que si otros métodos no funcionan este procede como intermediario. El método deductivo va de lo general a lo particular.

- **Inductivo.-** ayudar a razonar cada una de las decisiones que fuesen tomadas en la investigación de la empresa para luego ser estudiadas por separado y al final unificarlas para dar resultados obtenidos, es decir va de lo particular a lo general.
- **Analítico.-** se analiza el objeto estudio, ´partiendo de sus partes para poder constituir el todo.

3.3. Tipos de investigación

La investigación es aplicada, descriptiva, que se describen a continuación:

- **Investigación aplicada**

Este tipo de investigación se aplicó mediante encuestas a la población del cantón El Empalme y propietario del Centro Recreacional “La Finca”.

- **Investigación descriptiva**

Esta clase de investigación ayudó a analizar el impacto socio-económico que genera las familias del cantón El Empalme, durante el periodo 2013.

3.4. Técnica o instrumento de investigación

Se aplicó una encuesta a la población del Cantón El Empalme, a través de un cuestionario de preguntas sobre el complejo turístico La Finca y la implementación de las cabañas dentro del mismo.

3.5. Fuentes de información

Se acudió a fuentes de información primarias a través de trabajos de campos y fuentes secundarias a través de documentos escritos sobre el objeto de la investigación entre otros ministerios, instituciones, internet, libros etc.

➤ Primarias

Para la recolección de datos primarios se efectuó formularios de encuestas aplicados a la población que acuden a estos sitios de recreación, en el cantón El Empalme.

➤ Secundarias

Esta fuente facilitó la consulta y aprendizaje, mediante la recopilación de datos utilizando textos, tesis, folletos, revistas, libros, internet, que sustentan el trabajo de investigación.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

Para la presente investigación se consideró como universo objetivo al total de la población mayores de 18 años del cantón El Empalme, que es 43.512 habitantes según datos del INEC último censo del 2010.

3.6.2. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra consideró el universo objetivo, que representa a la población del cantón El Empalme. Se estableció el nivel de confianza, margen de error entre otras.

Se aplicó la fórmula que a continuación se detalla.

n= tamaño de la muestra

Uo= Universo Objetivo (74.451 habitantes)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= error de diseño (0.05)

$$n = \frac{U_o P Q Z^2}{(U_o - 1)(e)^2 + P Q Z^2}$$

$$n = \frac{74.451(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(74.451 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{74.451(0,50)(0,50)(3,8416)}{74.450(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{71.50274}{186.0854 + 0,9604}$$

$$n = \frac{71.50274}{187.0854} = 382 \rightarrow \textit{Encuestas}$$

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN
DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Estudio de mercado

Es una técnica que permite recopilar datos de cualquier aspecto que se desee conocer para posteriormente interpretarlo y hacer uso de ellos.

Es la función que vincula los consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar refinar, y evaluar las medidas de mercado y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. El objetivo general de la investigación se basa en recopilar información primaria y secundaria que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado.

Además se examinó los segmentos de mercado que visitan el cantón el Empalme, se analiza la información obtenida en el estudio de mercado que permitió conocer las necesidades y expectativas de los turistas sobre el complejo turístico “La Finca” y la implementación de cabañas en el mismo, se definieron los riesgos socio-económicos de los habitantes y turistas que estarían dispuestos a visitar este destino turístico único y diferente.

4.1.1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón el empalme sobre la implementación de cabañas turísticas.

Cuadro 1. Población que habita en el cantón El Empalme

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	205	54%
No	177	46%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme
Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 1 se determinó mediante la encuesta que se realizó en el cantón El Empalme para conocer la población que vive en el cantón mencionado, indicando con un porcentaje del 54% que habitan en El Empalme mientras que el 46% no habita en el cantón son de diferentes lugares.

Cuadro 2. Concurrencia a lugares turísticos como (hosterías, cabañas y complejos turísticos).

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	245	64%
No	137	36%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme
Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 2 las encuestas realizadas en el cantón El Empalme a la población se consideró muy importante conocer si visitan lugares turísticos con el 64% nos indican que si visitan estos lugares mientras que con el 36% no acuden a este tipo de lugares.

Cuadro 3. ¿Los lugares que usted visita para su recreación cuentan con una gran variedad de servicios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	47	19%
No	198	81%
Total	245	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 3 se determinó mediante la encuesta realizada a la población que si visitas lugares turísticos con la finalidad de conocer si cuentan con una gran variedad de servicios con el 81% indicó que no cuentan con diferentes servicios mientras que el 19% nos indican que hay lugares que si tienen diversidad de estos.

Cuadro 4. ¿Apreciación de buenos lugares de alojamiento?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	67	27%
No	178	73%
Total	245	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 4 se consideró muy relevante consultar a la población si existen excelente lugares de alojamiento en el cantón El Empalme los cuales nos indicaron con 73% de los habitantes que no existen lugares con un buen servicio mientras que el 27% de los habitantes nos indican que sí.

Cuadro 5. ¿Con qué frecuencia visita usted estos lugares?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Diario	15	6%
Semanal	78	32%
Quincenal	56	23%
Mensual	62	25%
Rara vez	34	14%
Total	245	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 5 de las encuestas realizadas a la población se consideró muy relevante conocer la frecuencia de visita a estos lugares con el 32% semanal, el 25% mensual, el 23% quincenal, el 14% rara vez asisten a estos lugares mientras que el 6% diario.

Cuadro N 6. ¿Le gustaría disfrutar de un complejo que tenga cabañas turísticas en el cantón El Empalme?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	225	92%
No	20	8%
Total	245	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 6 de las encuestas realizadas en el cantón El Empalme se consideró muy importante conocer si a la población le gustaría disfrutar de un complejo turístico que tenga cabañas con el 92% de aceptación mientras el 8% nos indicó que no.

Cuadro 7. ¿Si existiera un complejo turístico con el servicio antes mencionados, que tiempo permanecería usted en dicho establecimiento?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Diario	70	31%
Semanal	66	29%
Quincenal	47	21%
Mensual	8	4%
rara vez	34	15%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 7 de las encuestas realizadas se consideró muy relevante conocer el tiempo de permanencia en dicho lugar. Al 31% le gustaría visitarlo diariamente, al 29% semanal, al 21% quincenal, el 15% lo frecuentaría rara vez mientras que un 4% mensual.

Cuadro 8. ¿Cuál es el presupuesto aproximado que usted tiene cuando acude a los centros de recreación turísticos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$ 20 a 40	67	30%
\$ 50 a 60	69	31%
\$ 70 a 90	58	26%
\$ 100 en adelante	31	14%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 8 de las encuestas realizadas en el cantón El Empalme se consideró relevante saber el gasto promedio que tienen cuando asisten a los lugares turísticos. El 30% de \$20 a \$ 40, el 31% de \$50 a \$60, el 26% de \$70 a \$90 mientras el 14% de \$100 en adelante.

Cuadro 9. ¿Con cuántas personas visita usted este tipo de lugares?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
2 a 4 personas	88	39%
4 a 6 personas	45	20%
6 a 8 personas	64	28%
8 a 10 personas	15	7%
10 personas en adelante	13	6%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 9 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer con cuántas personas asisten a los centro recreacionales. El 39% de 2 a 4 personas, el 28% de 6 a 8 personas, el 20% de 4 a 6 personas, el 7% de 8 a 10 personas mientras el 6% de 10 personas en adelante.

Cuadro 10. ¿Qué es lo que usted busca al momento de hospedarse en un centro turístico?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Comodidad	57	25%
Precios cómodos	65	29%
Buen servicio	47	21%
Parqueaderos	33	15%
Seguridad	23	10%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 10 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer que es lo que buscan al hospedarse en un centro turístico. El 29% precios cómodos, el 25% comodidad, el 21% prefiere buen servicio, el 15% parqueaderos mientras que el 10% seguridad.

Cuadro 11. ¿De los siguientes complejos turísticos cercanos al cantón El Empalme a cuál asiste con mayor frecuencia?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Centro recreacional La Aurora	39	17%
La Guayas	32	14%
Carlos Patricio	49	22%
Centro recreacional La Finca	105	47%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 11 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer cuáles de estos centros turísticos visita. El 47% visita el Centro recreacional La Finca, el 22% Carlos Patricio, el 17% el Centro recreacional La Aurora, mientras el 14% La Guayas.

Cuadro 12. ¿En qué época del año prefiere ir a un centro turístico?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Ferados	40	18%
cualquier época del año	185	82%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 12 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer cuál es la época del año en la que asiste a lugares turísticos. El 82% cualquier época del año mientras que el 18% los feriados.

