

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del Título de  
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO  
TURÍSTICO LAGUNA DEL VOLCÁN QUILOTOA EN LA PROVINCIA DE  
COTOPAXI**

**AUTORES:**

**DIANA ELIZABETH VALENCIA CEVALLOS  
CRISTIAN ALEJANDRO PUJOTA TOTOY**

**DIRECTOR:**

**MANUEL BEDÓN**

**Quito, enero del 2013**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Las investigaciones, análisis y conclusiones realizadas en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores, Diana Elizabeth Valencia Cevallos y Cristian Alejandro Pujota Totoy.

Quito, Enero del 2013

(f) \_\_\_\_\_

Cristian Pujota

(f) \_\_\_\_\_

Diana Valencia

## **DEDICATORIA**

*La presente tesis les dedico a mis padres, porque me brindaron su apoyo durante toda mi vida estudiantil, inculcándome principios y valores, los cuales me permitieron ser una persona de éxito y alcanzar todas las metas propuestas.*

*Cristian Alejandro Pujota Totoy*

## **DEDICATORIA**

*"Todos y cada uno de nosotros pagamos puntualmente nuestra cuota de sacrificio conscientes de recibir el premio de la satisfacción del deber cumplido, conscientes de avanzar con todo hacia el Hombre Nuevo que se vislumbra en el horizonte."*

*Ernesto Che Guevara*

*La presente tesis está dedicada a Dios por darme fuerzas en este camino de sacrificio y dedicación y a mis padres por su ayuda incondicional para la culminación de la misma, por haberme enseñado a ser perseverante para llegar a este gran horizonte de meta cumplida.*

*Diana Elizabeth Valencia Cevallos*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mis padres, quienes son la razón de mi vida, los cuales me brindaron su confianza y estuvieron conmigo dándome ánimo en toda mi carrera universitaria.*

*Al abogado Patricio Sánchez Andrade, Subdirector de Compras Públicas de la Superintendencia de Bancos y Seguros, quien me permito formar parte de su equipo de trabajo, brindándome su respaldo y confianza.*

*Un agradecimiento al Econ. Manuel Bedón quien me direccionó durante toda la elaboración de la tesis y me brindó su apoyo durante el desarrollo de la misma.*

*Cristian Alejandro Pujota Totoy*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mis padres y hermano, por su apoyo sincero e incondicional, mis padres que han sabido guiarme para alcanzar el éxito y mantener una lucha constante ante las adversidades presentadas.*

*Al Econ. Manuel Bedón ya que estuvo presto siempre a brindarnos su ayuda y su guía constante.*

*Diana Elizabeth Valencia Cevallos*

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN.....   | 1  |
| CAPÍTULO I.....   | 2  |
| GENERALIDADES DE LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO<br>“LAGUNA DEL VOLCÁN QUILOTOA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI” ..... | 2  |
| 1.1. Introducción provincia de Cotopaxi .....   | 3  |
| 1.1.1. Información general .....  | 3  |
| 1.1.2. Turismo en la provincia de Cotopaxi.....   | 4  |
| 1.1.3. Principales lugares turísticos .....   | 4  |
| 1.2. Laguna del volcán Quilotoa.....  | 6  |
| 1.2.1. Leyenda.....   | 6  |
| 1.2.2. Historia.....  | 6  |
| 1.2.3. Actividad del volcán Quilotoa .....  | 7  |
| 1.2.4. Geología del volcán Quilotoa .....   | 8  |
| 1.2.5. Ubicación del volcán Quilotoa .....  | 8  |
| 1.2.6. Clima.....   | 9  |
| 1.3. Atractivos alrededor de la laguna del Quilotoa .....   | 9  |
| 1.4. Población .....  | 9  |
| CAPÍTULO II.....  | 11 |
| ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....  | 11 |
| 2.1. Clasificación de la demanda .....  | 11 |
| 2.2. Factores que afectan a la demanda .....  | 12 |
| 2.3. Tamaño de la muestra.....  | 12 |
| 2.4. Análisis de la demanda .....   | 13 |
| 2.5. Métodos de proyección de la demanda .....  | 17 |
| 2.6. Análisis de la oferta .....  | 19 |
| 2.6.1. Clasificación .....  | 19 |
| 2.6.2. Factores que afectan a la oferta.....  | 19 |
| 2.6.3. La oferta actual .....   | 19 |
| 2.6.4. Oferta proyectada.....   | 22 |
| 2.7. Demanda insatisfecha .....   | 23 |