Cuadro 13. ¿A través de qué medios publicitarios usted desearía informarse de nuestros servicios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Radio	71	32%
Internet	16	7%
Vallas publicitarias	21	9%
Afiches	29	13%
Televisión	52	23%
Periódicos	36	16%
Total	225	100%

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme
Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Interpretación

En el cuadro 13 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer cuáles serían los medios publicitarios en los cuáles les gustaría informarse de nuestro servicio. El 32% dijo que la radio, el 23% televisión, el 16% periódicos, el 13% afiche, el 9% vallas publicitarias mientras que el 7% internet.

4.1.2. Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda turística constituye el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, cultura, etc., en su período vacacional. Esta puede valorarse como:

- Interior o nacional, dentro del país

- Nacional que se dirige al exterior
- Procedente del extranjero.

A fin de que se haya señalado, el turismo es un producto especial en el que los interesados deben acudir físicamente al lugar de producción para adquirir el producto, y en el que el viaje es parte del propio producto.

Con frecuencia, las situaciones económicas que prevalecen son bastante distintas de las de la zona emisora, sobre todo en el turismo internacional y en las visitas de largo recorrido. Por tanto, las variables económicas que afectan a los turistas en su lugar de residencia no serán las únicas que tengan un efecto sobre la demanda.

4.1.3. Demanda Actual

Para el análisis de la demanda en el cantón El Empalme se determinó que no existen registros de turistas o visitantes correspondientes a años anteriores a la realización de este proyecto. Por lo que tomó en cuenta a los visitantes y turistas que históricamente han visitado el complejo “La Finca”, en lo que para poder determinar la demanda futura se proyecta en base a la tasa de crecimiento del Turismo en el Ecuador.

De acuerdo a esos datos se puede proyectar la demanda actual del proyecto, así:

Cuadro N.- 14 Estimación de la Demanda Actual

Población Meta	%	Demanda	Demanda Insatisfecha Anual	Demanda Mensual
74451	92%	68494,92	6849,492	570

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 15 Demanda Futura

Años	Cantidad
2013	6849
2014	7003
2015	7160
2016	7320

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

4.2. Estudio financiero

Cuadro N.- 16 Detalle de activos

DETALLE DE ACTIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
6	Camas de 1 ½ plazas	\$ 200,00	\$ 1.200,00
6	Cama de 2 plazas	\$ 210,00	\$ 1.260,00
6	Escritorio	\$ 150,00	\$ 900,00
6	Sillas de Oficina	\$ 30,00	\$ 180,00
6	Hamaca	\$ 20,00	\$ 120,00
1	Muebles áreas sociales	\$ 850,00	\$ 850,00
	<u>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</u>		\$ 4.510,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	Fax Panasonic	\$ 154,00	\$ 154,00
1	Sumadora	\$ 78,00	\$ 78,00
7	Nevera	\$ 300,00	\$ 2.100,00
7	Teléfonos	\$ 45,00	\$ 315,00
7	Televisores LCD 29"	\$ 400,00	\$ 2.800,00
1	Herramientas adicionales	\$ 250,00	\$ 250,00
7	Aire Acondicionado	\$ 300,00	\$ 2.100,00
	<u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u>		\$ 7.797,00
	<u>EQUIPOS DE COMPUTO</u>		
1	Computadora de Escritorio	\$ 720,00	\$ 720,00
1	Impresora Laser	\$ 180,00	\$ 180,00
	<u>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</u>		\$ 900,00
	<u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u>		
6	Colchones de 1 ½ plaza	\$ 300,00	\$ 1.800,00
6	Colchones de 2 plaza	\$ 373,00	\$ 2.240,00
20	Juegos de Sabana de 1 ½ plazas	\$ 15,00	\$ 300,00
20	Juego de Sabana de 2 plazas	\$ 20,00	\$ 400,00
26	Almohada	\$ 6,00	\$ 156,00
50	Toallas Pequeñas	\$ 4,00	\$ 200,00

50	Toallas Medianas	\$ 6,00	\$ 300,00
50	Tollas Grandes	\$ 9,00	\$ 450,00
7	Juegos Baños	\$ 150,00	\$ 1.050,00
7	Espejos	\$ 30,00	\$ 210,00
7	Accesorios de Baños	\$ 50,00	\$ 350,00
9	Lámpara	\$ 30,00	\$ 270,00
50	Cobija	\$ 12,00	\$ 600,00
56	Interruptores de Luz	\$ 3,00	\$ 168,00
8	Cuadros de Decoración	\$ 25,00	\$ 200,00
5	Cables Eléctricos rollo de 100 metros	\$ 70,00	\$ 350,00
16	Focos	\$ 6,00	\$ 96,00
	<u>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</u>		\$ 9.140,00
	<u>CONSTRUCCION</u>		
6	Construcción de Cabañas por Unidad	\$ 6.666,66	\$40.000,00
	<u>TOTAL DE CONSTRUCCION</u>		\$40.000,00
	<u>GASTOS DIFERIDOS</u>		
1	Afiliación a la cámara de turismo	\$ 180,00	\$180,00
1	Patente municipal	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Registro mercantil	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00	\$ 50,00
	<u>TOTAL DE GASTOS DIFERIDOS</u>		\$ 365,00
	<u>Adecuación del local</u>		
1	Mano de obra	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Conexiones Eléctrica	\$ 560,00	\$ 560,00
	<u>TOTAL DE ADECUACION DEL LOCAL</u>		\$ 860,00
	<u>TOTAL DE ACTIVOS</u>		\$63.572,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 17 Depreciación

DEPRECIACIÓN				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.510,00	10%	\$ 37,58	\$ 451,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 7.797,00	10%	\$ 64,98	\$ 779,70
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 900,00	33,33%	\$ 25,00	\$ 299,97
MAQUINAS Y EQUIPOS	\$ 9.140,00	10%	\$ 76,17	\$ 914,00
CONSTRUCCION	\$40.000,00	10%	\$ 333,33	\$ 4.000,00
TOTAL DE DEPRECIACIÓN			\$ 203,72	\$ 2.444,67

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 18 Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 900,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.510,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 9.140,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 7.797,00
CONSTRUCCION	\$ 40.000,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 365,00
CAJA BANCO	\$ 6.000,00
IMPREVISTO	\$ 3.435,60
TOTAL DE LA INVERSION	\$ 72.147,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 19 Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL	100%	\$ 72.147,60
FINANCIADO	30%	\$ 21.644,28
APORTES PROPIOS	70%	\$ 50.503,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 20 Tasa de interés

TASA	
TASA ANUAL DE INTERES PRESTAMO	12,00%

Importe	VP=	\$ 21.644,28
Cantidad de Cuotas	n =	60
tasa de interés anual	i =	12,00%
periodos en el año	m =	12,00
Interés Mensual		0,0100
Cuota de Pago o Anualidad	C/P =	\$ 360,74

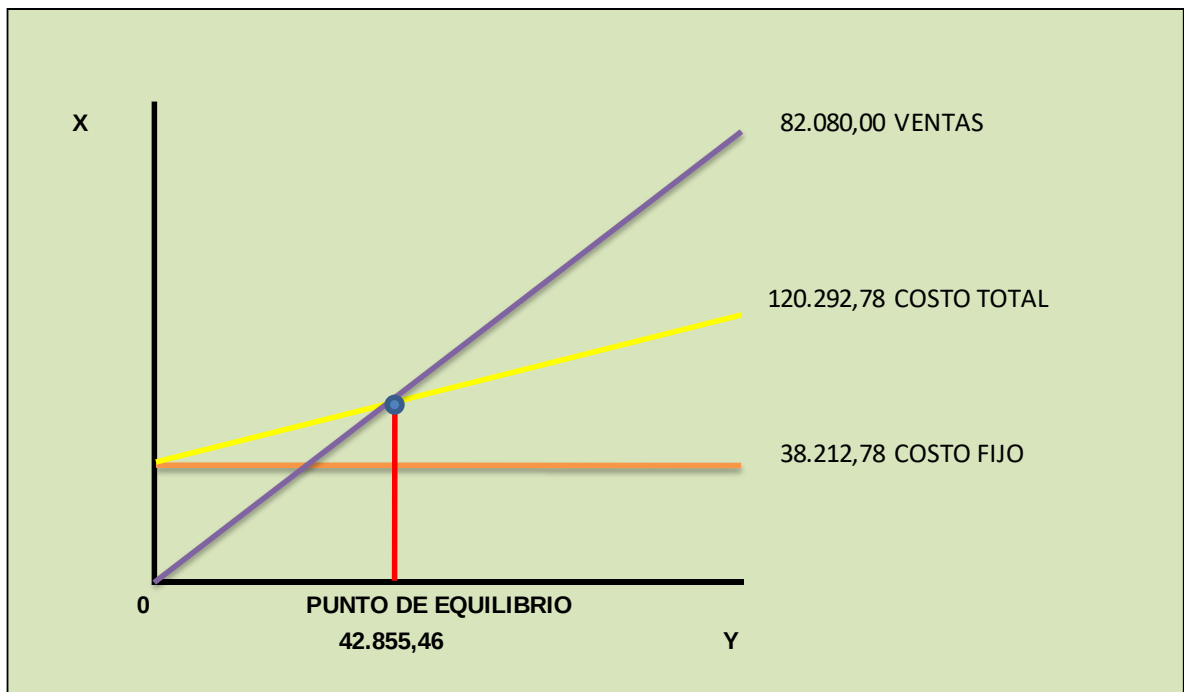
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 21 proyecciones de años y punto de equilibrio

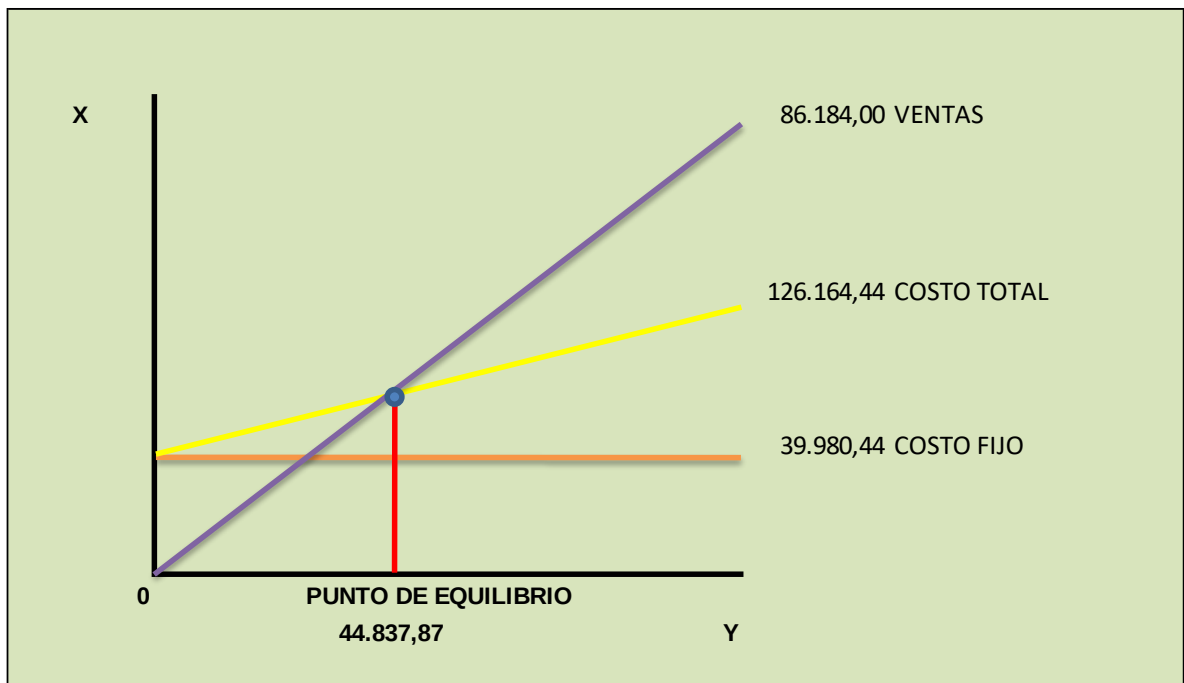
AÑO 1	
DATOS	
VENTAS	\$ 82.080,00
COSTOS FIJOS	\$ 38.212,78
COSTOS VARIABLES	\$ 8.892,00

PE=	CF	=	38212,78
1-	CV		0,89167
PE=		=	\$ 42.855,46



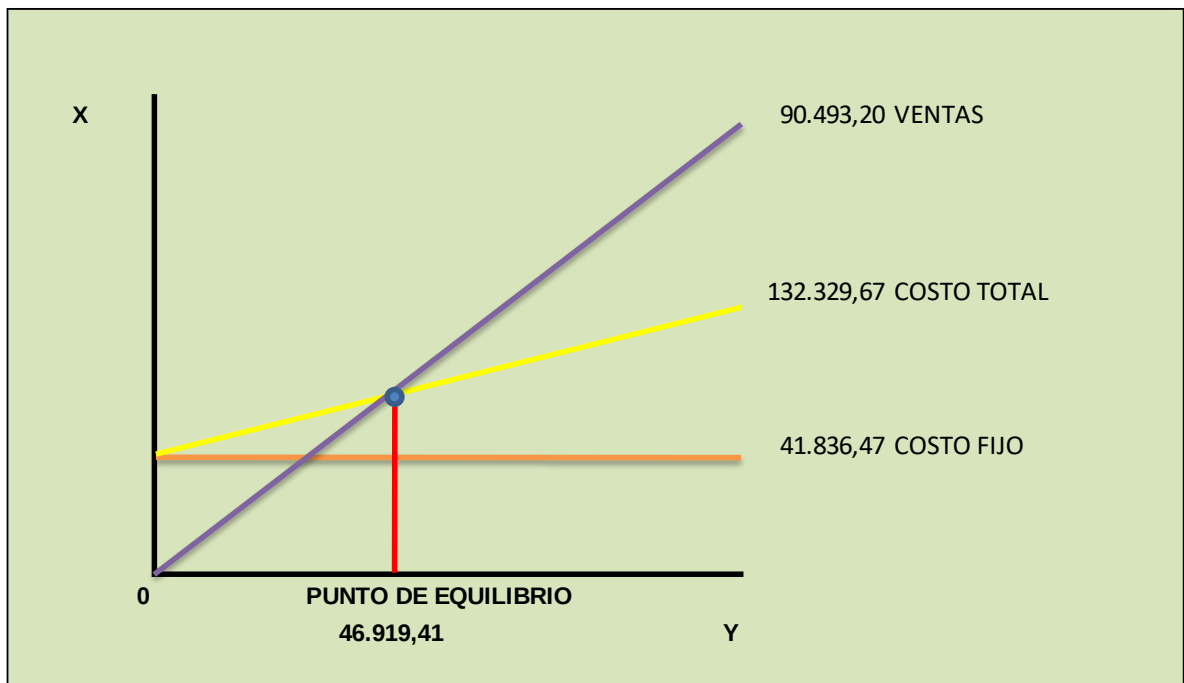
AÑO 2	
DATOS	
VENTAS	\$ 86.184,00
COSTOS FIJOS	\$ 39.980,44
COSTOS VARIABLES	\$ 9.336,60

$$\begin{aligned}
 \text{PE} &= \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{39980,44}{0,89167} \\
 \text{PE} &= \$ 44.837,87
 \end{aligned}$$



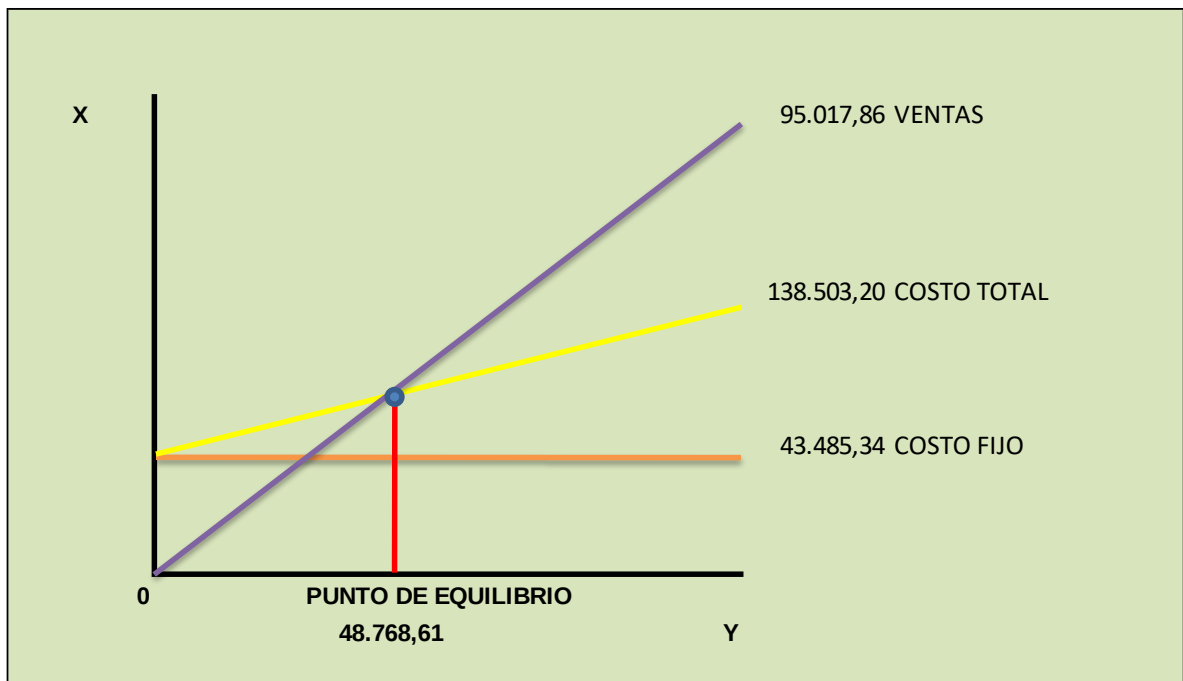
AÑO 3	
DATOS	
VENTAS	\$ 90.493,20
COSTOS FIJOS	\$ 41.836,47
COSTOS VARIABLES	\$ 9.803,43