|                      |   |    |
|----------------------|---|----|
| 2.7.1.               | Encuesta .....  | 24 |
| 2.7.1.1.             | Modelo de encuesta .....  | 25 |
| 2.8.                 | Participación en el mercado.....  | 35 |
| 2.8.1.               | Cálculo de la tasa de crecimiento en del mercado (ANUAL) .....                        | 35 |
| 2.8.2.               | Participación de los lugares de hospedaje en el mercado .....                         | 36 |
| 2.9.                 | Demanda efectiva .....  | 38 |
| 2.10.                | Oferta proyectada.....  | 39 |
| 2.11.                | Demanda insatisfecha .....  | 39 |
| 2.12.                | FODA.....   | 40 |
| CAPÍTULO III .....   |   | 42 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... |   | 42 |
| 3.1.                 | Tamaño del proyecto .....   | 42 |
| 3.2.                 | Determinantes del tamaño del proyecto .....   | 43 |
| 3.3.                 | Tecnología y los suministros e insumos .....  | 44 |
| 3.4.                 | Financiamiento .....  | 44 |
| 3.5.                 | Fuentes internas .....  | 45 |
| 3.6.                 | Fuentes externas .....  | 45 |
| 3.6.1.               | Mercado de capitales .....  | 45 |
| 3.6.2.               | Bancos e instituciones de fomento.....  | 45 |
| 3.6.3.               | Cooperación para el desarrollo .....  | 46 |
| 3.7.                 | Tipos de crédito .....  | 47 |
| 3.7.1.               | Crédito directo de la Corporación Financiera Nacional .....                           | 47 |
| 3.7.2.               | Crédito para el sector de la pequeña industria del banco nacional de fomento          | 48 |
| 3.7.3.               | Crédito para pequeñas y medianas empresas otorgado por el Banco del<br>Pichincha..... | 50 |
| 3.7.4.               | Tasa de interés del Banco Central del Ecuador .....                                   | 52 |
| 3.8.                 | La organización .....   | 54 |
| 3.8.1.               | Materia prima.....  | 56 |
| 3.8.2.               | Construcción del hidromasaje.....   | 56 |
| 3.8.3.               | Insumos para los hidromasajes .....   | 56 |
| 3.8.4.               | Equipos .....   | 56 |
| 3.8.5.               | Operación complejo turístico.....   | 57 |
| 3.8.6.               | Capacidad de producción.....  | 58 |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 3.8.7.   | Localización óptima del proyecto .....  | 58 |
| 3.8.8.   | Macrolocalización.....  | 59 |
| 3.8.9.   | Microlocalización .....   | 61 |
| 3.8.10.  | Selección de alternativas .....   | 62 |
| 3.8.11.  | Disponibilidad de servicios básicos .....   | 63 |
| 3.8.12.  | Facilidad de acceso.....  | 64 |
| 3.8.13.  | Cercanía a los cantones y parroquias .....  | 64 |
| 3.8.14.  | Disponibilidad de infraestructura .....   | 64 |
| 3.8.15.  | Costos del servicio ofrecido .....  | 65 |
| 3.8.16.  | Matriz locacional.....  | 65 |
| 3.8.17.  | Selección de la mejor alternativa .....   | 66 |
| 3.9.     | Ingeniería del proyecto .....   | 67 |
| 3.9.1.   | Cadena de valor .....   | 67 |
| 3.9.2.   | Flujograma del proyecto .....   | 70 |
| 3.9.3.   | Flujograma de procedimiento de actividades de visita del turista mediante<br>previa reservación ..... | 73 |
| 3.9.4.   | Flujograma de procedimiento venta de habitaciones de forma personal.....                              | 74 |
| 3.9.5.   | Flujograma salida de turistas del “Complejo Turístico el Gran Quilotoa” .....                         | 75 |
| 3.9.6.   | Flujograma de ingreso al hidromasaje del “Complejo Turístico el Gran<br>Quilotoa” .....               | 76 |
| 3.10.    | La empresa y su organización.....   | 77 |
| 3.10.1.  | Base legal .....  | 77 |
| 3.10.2.  | Constitución de la empresa .....  | 78 |
| 3.10.3.  | Compañía de responsabilidad limitada .....  | 78 |
| 3.10.4.  | Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios.....   | 80 |
| 3.10.5.  | Obligaciones de los socios .....  | 81 |
| 3.10.6.  | Los requisitos para la constitución de la Compañía.....   | 82 |
| 3.10.7.  | Estrategia empresarial .....  | 84 |
| 3.10.8.  | Estrategia de competitividad .....  | 85 |
| 3.10.9.  | Estrategia de crecimiento .....   | 85 |
| 3.10.10. | Estrategia de competencia.....  | 85 |
| 3.10.11. | Estrategia operativa .....  | 86 |
| 3.10.12. | Estrategias de mercadotecnia .....  | 86 |
| 3.10.13. | Estrategia de precio .....  | 86 |