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{CF}{1 - CV} = \frac{41836,47}{0,89167} \\
 PE &= \$ 46.919,41
 \end{aligned}$$



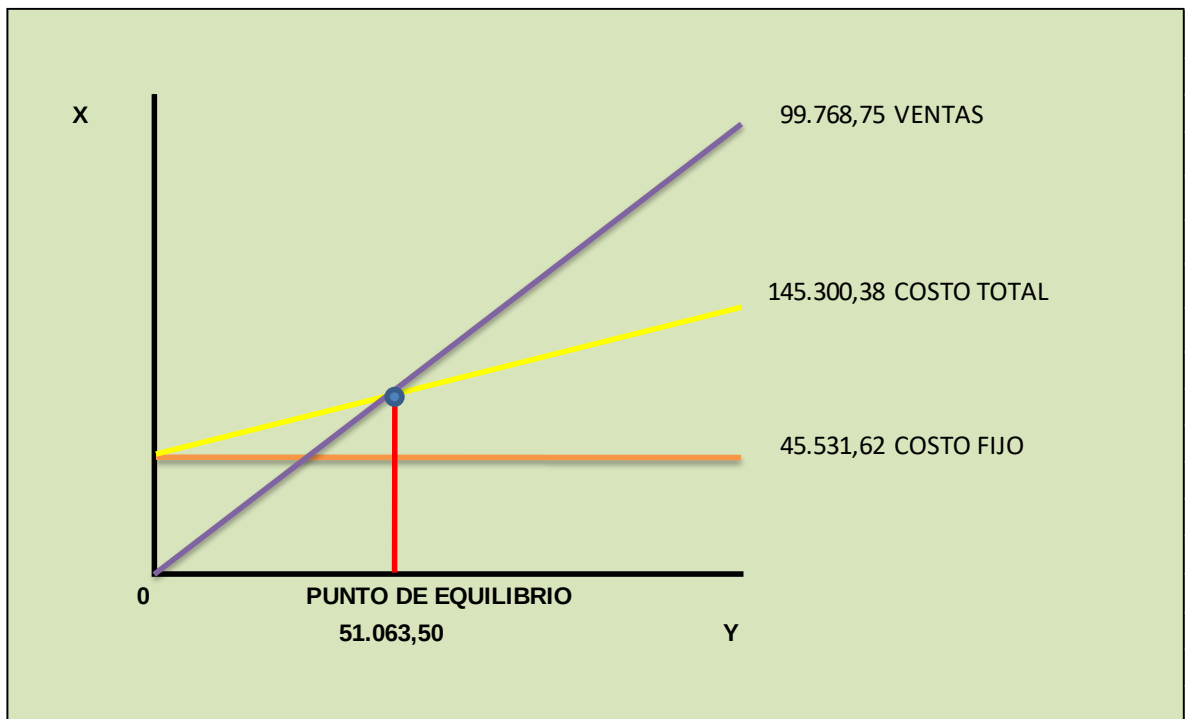
AÑO 4	
DATOS	
VENTAS	\$ 95.017,86
COSTOS FIJOS	\$ 43.485,34
COSTOS VARIABLES	\$ 10.293,60

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$ 43.485,34}{\$ 0,89} \\
 PE &= \$ 48.768,61
 \end{aligned}$$



AÑO 5	
DATOS	
VENTAS	\$ 99.768,75
COSTOS FIJOS	\$ 45.531,62
COSTOS VARIABLES	\$ 10.808,28

$$\begin{aligned}
 \text{PE} &= \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{45531,62}{0,89167} \\
 \text{PE} &= \text{\$ } 51.063,50
 \end{aligned}$$



Cuadro N.- 22 Detalles de gastos

DETALLES DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Administrador	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65
1	Secretaria	\$ 4.080,00	\$ 4.284,00	\$ 4.498,20	\$ 4.723,11	\$ 4.959,27
1	Camareras	\$ 4.080,00	\$ 4.284,00	\$ 4.498,20	\$ 4.723,11	\$ 4.959,27
1	Guardia	\$ 4.560,00	\$ 4.788,00	\$ 5.027,40	\$ 5.278,77	\$ 5.542,71
	APORTE PATRONAL	\$ 2.221,08	\$ 2.332,13	\$ 2.448,74	\$ 2.571,18	\$ 2.699,74
	DECIMO CUARTO	\$ 2.336,00	\$ 2.452,80	\$ 2.575,44	\$ 2.704,21	\$ 2.839,42
	DECIMO TERCERO	\$ 1.660,00	\$ 1.743,00	\$ 1.830,15	\$ 1.921,66	\$ 2.017,74
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 26.137,08	\$ 27.443,93	\$ 28.816,13	\$ 30.256,94	\$ 31.769,78
GASTOS GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
	ENERGIA ELECTRICA	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
	TELEFONO	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
	UTILES DE OFICINA	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
	MATERIALES DE LIMPIEZA	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
	INTERNET	\$ 336,00	\$ 352,80	\$ 370,44	\$ 388,96	\$ 408,41
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 451,00	\$ 451,00	\$ 451,00	\$ 451,00	\$ 451,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 299,97	\$ 299,97	\$ 299,97	\$ -	\$ -
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 779,70	\$ 779,70	\$ 779,70	\$ 779,70	\$ 779,70
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 914,00	\$ 914,00	\$ 914,00	\$ 914,00	\$ 914,00
	IMPREVISTOS	\$ 415,03	\$ 415,03	\$ 415,03	\$ 415,03	\$ 415,03
TOTAL DE GASTOS GENERALES		\$ 8.715,70	\$ 9.008,50	\$ 9.315,94	\$ 9.338,79	\$ 9.677,74

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 23 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	TRANSPORTE	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
	PUBLICIDAD	\$ 2.160,00	\$ 2.268,00	\$ 2.381,40	\$ 2.500,47	\$ 2.625,49
TOTAL GASTOS DE VENTAS		\$ 3.360,00	\$ 3.528,00	\$ 3.704,40	\$ 3.889,62	\$ 4.084,10
TOTAL GASTOS INDIRECTOS		\$ 38.212,78	\$ 39.980,44	\$ 41.836,47	\$ 43.485,34	\$ 45.531,62
GASTOS DE FLUJO DE CAJA		\$ 35.768,11	\$ 37.535,77	\$ 39.391,80	\$ 41.340,64	\$ 43.386,92
GASTOS GENERALES		\$ 5.856,00	\$ 6.148,80	\$ 6.456,24	\$ 6.779,05	\$ 7.118,00
DEPRECIACIONES		\$ 2.444,67	\$ 2.444,67	\$ 2.444,67	\$ 2.144,70	\$ 2.144,70
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ 2.444,67	\$ 4.889,34	\$ 7.334,01	\$ 9.478,71	\$ 11.623,41

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 24 Detalle de costos de ventas

DETALLE DE COSTO DE VENTA									
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler por Persona el día	570	Hospedaje	\$ 1,30	\$ 741,00	\$ 8.892,00	\$ 9.336,60	\$ 9.803,43	\$ 10.293,60	\$ 10.808,28
Imprevisto 5%				\$ 37,05	\$ 444,60	\$ 466,83	\$ 490,17	\$ 514,68	\$ 540,41
					\$ 8.892,00	\$ 9.336,60	\$ 9.803,43	\$ 10.293,60	\$ 10.808,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	SHAMPOO	\$ 0,20	\$ 0,20
1	JABON	\$ 0,20	\$ 0,20
1	LAVADORA	\$ 0,50	\$ 0,50
1	MATERIAL DE LIMPIEZA	\$ 0,40	\$ 0,40
TOTAL			\$ 1,30

Cuadro N.- 25 Presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS									
INGRESO DE VENTAS	CANTIDAD	UNID. MED.	PVP	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler por Personas al Día	570	platos	\$ 12,00	6.840,00	\$ 82.080,00	\$ 86.184,00	\$ 90.493,20	\$ 95.017,86	\$ 99.768,75
TOTAL DE INGRESOS				6.840,00	\$ 82.080,00	\$ 86.184,00	\$ 90.493,20	\$ 95.017,86	\$ 99.768,75

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 26 Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 82.080,00	\$ 86.184,00	\$ 90.493,20	\$ 95.017,86	\$ 99.768,75
(-)COSTO DE PRODUCCION	\$ 8.892,00	\$ 9.336,60	\$ 9.803,43	\$ 10.293,60	\$ 10.808,28
UTILIDAD BRUTA	\$ 73.188,00	\$ 76.847,40	\$ 80.689,77	\$ 84.724,26	\$ 88.960,47
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 26.137,08	\$ 27.443,93	\$ 28.816,13	\$ 30.256,94	\$ 31.769,78
(-)GASTOS GENERALES	\$ 8.715,70	\$ 9.008,50	\$ 9.315,94	\$ 9.338,79	\$ 9.677,74
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 3.360,00	\$ 3.528,00	\$ 3.704,40	\$ 3.889,62	\$ 4.084,10
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 34.975,22	\$ 36.866,96	\$ 38.853,30	\$ 41.238,92	\$ 43.428,85
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.359,23	\$ 1.839,76	\$ 1.320,30	\$ 800,84	\$ 281,38
UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.	\$ 32.615,99	\$ 35.027,20	\$ 37.532,99	\$ 40.438,08	\$ 43.147,47
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 4.892,40	\$ 5.254,08	\$ 5.629,95	\$ 6.065,71	\$ 6.472,12
UTILIDAD ANTES DE IMP.	\$ 27.723,59	\$ 29.773,12	\$ 31.903,05	\$ 34.372,37	\$ 36.675,35
IMPUESTO	\$ 4.158,54	\$ 4.465,97	\$ 4.785,46	\$ 5.155,85	\$ 5.501,30
UTILIDAD NETA	\$ 23.565,05	\$ 25.307,15	\$ 27.117,59	\$ 29.216,51	\$ 31.174,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 27 Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	\$ (72.147,60)	\$ 28.783,98	\$ 30.006,62	\$ 31.297,59	\$ 32.577,08	\$ 34.015,16
Flujos descontados y traídos a valor Presente	\$ (72.147,60)	\$ 24.813,78	\$ 22.299,81	\$ 20.051,04	\$ 17.992,03	\$ 16.195,06

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 28 Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	16,00%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 29 Tasa de rendimiento promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	\$ 156.680,44
AÑOS	5
SUMATORIA DE FLUJOS DESCONTADOS	101.351,72
INVERSION INICIAL	72.147,60
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	43,43%
INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN	1,40
RENDIMIENTO REAL	40,48
TASA INTERNA DE RETORNO	31,79%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Es la acumulación de todas las utilidades que se podrán alcanzar hasta después de 5 años de operaciones.

Es la acumulación de todas las utilidades en valor presente que se podrán lograr por 5 años de operaciones.

Es el desembolso total que se hace por la adquisición de todos los activos necesarios para el inicio de la empresa.

Año por año se recuperará en promedio el 72.147,60 de la inversión inicial o cada año retornará lo correspondiente al 43,43% en promedio de lo que corresponde a la inversión inicial del total de inversión se obtiene 1,40 veces más por flujos futuros traídos a valor presente, por cada dólar de inversión inicial se obtiene \$ 40,48 dólares de recuperación futura de todo lo que se invirtió inicialmente, se obtendrá el 31,79% de rentabilidad.

Es lo máximo que se puede pedir como rendimiento sobre la inversión para que esta empresa sea viable. Si se pide más entonces no se alcanzará a recuperar la inversión inicial.

Cuadro N.-30 Tasa interna de retorno

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		\$ 101.351,72
VAN	POSITIVO	29204,12
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,47
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	247,05
TASA INTERNA DE RETORNO		32%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 31 Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	\$ 82.080,00
COSTO DIRECTO	\$ 8.892,00
COSTO INDIRECTO	\$ 38.212,78
FLUJO NETO	\$ 22.095,90
PAGO DE DIVIDENDOS POR PRÉSTAMOS	\$ 4.328,86
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.359,23
GASTOS PERSONAL	\$ 26.137,08
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 89.223,23

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 32 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	\$ 42.855,46
EN PORCENTAJE	52,21%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Se debe alcanzar un nivel de ventas de \$ 42.855,46 dólares como mínimo para no ganar ni perder

Se deberán alcanzar el 52,21% de las ventas proyectadas para no ganar ni perder

Cuadro N.- 33 capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
FLUJO NETO DE CAJA	POSITIVO	\$ 22.095,90
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	6,10
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	34,72%
INDICE DE EMPLEO		0,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Tenemos 6,10 veces el flujo de efectivo correspondiente al pago que se tiene que realizar al banco en el primer año.

Los gastos de personal y de intereses absorberán el 34, 72 % de los ingresos por ventas.

Por cada dólar empleado en activo fijo menos depreciación, se invertirá 0.29 dólares en mano de obra.

Cuadro N.- 34 Utilidad neta

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 28.095,90
ACTIVOS TOTALES	\$ 89.223,23
UTILIDAD NETA	\$ 23.565,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 35 Rendimiento de liquidez

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,6851	69%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

La porción no corriente de los activos y que son más complicados para que se vuelvan líquidos en caso de quiebra, corresponden al 69% del total de activos.

Cuadro N.- 36 Rendimiento corriente

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2641	26,41%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Del total de activos que invierte para trabajar en la empresa, se obtiene el 26,41 % de rendimiento corriente.

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 34.975,22
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.359,23
INVERSION INICIAL	\$ 72.147,60
UTILIDAD NETA	\$ 23.565,05
VALOR DEL CREDITO	\$ 21.644,28
VENTAS	\$ 82.080,00
COSTO DE VENTA	\$ 8.892,00
TOTAL DEL ACTIVO FIJO	\$ 61.127,33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

ESTRUCTURA DE LIQUIDEZ:			
CAPITAL DE TRABAJO =	AC - PC		
CAPITAL DE TRABAJO =	28.095,90	-17.315,42	10.780,48
CAPITAL DE TRABAJO =	\$ 10.780,48		

El valor de capital de trabajo significa el monto de efectivo que se podrán disponer para cubrir nuevas operaciones de la empresa después de haber cumplido con los compromisos de deuda de corto plazo. Al ser la diferencia entre lo rubros más corrientes o más líquidos que tiene la empresa, se deberá tomar este valor que sirve de referencia para conocer que después de haber cumplido la deuda de corto plazo con el efectivo, lo que recuperé de cartera y con la venta de inventarios, se tiene \$ 10.780,48 para utilizar en otras actividades, por ejemplo

podría compararse con las necesidades de gasto diario y luego saber para cuantos días me alcanzaría este valor.

INDICE DE LIQUIDEZ =	<u>AC</u>
	PC
INDICE DE LIQUIDEZ =	<u>28.095,90</u>
	17.315,42
INDICE DE LIQUIDEZ =	1,62

Este indicador me dice que mis activos circulantes podrían cubrir 1.77 veces mis deudas de corto plazo, o también podríamos decir que por cada dólar de deuda de corto plazo tendremos 1.62 dólares de activos corrientes para cubrir esa deuda.

PRUEBA ACIDA =	<u>ACTIVOS CIRCULANTE - INVENTARIO</u>	
	PC	
PRUEBA ACIDA =	<u>30.326,53</u>	0,00
	17.161,68	
PRUEBA ACIDA =	1,77	

No tiene un resultado diferente al Índice de Liquidez original ya que para nuestra empresa no manejaremos inventarios para la venta y por tanto no existirá dificultad de tener que esperar flujos provenientes de la ventas de inventarios sino que corresponderán directamente a la venta del servicio y de los créditos que se hayan quedado pendiente de recuperar, pero para nuestro caso no se proyectan cuentas por cobrar.