|                                    |  |     |
|------------------------------------|--|-----|
| 3.10.14.                           | Estrategia de promoción.....   | 87  |
| 3.10.15.                           | Estrategia de producto/servicio .....  | 87  |
| 3.10.16.                           | Estrategia de plaza.....   | 87  |
| 3.10.17.                           | Estrategia de distribución .....   | 88  |
| 3.10.18.                           | Razón social, logotipo y slogan.....   | 88  |
| 3.10.18.1.                         | Logotipo .....   | 88  |
| 3.10.18.2.                         | Slogan .....   | 89  |
| 3.11.                              | La empresa.....  | 89  |
| 3.11.1.                            | Visión .....   | 89  |
| 3.11.2.                            | Misión.....  | 90  |
| 3.11.3.                            | Objetivos estratégicos .....   | 90  |
| 3.11.4.                            | Principios y valores .....   | 90  |
| 3.11.4.1.                          | Principios.....  | 90  |
| 3.11.4.2.                          | Valores .....  | 91  |
| 3.12.                              | Estructura y organización del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN<br>QUILOTOA” .....     | 92  |
| 3.13.                              | Responsabilidades y perfiles de los empleados .....                              | 93  |
| 3.14.                              | Organigrama estructural del “complejo turístico el gran Quilotoa” .....          | 101 |
| 3.15.                              | Costos para la implementación del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN<br>QUILOTOA” ..... | 104 |
| 3.15.1.                            | Obras civiles.....   | 104 |
| CAPÍTULO IV .....                  |  | 118 |
| ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL ..... |  | 118 |
| CAPÍTULO V .....                   |  | 125 |
| ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....  |  | 125 |
| 5.1.                               | Presupuestos .....   | 125 |
| 5.2.                               | Presupuesto de inversión .....   | 125 |
| 5.3.                               | Activo fijos .....   | 125 |
| 5.4.                               | Capital de trabajo.....  | 127 |
| 5.5.                               | Depreciaciones.....  | 128 |
| 5.6.                               | Total ingresos .....   | 133 |
| 5.7.                               | Presupuesto de costos .....  | 134 |



|   |     |
|---|-----|
| 5.8. Estructura de financiamiento ..... | 140 |
| Conclusiones.....                       | 169 |
| Recomendaciones .....                   | 171 |
| Bibliografía.....                       | 173 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |    |
|---|----|
| Cuadro No. 2: Datos de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa en el 2010 .....                 | 13 |
| Cuadro No. 3: Datos de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa en el 2011 .....                 | 14 |
| Proyección de la demanda .....  | 14 |
| Cuadro No. 4: Significado de las variables. ....  | 15 |
| Cuadro No. 5: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2010 .....                     | 15 |
| Cuadro No. 6: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2011 .....                     | 16 |
| Cuadro No. 7: Cálculos para la proyección de la demanda.....  | 17 |
| Cuadro No. 8: Demanda proyectada de las visitas a la laguna del volcán Quilotoa .....                   | 18 |
| Cuadro No. 9: Servicios “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” .....                                     | 19 |
| Cuadro No. 10: Costos de habitaciones año 2010 y 2011 .....   | 20 |
| Cuadro No. 11: Visitantes enfocado a plazas existentes 2010 .....                                       | 20 |
| Cuadro No. 12: Oferta año 2010 .....  | 21 |
| Cuadro No. 13: Visitantes enfocado a plazas existentes 2011 .....                                       | 21 |
| Cuadro No. 14: Oferta año 2011 .....  | 22 |
| Cuadro No. 15: Cálculo para la proyección de la oferta. ....  | 23 |
| Cuadro No. 16: Oferta proyectada.....   | 23 |
| Cuadro No. 17: Demanda insatisfecha .....   | 24 |
| Cuadro No. 18: Calculo tasa crecimiento en el mercado .....   | 35 |
| Cuadro No. 19: Promedio de personas que visitan a nuestra competencia .....                             | 36 |
| Cuadro No. 20: Participación relativa de la empresa .....   | 37 |
| MATRIZ BCG.....   | 38 |
| Cuadro No. 21: Demanda efectiva .....   | 39 |
| Cuadro No. 22: Oferta proyectada.....   | 39 |
| Cuadro No. 23: Demanda insatisfecha .....   | 39 |
| Cuadro No. 24: Fortalezas de la empresa .....   | 40 |
| Cuadro No. 25: Oportunidades de la empresa.....   | 40 |
| Cuadro No. 26: Debilidades de la empresa .....  | 40 |
| Cuadro No. 27: Amenazas de la empresa.....  | 41 |
| Cuadro No. 28: Marketing mix .....  | 41 |
| Cuadro No. 29: Personas que visitaría las instalaciones del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” ..... | 43 |

|  |     |
|--|-----|
| Cuadro No. 30: Aporte de Capital de Socios.....                                      | 45  |
| Cuadro No. 31: Cuadro crédito CFN.....   | 47  |
| Cuadro No. 32: Tasas de interés Banco Central del Ecuador.....                       | 52  |
| Cuadro No. 33: Tipos de créditos.....  | 53  |
| Cuadro No. 34: Conformación del personal del Complejo Turístico.....                 | 55  |
| Cuadro No. 35: Capacidad de servicio del Complejo Turístico.....                     | 58  |
| Cuadro No. 36: Servicios Básicos- Zumbahua.....                                      | 63  |
| Cuadro No. 37: Elementos de ponderación.....   | 65  |
| Cuadro No. 38: Simbología y significado flujograma.....                              | 71  |
| Cuadro No. 39: Aportaciones de los socios.....                                       | 83  |
| Cuadro No. 40: Requisitos para la implementación del Complejo Turístico.....         | 84  |
| Cuadro No. 41: Organigrama estructural del “Complejo Turístico el Gran Quilotoa”     | 101 |
| Cuadro No. 42: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” ..... | 102 |
| Cuadro No. 43: Área terreno y valor del terreno.....                                 | 104 |
| Cuadro No. 44: Infraestructura.....  | 105 |
| Cuadro No. 45: Presupuesto anual de mano de obra directa.....                        | 105 |
| Cuadro No. 46: Salarios mano de obra directa personal operativo.....                 | 106 |
| Cuadro No. 47: Presupuesto anual de mano de obra indirecta.....                      | 107 |
| Cuadro No. 48: Sueldos personal administrativo.....                                  | 108 |
| Cuadro No. 49: Sueldos mano de obra indirecta.....                                   | 109 |
| Cuadro No. 50: Terreno.....  | 110 |
| Cuadro No. 51: Maquinaria y equipos de la sala hidromasaje.....                      | 110 |
| Cuadro No. 52: Muebles enseres y equipos habitaciones.....                           | 111 |
| Cuadro No. 53: Muebles y equipos recepción.....                                      | 111 |
| Cuadro No. 54: Muebles y equipos sala de estar.....                                  | 112 |
| Cuadro No. 55: Muebles y enseres administración.....                                 | 112 |
| Cuadro No. 56: Equipos de oficina.....   | 113 |
| Cuadro No. 57: Equipos de computación.....   | 113 |
| Cuadro No. 58: Muebles y equipos guardianía.....                                     | 113 |
| Cuadro No. 59: Equipos de seguridad contra incendios.....                            | 113 |
| Cuadro No. 60: Materiales de hidromasaje.....  | 114 |
| Cuadro No. 61: Materiales de hospedaje.....  | 114 |
| Cuadro No. 62: Servicios básicos.....  | 114 |

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro No. 63: Útiles de aseo .....   | 115 |
| Cuadro No. 64: Útiles de oficina .....  | 115 |
| Cuadro No. 65: Insumos de seguridad industrial .....  | 116 |
| Cuadro No. 66: Reparación y mantenimiento maquinaria .....  | 116 |
| Cuadro No. 67: Seguro planta maquinaria y equipo .....  | 116 |
| Cuadro No. 68: Adecuaciones y arreglos de planta.....   | 116 |
| Cuadro No. 69: Mantenimiento y reparación muebles y equipos .....                                 | 116 |
| Cuadro No. 70: Gastos de ventas .....   | 117 |
| Cuadro No. 71: Inversión inicial del proyecto .....   | 126 |
| Cuadro No. 72: Presupuesto de inversiones .....   | 126 |
| Cuadro No. 73: Resumen capital de trabajo .....   | 128 |
| Cuadro No. 74: Depreciación activos fijos.....  | 129 |
| Cuadro No. 75: Depreciación operaciones .....   | 130 |
| Cuadro No. 76: Activos diferidos.....   | 131 |
| Cuadro No. 77: Presupuesto de ingresos .....  | 132 |
| Cuadro No. 78: Presupuesto de ingresos complementarios anuales .....                              | 132 |
| Cuadro No. 79: Plan de operación considerando capacidad instalada y demanda<br>insatisfecha ..... | 133 |
| Cuadro No. 80: Total ingresos.....  | 133 |
| Cuadro No. 82: Presupuesto de costos .....  | 136 |
| Cuadro No. 83: Costo unitario.....  | 140 |
| Cuadro No. 84: Financiamiento .....   | 140 |
| Cuadro No. 85: Resumen amortización de crédito.....   | 141 |
| Cuadro No. 86: Financiamiento del proyecto.....   | 142 |
| Cuadro No. 87: Punto de equilibrio.....   | 145 |
| Cuadro No. 88 Cálculo punto de equilibrio.....  | 147 |
| Cuadro No. 89. Puntos de equilibrio .....   | 148 |
| Cuadro No. 90: Estado de resultados .....   | 150 |
| Cuadro No. 91: Flujo neto de fondos con financiamiento.....                                       | 152 |
| Cuadro No. 92: Flujo sin financiamiento .....   | 154 |
| Cuadro No. 93: Balance General .....  | 156 |
| Cuadro No. 94: Evaluación del proyecto.....   | 158 |
| Cuadro No. 95: Tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento (TMAR).                    | 159 |
| Cuadro No. 96: Valor actual neto .....  | 159 |