<u>ESTRUCTURA DE ACTIVIDAD:</u>		
ROTACION DE INVENTARIO =	<u>INVENTARIOS</u>	
	COSTO DE VTA	
ROTACION DE INVENTARIO =	<u>0,00</u>	360
	8.892,00	
ROTACION DE INVENTARIO =	0,00	DIAS

<u>ESTRUCTURA DE ENDEUDAMIENTO:</u>		
ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO =	<u>PC</u>	x 100
	ACTIVOS	
ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO =	<u>17.315,42</u>	100
	89.223,23	
ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO =	19,41	%

En la estructura de deuda de la empresa que se conforma de compromisos de largo plazo y compromisos a perpetuidad, tenemos que para la deuda de plazo corresponde al 19.41 % del total del endeudamiento que tiene la empresa. Esta deuda corresponde al endeudamiento que se tiene con instituciones de préstamos para nuestro caso el endeudamiento se lo hará con un banco.

ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO =	<u>PATRIMONIO</u>	x 100
	ACTIVOS	
ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO =	<u>74.068,37</u>	100
	89.223,23	
	83,01	%

Del total de deuda nuestro endeudamiento con accionistas corresponderá al 83,01%, la estructura de endeudamiento de la empresa nos dice que en mayor medida los recursos para instalar la nueva empresa provienen de recursos de accionistas y la diferencia corresponde a recursos provenientes de los bancos.

<u>ESTRUCTURA DE RENTABILIDAD:</u>	
ROA =	<u>UTILIDAD NETA</u>
	ACTIVOS
ROA =	<u>23.565,05</u>
	89.223,23
ROA =	26,41

En rendimiento sobre los activos quiere interpretar el rendimiento que se obtuvo de haber puesto todos los activos para las operaciones y funcionamientos de la empresa. Para nuestro caso el rendimiento que se obtendrá desde los activos que se necesitan para el primer año en esta empresa es del 26,41%. También podemos decir que por cada dólar invertido en activo se obtendrán 26,41 centavos de rendimiento.

ROE =	<u>UTILIDAD NETA</u>
	PATRIMONIO
ROE =	<u>23.565,05</u>
	74.068,37
ROE =	31,82

Los activos de la empresa se puede conseguir a través de endeudamiento con terceros o a través de las aportaciones realizadas por los accionistas, para nuestro caso la inversión de accionistas es mayor que lo que se obtendrá desde el préstamo bancario, pero sin embargo no todos los activos se obtuvieron con las aportaciones de los socios, por ende el rendimiento que se obtiene por la inversión

de los accionistas para nuestro caso en el primer año es del 31,82%, es decir que por cada dólar que se obtuvo desde los accionistas 31,82 centavos se generaron de rentabilidad.

Cuadro N.- 37 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		\$ 82.080,00	\$ 86.184,00	\$ 90.493,20	\$ 95.017,86	\$ 99.768,75
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		\$ 82.080,00	\$ 86.184,00	\$ 90.493,20	\$ 95.017,86	\$ 99.768,75
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	\$ 72.147,60					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		\$ 26.137,08	\$ 27.443,93	\$ 28.816,13	\$ 30.256,94	\$ 31.769,78
GASTO DE VENTAS		\$ 3.360,00	\$ 3.528,00	\$ 3.704,40	\$ 3.889,62	\$ 4.084,10
GASTOS GENERALES		\$ 5.856,00	\$ 6.148,80	\$ 6.456,24	\$ 6.779,05	\$ 7.118,00
COSTOS DE VENTAS		\$ 8.892,00	\$ 9.336,60	\$ 9.803,43	\$ 10.293,60	\$ 10.808,28
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		\$ 4.892,40	\$ 5.254,08	\$ 5.629,95	\$ 6.065,71	\$ 6.472,12
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$ 4.158,54	\$ 4.465,97	\$ 4.785,46	\$ 5.155,85	\$ 5.501,30
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	\$ 72.147,60	\$ 53.296,02	\$ 56.177,38	\$ 59.195,61	\$ 62.440,78	\$ 65.753,59
FLUJO OPERATIVO	\$ (72.147,60)	\$ 28.783,98	\$ 30.006,62	\$ 31.297,59	\$ 32.577,08	\$ 34.015,16
INGRESOS NO OPERATIVOS						
PRESTAMO BANCARIO	\$ 21.644,28					
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	\$ 21.644,28					
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO DE CAPITAL		\$ 4.328,86	\$ 4.328,86	\$ 4.328,86	\$ 4.328,86	\$ 4.328,86
PAGO DE INTERESES		\$ 2.359,23	\$ 1.839,76	\$ 1.320,30	\$ 800,84	\$ 281,38
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ -	\$ 6.688,08	\$ 6.168,62	\$ 5.649,16	\$ 5.129,69	\$ 4.610,23
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 21.644,28	\$ (6.688,08)	\$ (6.168,62)	\$ (5.649,16)	\$ (5.129,69)	\$ (4.610,23)
FLUJO NETO	\$ (50.503,32)	\$ 22.095,90	\$ 23.838,00	\$ 25.648,44	\$ 27.447,39	\$ 29.404,93
SALDO INICIAL	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 28.095,90	\$ 51.933,90	\$ 77.582,34	\$ 105.029,72
FLUJO ACUMULADO	\$ 6.000,00	\$ 28.095,90	\$ 51.933,90	\$ 77.582,34	\$ 105.029,72	\$ 134.434,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

Cuadro N.- 38 Balance general

DETALLE BALANCE GENERAL						
BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CUENTAS						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	\$ 6.000,00	\$ 28.095,90	\$ 51.933,90	\$ 77.582,34	\$ 105.029,72	\$ 134.434,65
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 6.000,00	\$ 28.095,90	\$ 51.933,90	\$ 77.582,34	\$ 105.029,72	\$ 134.434,65
ACTIVOS FIJOS	\$ 63.572,00	\$ 63.572,00	\$ 63.572,00	\$ 63.572,00	\$ 63.572,00	\$ 63.572,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		\$ 2.444,67	\$ 4.889,34	\$ 7.334,01	\$ 9.478,71	\$ 11.623,41
TOTAL DE ACTIVO FIJO	\$ 63.572,00	\$ 61.127,33	\$ 58.682,66	\$ 56.237,99	\$ 54.093,29	\$ 51.948,59
TOTAL DE ACTIVOS	<u>\$ 69.572,00</u>	<u>\$ 89.223,23</u>	<u>\$ 110.616,56</u>	<u>\$ 133.820,33</u>	<u>\$ 159.123,01</u>	<u>\$ 186.383,24</u>
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PRESTAMO	\$ 21.644,28	\$ 17.315,42	\$ 12.986,57	\$ 8.657,71	\$ 4.328,86	\$ -
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
TOTAL PASIVO	\$ 21.644,28	\$ 17.315,42	\$ 12.986,57	\$ 8.657,71	\$ 4.328,86	\$ -
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	\$ 50.503,32	\$ 50.503,32	\$ 50.503,32	\$ 50.503,32	\$ 50.503,32	\$ 50.503,32
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 23.565,05	\$ 25.307,15	\$ 27.117,59	\$ 29.216,51	\$ 31.174,05
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			\$ 23.565,05	\$ 48.872,20	\$ 75.989,79	\$ 105.206,30
TOTAL PATRIMONIO	\$ 50.503,32	\$ 74.068,37	\$ 99.375,52	\$ 126.493,11	\$ 155.709,62	\$ 186.883,67
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>\$ 72.147,60</u>	<u>\$ 91.383,80</u>	<u>\$ 112.362,09</u>	<u>\$ 135.150,82</u>	<u>\$ 160.038,48</u>	<u>\$ 186.883,67</u>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Jimmy Jiménez Cano

4.3. Comprobación de la hipótesis

Se acepta la hipótesis planteada, considerando que de acuerdo al estudio de factibilidad indica que existe una demanda insatisfecha en el mercado, el estudio técnico demuestra la facilidad para la operación de las cabañas, financieramente el proyecto es rentable, y permitirá la generación de empleo en la zona.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En el presente proyecto se contempló el estudio de factibilidad, dirigido a determinar la viabilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la creación de seis cabañas turísticas en el Centro Recreacional “La Finca” cantón, El Empalme.
- Se identificaron las expectativas del mercado determinado la oferta, y la demanda potencial insatisfecha sobre el servicio de cabañas en el Centro Recreacional.
- El estudio técnico del proyecto, permitió identificar los requerimientos de ingeniería, maquinaria, equipos, mano de obra para llevar adelante el proceso operativo
- Los estudios económicos y financieros permitieron concluir sobre la rentabilidad de la inversión, que comprenden el capital de inversión precio del servicio, costo de materia prima y volumen de ventas, entre otros.
- Se determinaron las medidas de mitigación sobre impactos ambientales que genere el proyecto.