|  |     |
|--|-----|
| Cuadro No. 97: Valor actual neto sin financiamiento .....      | 160 |
| Cuadro No. 98: Tasa Interna de Retorno .....                   | 161 |
| Cuadro No. 99: Relación Beneficio Costos .....                 | 163 |
| Cuadro No. 100: Periodo real de recuperación o PAYBACK .....   | 164 |
| Cuadro No. 101: Análisis de sensibilidad en los costos .....   | 165 |
| Cuadro No. 102: Análisis de Sensibilidad en los Ingresos ..... | 167 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico No. 1 Cotopaxi .....   | 3  |
| Gráfico No. 2 Volcán Cotopaxi.....   | 4  |
| Gráfico No. 3 Laguna del Quilotoa .....  | 6  |
| Gráfico No. 4 Quilotoa .....   | 7  |
| Gráfico No. 5 Sendero Quilotoa.....  | 8  |
| Gráfico No. 6 Ubicación Quilotoa.....  | 8  |
| Gráfico No. 8 Población Quilotoa .....   | 9  |
| Gráfico No. 9: Visitas históricas laguna del Quilotoa en el 2010 .....   | 13 |
| Gráfico No. 10: Visitas históricas laguna del Quilotoa en el 2011 .....  | 14 |
| Gráfico No. 11: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2010.....   | 16 |
| Gráfico No. 12: Demanda de turistas que visitan la laguna del volcán Quilotoa 2011..   | 17 |
| Gráfico No. 13: Demanda Proyectada.....  | 18 |
| Tabulación de la encuesta.....   | 28 |
| Gráfico No. 13: Promedio de edad de turistas en la laguna del volcán Quilotoa.....   | 28 |
| Gráfico No. 14: Cantidad de hombres y mujeres que visitan la laguna del volcán Quilotoa .....  | 28 |
| Gráfico No. 15: Frecuencia que viajan a lugares turísticos al año .....  | 29 |
| Gráfico No. 16: Conoce usted la laguna del volcán Quilotoa .....   | 29 |
| Gráfico No. 17: ¿Estaría usted interesado en visitar un nuevo lugar de distracción en la laguna del volcán Quilotoa? .....                                     | 30 |
| Gráfico No. 18: ¿Cuáles son los servicios que usted utilizaría cuando va a la laguna del volcán Quilotoa?.....   | 30 |
| Gráfico No. 19: ¿Cuántas veces ha visitado usted la laguna del volcán Quilotoa en un año?.....   | 31 |
| Gráfico No. 20: ¿Asistiría usted a un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa, el cual le ofrecerá excelentes servicios? .....                     | 31 |
| Gráfico No. 21: ¿De los siguientes servicios elija cual(es) de ellos le gustaría que exista(n) en un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa?..... | 32 |
| Gráfico No. 22: ¿Cuándo usted sale a un complejo turístico habitualmente qué tiempo se queda?.....   | 33 |
| Gráfico No. 23: De los servicios elegidos por usted en la pregunta 7. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por persona? .....                                | 33 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico No. 24: ¿Habitualmente cuántas personas viajan con usted cuando asiste a un complejo turístico? ..... | 34  |
| Gráfico No. 25: Matriz BCG .....  | 38  |
| Gráfico No. 26: Localización provincia Cotopaxi .....   | 59  |
| Gráfico No. 27: Localización Cantón Saquisilí.....  | 60  |
| Gráfico No. 28: Localización parroquias rurales cantón Pujilí .....   | 62  |
| Gráfico No. 29: Localización Ecuador .....  | 66  |
| Gráfico No. 30: Cadena de valor .....   | 69  |
| Gráfico No. 31: Como Llegamos .....   | 120 |
| Gráfico No. 32: Punto de Equilibrio.....  | 149 |
| Gráfico No. 33: Flujo neto.....   | 153 |
| Gráfico No. 34: Flujo neto.....   | 155 |

## **RESUMEN**

La laguna dentro del cráter del Quilotoa está localizada en el circuito conocido como el Quilotoa y se encuentra a sólo 14 kilómetros más adelante del pueblo de Zumbahua. Quilotoa es un pueblo muy pequeño, que existe sobre todo por el servicio al turismo que atrae el espectacular lago en el cráter.

Este trabajo final de grado consiste en presentar el estudio de factibilidad para establecer, en las cercanías de la laguna del volcán Quilotoa, un complejo turístico, que brinde servicios que satisfagan las necesidades de turistas nacionales y extranjeros que visiten la zona.

Este estudio muestra la viabilidad de crear, en esta zona, un complejo turístico que al cabo de dos años será rentable para los socios que inviertan en este proyecto. Esto demostrado por el estudio de mercado y el estudio financiero previamente realizados.



## INTRODUCCIÓN

El lago en el cráter es simplemente impresionante. Las profundas aguas azules se pueden ver, al asomarse sobre el borde del cráter, y mirar hacia abajo por las escarpadas paredes, que descienden 400 metros hasta el lago. El volcán está activo, pero no hay ninguna actividad en este momento, salvo por algunas fumarolas que se pueden observar como burbujas desde el fondo del lago.

A través del estudio del mercado se determinó que el establecimiento de este complejo turístico traerá grandes ganancias, ya que en mencionada zona cada año se va incrementando el número de visitantes, debido a su hermoso paisaje.

En el plan de marketing se determinó un logotipo, que represente el maravilloso paisaje que presenta la laguna del volcán Quilotoa así también como su flora y fauna, adicionalmente podemos saber con exactitud nuestro mercado meta.

En cuanto al estudio técnico podemos determinar que el espacio físico para la implementación del Complejo Turístico y toda su estructura.

Se determinó que el capital de trabajo es uno de los factores más importantes para el giro del negocio también podemos saber de cuánto va a ser nuestra inversión y en cuanto tiempo podemos recuperar dicha inversión, y así mismo podremos demostrar la rentabilidad de nuestro proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **GENERALIDADES DE LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO “LAGUNA DEL VOLCÁN QUILOTOA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para instalar un Centro Turístico alrededor de la Laguna del volcán Quilotoa Provincia de Cotopaxi, desde los puntos de vista de mercado, técnico y rentabilidad económica.

La primera parte de este proyecto comprende el estudio de mercado del centro turístico, donde se analiza la definición del producto, pasando por el análisis de la demanda y su proyección, análisis de la oferta y su proyección, análisis de precios, hasta finalizar con el estudio de implementación del centro turístico.

La segunda parte del proyecto comprende el análisis técnico del Centro Turístico, que implica la determinación de la localización óptima, el diseño de las condiciones óptimas de trabajo, lo cual incluye turnos de trabajo laborables, la distribución física, las áreas necesarias, y aspectos organizativos y legales concernientes a su instalación.

La tercera consiste en un análisis económico de todas las condiciones de operaciones que previamente se determinaron en el estudio técnico. Esto incluye determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, el capital de trabajo, plantear diferentes esquemas de financiamiento para aceptar uno de ellos, el cálculo del balance general inicial, el estado de resultados proyectado a cinco años, del punto de equilibrio y de la tasa de ganancia de los inversionistas desearían obtener por arriesgar su dinero instalado en este Centro Turístico en la laguna del Quilotoa.

La cuarta parte de este proyecto de factibilidad, trata justamente sobre la evaluación económica de la inversión. Una vez que se ha obtenido una serie de determinaciones sobre el mercado, la tecnología y todos los costos involucrados en la instalación y operación del Centro Turístico, viene ahora el punto donde se determina la rentabilidad económica de toda la inversión bajo criterios claramente definidos, tales como VPN (valor presente neto) y TIR (Tasa interna de rendimiento). Esta parte

también incluye un análisis de riesgo de inversión., Finalmente se declaran las conclusiones generales y recomendaciones de todo el proyecto.

## **1.1. Introducción provincia de Cotopaxi**

**Gráfico No. 1 Cotopaxi**



Fuente: Google imágenes

### **1.1.1. Información general**

La provincia de Cotopaxi está situada en el centro de Ecuador. Su capital es Latacunga, ciudad asentada al suroeste del volcán que le da nombre a la provincia.