5.2. Recomendaciones

- Es recomendable que se investigue los mercados turísticos a nivel nacional para ampliar las instalaciones del Centro Recreacional “La Finca”
- Se recomienda que en el futuro se aumente los servicios, aprovechando la capacidad instalada y abriendo nuevos mercados turísticos
- .
- Al ser rentable este proyecto se recomienda ponerlo en marcha ya que es de fácil implementación y presenta una factible recuperación del capital a mediano plazo.
- Se recomienda llevar un control financiero de la empresa a fin de no presentar malos usos y desperdicios de capital en acciones desfavorables para los accionistas.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- BACA, U. G. 2010. Evaluación de Proyectos:(6^{ta} Ed.). Mc Graw Hill; México.
- CÓRDOVA, P. M. 2008. Formación y Evaluación del Proyecto:(Ecos Ed.). Bogotá.
- FLOR, G. G. 2011. Guía para Crear y Desarrollar su propia empresa:(3^{ra} Ed.).Quito Ecuador.
- FLÓREZ, U. A. 2012. Plan de Negocio para pequeñas empresas:(Ed de la U.).Bogotá.
- MALHOTRA, N. K. 2008. Investigación de Mercados:(Pearson Educación). México.
- MORALES, C. A. 2009. Proyecto de Inversión: (Interamericano Ediciones). Mc Graw Hill; México.
- ORTEGA, A. 2008. Proyecto de Inversión:(1^{ra} Ed). Continental; México.
- PRIETO, H. J. 2008. Los Proyectos, la Razón de Ser del Presente:(Ecos. Ed.).Bogotá.
- SAPAG, N. & Sapag, R. 2011. Preparación y Evaluación de Proyectos:(4^{ta} Ed.). Editorial Mc Graw Hill. México.
- SINISTERRA, G. 2008. Contabilidad de Costos:(1^{ra} Ed.). Ecoe Ediciones; Bogotá – Colombia.

6.2. Linkografia

- Monografías, 2013. Objetivos del Turismo [en línea] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml> [16-04-2013]
- Wikipedia, 2013. Atractivo turístico del cantón el empalme [en línea] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_El_Empalme [16-04-2013]
- Wikipedia, 2013. Turismo en el ecuador [en línea] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Ecuador [16-04-2013]

CAPÍTULO VII

ANEXOS



Anexos 1

UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE CABAÑAS TURISCA EN EL CENTRO DE REACREACION LA FINCA DEL CANTÓN EL EMPALME.

1. ¿Vive usted en el cantón El Empalme?

Sí ☐

No ☐

2. ¿Ha visitado usted lugares turísticos como (Hosterías, Cabañas, Complejos Turísticos.)?

Sí ☐

No ☐

3. Los lugares que usted visita para su recreación cuentan con una gran variedad de servicios

Sí ☐

No ☐

4. ¿Cree usted que en El Empalme hay buenos lugares de alojamiento?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Con qué frecuencia visita usted estos lugares?

Diario _____

Semanal _____

Quincenal _____

Mensual _____

Rara vez _____

6. ¿Le gustaría disfrutar de un complejo que tenga cabañas turísticas en el cantón El Empalme?

Sí ☐

No ☐

7. ¿Si existiera un complejo turístico con los servicios antes mencionados, como fuese su estadía en el Cantón El Empalme?

Diario _____

Semanal _____

Quincenal _____

Mensual _____

Rara vez _____

8. ¿Cuál es el gasto aproximado que usted tiene cuando acude a los centros de recreación turísticos? _____

9. ¿Con cuántas personas visita usted este tipo de lugares? _____

10. ¿Qué es lo que usted al momento de hospedarse en un centro turístico?

Comodidad _____

Precios cómodos _____

Buen servicio _____

Parqueaderos _____

Seguridad _____

**11. De los siguientes complejos turísticos cercanos al Cantón El Empalme
¿a cuál asiste con mayor frecuencia?**

Centro recreación La Aurora	_____
La Guayas	_____
Carlos Patricio	_____
Centro recreacional La Finca	_____

12. ¿En qué época del año prefiere ir a un centro turístico?

Feridos	_____
Cualquier época del año	_____

**13. ¿A través de qué medios publicitarios usted desearía informarse de
nuestros servicios?**

Radio	_____
Internet	_____
Vallas publicitarias	_____
Afiches	_____
Televisión	_____
Periódico	_____

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN
VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.**



Anexos 2

UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENTREVISTA PARA EL ADMINISTRADOR DEL CENTRO DE REACREACION
LA FINCA DEL CANTÓN EL EMPALME.

1. ¿Actualmente tiene alianzas con empresas que proveen servicios complementarios a sus clientes?

Si _____ No _____

2. Considera que sus clientes estarían dispuestos a utilizar este servicio de hospedaje dentro del complejo turístico.

Si ☐ No ☐

3. ¿Estaría dispuesto a promocionar con sus clientes e incluir dentro de sus paquetes turísticos, servicios de alojamiento?

Si ☐ No ☐

4. ¿Cuántos clientes usted factura mensualmente?

20	a	30	_____
31	a	40	_____
31	a	50	_____
51	a	60	_____
Más	de	61	_____

5. ¿Cuántos de estos clientes considera que estarían dispuestos interesados en adquirir este tipo de alojamiento?

1%	a	10%	☐
11%	a	20%	☐
21%	a	30%	☐
31%	a	40%	☐
41%	a	50%	☐

6. ¿Con que servicios cuenta actualmente el centro recreacional la Finca del Cantón El Empalme?

7. ¿Considera usted que su centro recreacional. Satisface las necesidades de la población del Cantón El Empalme.

Sí _____ No _____

8. Considera muy importante usted implementar Cabañas Turísticas y un Restaurante de Comida Típica en el Centro recreacional la Finca del Cantón El empalme?

Si _____ No _____

¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.



Anexos 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

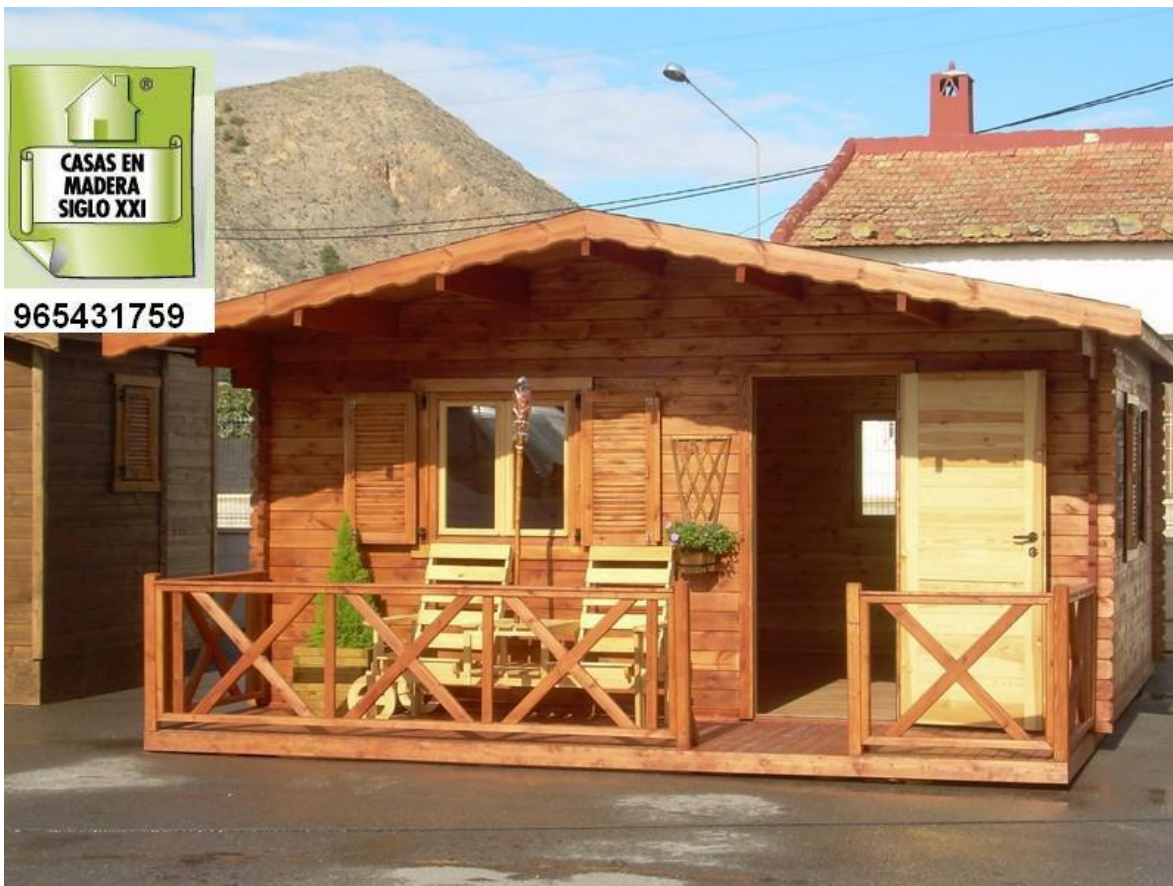
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Actividad	Definición	Indicadores	Items
Variable Independiente: ○ Estudio de factibilidad	Analizar aspectos, internos y externos que permitan decidir sobre la conveniencia de la realización del proyecto.	• Análisis Mercado • Análisis Técnico • Análisis Económico	• Oferta • Demanda • Precios • Promoción • Publicidad • Localización optima del proyecto • Tamaño óptimo del proyecto • Disponibilidad y costos Materiales e insumos • Determinación de la organización humana y jurídica para la operación del proyecto • Ingresos • Costos financieros • Costos de producción • Inversión fija y diferida • Depreciación • Amortización • Capital de trabajo • Costo del capital • Estado de resultados