No hay datos exactos de la fundación de esta ciudad, pero se estima que ocurrió en el año 1534. No tuvo una única fundación sino varias, debido a las erupciones del volcán Cotopaxi que obligaron a sus habitantes a reconstruirla y refundarla en varias ocasiones.

Al oeste de la provincia resalta la presencia de cordones montañosos y valles. Cuenta con dos elevaciones de gran altura y belleza: Cotopaxi (5897 m) e Ilinizas (5263 m).

Como en gran parte del territorio ecuatoriano, el clima varía de acuerdo con la altitud del terreno. Cotopaxi no es la excepción. Al sudoeste de la provincia, el clima es el de un bosque tropical húmedo. Mientras que hacia el este varía entre clima tropical, montañoso, de desiertos de altura y de páramos (kalipedia, 2011).

### 1.1.2. Turismo en la provincia de Cotopaxi

**Gráfico No. 2 Volcán Cotopaxi**



Fuente: Google imágenes

La provincia de Cotopaxi, a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica. Estudiosos nacionales y extranjeros han exaltado tanto la prodigiosa y exuberante vegetación, como los sentimientos e ideas de sus habitantes prestos al trabajo y a la reflexión constante. Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas indígenas y más recónditos lugares, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas. Su ciudad y pueblos más apartados guardan la pujanza aborígen, un romanticismo español nuevo, capaz de grandes esfuerzos y sacrificios, y el más común y más sencillo estímulo hacia las elevaciones del espíritu.

El turismo como fuente económica y como valor cultural de fundamental importancia para la Provincia. Cotopaxi dispone de hermosos rincones naturales y otros creados para brindar comodidad al turista (yebool, 2011).

### 1.1.3. Principales lugares turísticos

#### **Volcán Cotopaxi**

Con 5.897 msnm, Es considerado como el volcán activo más alto del mundo lo cual contrasta con su inigualable belleza. Este volcán ha tenido una vida muy activa lo cual ha dejado huellas en su entorno y ha creado un ecosistema muy particular, ha

sido objeto de estudio por parte de muchos hombres de ciencia que se han visto atraídos por este coloso en las faldas del Volcán encontramos el refugio José Rivas, desde donde los andinistas emprenden el ascenso hacia la cumbre.

### **Reserva ecológica Illinizas**

Está ubicado en las provincias de Pichincha y Cotopaxi.

### **Lagunas de Limpiopungu**

Se encuentra en la ruta que se dirige al refugio José Rivas, su singular belleza cautiva a quienes tienen la oportunidad de visitar este sector. Sus claras pero gélidas aguas están rodeadas por pequeños cerros y colinas. Está ubicada en las faldas del Cotopaxi.

### **Laguna del Quilotoa**

Tenemos que seguir subiendo hasta lo alto de una de las montañas andinas cerca de Latacunga, por caminos que nos dejan apreciar todo el horizonte, hasta que llegamos a Zumbahua un poblado indígena que cultiva el arte de la pintura nahif, la misma que la realizan sobre el cuero de borrego bien estampado y bordado y con gran colorido, relatan su vida misma, sus fiestas, sus celebridades etc.; también las mujeres caminan y pasean hilando la lana de oveja, para vender en las ferias de la provincia, continuando el camino, llegamos a una zona de grandes pajonales y al llegar a su cumbre encontramos lo esperado, las hermosas vistas de la azul laguna del Quilotoa, dentro de un ambiente diferente por la tierra rayada por el viento que se la puede ver a sus alrededores (yebool, 2011).

## **1.2. Laguna del volcán Quilotoa**

### **1.2.1. Leyenda**

#### **Gráfico No. 3 Laguna del Quilotoa**



Fuente: Google imágenes

La leyenda cuenta que hace un tiempo, en la caldera circular ubicada en el centro del volcán, aparecía en la superficie de la laguna un dios llamado Quilotoa al cuál se le consideraba el rey de las erupciones de todos los volcanes ya que destruía todo a su paso, además existía un dios que podía encontrarse bajo el agua de esa laguna y cuando el volcán entraba en erupción los dioses se peleaban por lo que en el siglo XVIII destruyeron todo lo que existía a su alrededor.

Un hombre de la zona presenció la pelea entre los dos dioses y vio que se arrojaban fuego el uno al otro, nadie sabía quién era el dios que peleaba con el Quilotoa este dios era el Toachi que le tenía odio al Quilotoa porque este en su laguna refleja el color del cielo y el Toachi no podía desahogar su furia; por estos motivos se producían grandes desastres en el sector (tvecuador.com, 2010).