		• Análisis Financiero	• Punto de equilibrio • Valor presente neto • Tasa interna de retorno • Relación beneficio costo • Análisis de sensibilidad
Variable dependiente: ○ Cabañas turísticas	Hoy en el auge del ciclo turístico se alquila todo y esto ha sido un llamador un incentivo, una oportunidad, para inversiones en cabañas que respondieran al incremento de la demanda de alojamiento turístico en las zonas serranas. Las cabañas de madera representan además de la posibilidad de consolidar una ventaja competitiva dentro del mercado de alojamiento turístico. Además de ser el tipo de alojamiento que más se adecua hoy a las características de la demanda, a sus preferencias, las cabañas de madera conllevan otras características, que bien gestionadas desde el emprendimiento turístico las hace elegibles en primer término por sobre los demás tipos de construcción dentro de similares niveles de inversión. Su capacidad de integración con el ámbito de la naturaleza y el pasaje proporciona a este alojamiento una alta elegibilidad. Elemento indispensable a la hora de pensar en el retorno o	• Alojamiento • Turismo • Emprendimiento	• Demanda • Alquiler









Anexos 4

UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
				\$ 21.644,28
1	\$ 360,74	\$ 216,44	\$ 577,18	\$ 21.283,54
2	\$ 360,74	\$ 212,84	\$ 573,57	\$ 20.922,80
3	\$ 360,74	\$ 209,23	\$ 569,97	\$ 20.562,07
4	\$ 360,74	\$ 205,62	\$ 566,36	\$ 20.201,33
5	\$ 360,74	\$ 202,01	\$ 562,75	\$ 19.840,59
6	\$ 360,74	\$ 198,41	\$ 559,14	\$ 19.479,85
7	\$ 360,74	\$ 194,80	\$ 555,54	\$ 19.119,11
8	\$ 360,74	\$ 191,19	\$ 551,93	\$ 18.758,38
9	\$ 360,74	\$ 187,58	\$ 548,32	\$ 18.397,64
10	\$ 360,74	\$ 183,98	\$ 544,71	\$ 18.036,90
11	\$ 360,74	\$ 180,37	\$ 541,11	\$ 17.676,16
12	\$ 360,74	\$ 176,76	\$ 537,50	\$ 17.315,42
1	\$ 4.328,86	\$ 2.359,23	\$ 6.688,08	\$ 17.315,42
13	\$ 360,74	\$ 173,15	\$ 533,89	\$ 16.954,69
14	\$ 360,74	\$ 169,55	\$ 530,28	\$ 16.593,95
15	\$ 360,74	\$ 165,94	\$ 526,68	\$ 16.233,21
16	\$ 360,74	\$ 162,33	\$ 523,07	\$ 15.872,47
17	\$ 360,74	\$ 158,72	\$ 519,46	\$ 15.511,73
18	\$ 360,74	\$ 155,12	\$ 515,86	\$ 15.151,00
19	\$ 360,74	\$ 151,51	\$ 512,25	\$ 14.790,26
20	\$ 360,74	\$ 147,90	\$ 508,64	\$ 14.429,52
21	\$ 360,74	\$ 144,30	\$ 505,03	\$ 14.068,78
22	\$ 360,74	\$ 140,69	\$ 501,43	\$ 13.708,04
23	\$ 360,74	\$ 137,08	\$ 497,82	\$ 13.347,31
24	\$ 360,74	\$ 133,47	\$ 494,21	\$ 12.986,57
2	\$ 4.328,86	\$ 1.839,76	\$ 6.168,62	\$ 12.986,57
25	\$ 360,74	\$ 129,87	\$ 490,60	\$ 12.625,83
26	\$ 360,74	\$ 126,26	\$ 487,00	\$ 12.265,09
27	\$ 360,74	\$ 122,65	\$ 483,39	\$ 11.904,35

28	\$ 360,74	\$ 119,04	\$ 479,78	\$ 11.543,62
29	\$ 360,74	\$ 115,44	\$ 476,17	\$ 11.182,88
30	\$ 360,74	\$ 111,83	\$ 472,57	\$ 10.822,14
31	\$ 360,74	\$ 108,22	\$ 468,96	\$ 10.461,40
32	\$ 360,74	\$ 104,61	\$ 465,35	\$ 10.100,66
33	\$ 360,74	\$ 101,01	\$ 461,74	\$ 9.739,93
34	\$ 360,74	\$ 97,40	\$ 458,14	\$ 9.379,19
35	\$ 360,74	\$ 93,79	\$ 454,53	\$ 9.018,45
36	\$ 360,74	\$ 90,18	\$ 450,92	\$ 8.657,71
3	\$ 4.328,86	\$ 1.320,30	\$ 5.649,16	\$ 8.657,71
37	\$ 360,74	\$ 86,58	\$ 447,32	\$ 8.296,97
38	\$ 360,74	\$ 82,97	\$ 443,71	\$ 7.936,24
39	\$ 360,74	\$ 79,36	\$ 440,10	\$ 7.575,50
40	\$ 360,74	\$ 75,75	\$ 436,49	\$ 7.214,76
41	\$ 360,74	\$ 72,15	\$ 432,89	\$ 6.854,02
42	\$ 360,74	\$ 68,54	\$ 429,28	\$ 6.493,28
43	\$ 360,74	\$ 64,93	\$ 425,67	\$ 6.132,55
44	\$ 360,74	\$ 61,33	\$ 422,06	\$ 5.771,81
45	\$ 360,74	\$ 57,72	\$ 418,46	\$ 5.411,07
46	\$ 360,74	\$ 54,11	\$ 414,85	\$ 5.050,33
47	\$ 360,74	\$ 50,50	\$ 411,24	\$ 4.689,59
48	\$ 360,74	\$ 46,90	\$ 407,63	\$ 4.328,86
4	\$ 4.328,86	\$ 800,84	\$ 5.129,69	\$ 4.328,86
49	\$ 360,74	\$ 43,29	\$ 404,03	\$ 3.968,12
50	\$ 360,74	\$ 39,68	\$ 400,42	\$ 3.607,38
51	\$ 360,74	\$ 36,07	\$ 396,81	\$ 3.246,64
52	\$ 360,74	\$ 32,47	\$ 393,20	\$ 2.885,90
53	\$ 360,74	\$ 28,86	\$ 389,60	\$ 2.525,17
54	\$ 360,74	\$ 25,25	\$ 385,99	\$ 2.164,43
55	\$ 360,74	\$ 21,64	\$ 382,38	\$ 1.803,69
56	\$ 360,74	\$ 18,04	\$ 378,77	\$ 1.442,95
57	\$ 360,74	\$ 14,43	\$ 375,17	\$ 1.082,21
58	\$ 360,74	\$ 10,82	\$ 371,56	\$ 721,48
59	\$ 360,74	\$ 7,21	\$ 367,95	\$ 360,74
60	\$ 360,74	\$ 3,61	\$ 364,35	\$ (0,00)
5	4.328,86	281,38	4.610,23	0,00