### **1.2.2. Historia**

La historia eruptiva del volcán Quilotoa es poco conocida debido a la escasez de centros poblados cercanos y la documentación imprecisa que se ha obtenido, mucha de esta documentación adolece de fallas atribuyendo algunos temblores a eventos volcánicos no confirmados, de cualquier manera la siguiente tabla refleja los eventos históricos que merecen cierta credibilidad.

### **Cuadro No. 1: Detalle de la evolución de la laguna del volcán Quilotoa**

| FECHA     | DESCRIPCIÓN  |
|-----------|--|
| 1660      | El 28 de noviembre se registra una erupción del Quilotoa consistente en ceniza y muy posiblemente flujos piroclásticos, las nubes de ceniza fueron documentadas debido a que llegaron a ser visibles desde Quito.  |
| 1725      | Grave destrucción en las cercanías del volcán, pudo deberse quizá a temblores relacionados con la falla del Toachi que formó a este volcán. Aunque es muy probable que fuesen sismos provocados por la actividad del volcán, no se ha comprobado sin embargo, caídas de cenizas en estas fechas.   |
| 1740-1759 | Emanaciones de gases tóxicos provenientes del volcán matan decenas de animales que pastaban cerca, quizá también hubo pérdidas humanas, pero no existe mayor información.  |
| 1853      | Se detecta la caída de cenizas procedente del Quilotoa, este hecho no ha podido ser comprobado si realmente procedió de este volcán o si se trató del volcán Tungurahua, ya que aunque ambos volcanes están muy distantes, la fuente que relató el hecho lo avistó desde Quito ciudad desde la cual los volcanes se encontrarían en línea recta. |

Debido a lo poco habitado que es este sector, aún en nuestros días, es posible que se hayan producido algunas erupciones menores consistentes casi exclusivamente en caídas de ceniza y expulsión de gases que no han sido detectadas, esto lo atestiguarían la gran cantidad de material joven expulsado y algunos centros de fumarolas dentro del cráter que muestran que este es un volcán activo (tvecuador.com, 2010).

#### **1.2.3. Actividad del volcán Quilotoa**

**Gráfico No. 4 Quilotoa**



**Fuente: Google imágenes**

En este volcán se pueden apreciar emanaciones del donde de la caldera, es notoria la coloración verde del agua debido a la presencia de azufre y otros minerales disueltos. La temperatura de estas emanaciones sobrepasa la temperatura ambiente en 10°. También se puede percibir actividad sísmica.

#### 1.2.4. Geología del volcán Quilotoa

**Gráfico No. 5 Sendero Quilotoa**



Fuente: Google imágenes

El volcán Quilotoa como muchos otros de nuestro país empezó con un tipo de actividad vesubiano o estromboliano con alternancia de lavas y flujos piroclásticos para luego estallar y convertirse en caldera y migrar el tipo de erupción a un tipo más explosivo.

Las rocas predominantes de este volcán son las dacitas, que contienen plagioclasa, oxihornblenda, biotita y cuarzo en menor proporción. En su último gran evento ocurrido hace 840 años se localizan pómez blancas con grandes fenocristales de biotita negra, anfíbol negro, cuarzo abundante y plagioclasa, fragmentos de riodacita gris y rocas hidrotermalmente alteradas (Matovelle, 2010).

#### 1.2.5. Ubicación del volcán Quilotoa

El volcán Quilotoa se ubica hacia el suroccidente de Latacunga a 33 Km de esta ciudad.

**Gráfico No. 6 Ubicación Quilotoa**



Fuente: Ministerio de turismo del Ecuador



### 1.2.6. Clima

La temperatura bordea los 12 grados centígrados, pero en ocasiones llega los 20. Por lo general, de enero a mayo las lluvias son frecuentes.

### 1.3. Atractivos alrededor de la laguna del Quilotoa

**Fauna.-** En los alrededores de la laguna Quilotoa se ha podido observar especies animales como son: el lobo de páramo, zorro, conejos, el venado, la cervicabra, entre otras especies.

La avifauna existente en esta área de conservación está representada mayoritariamente por el zumbador, torcaza, quilico, carbonero, quinde café, lora, gorrión y huairachuro.

**Flora.-** La Laguna de Quilotoa es una zona muy pobre en vegetación, debido a sus quebradas y pendientes.

La cubierta vegetal está compuesta por 82 especies utilizadas para medicina, alimento y combustible. Además, se han introducido algunas especies como eucaliptos y cultivos en menor escala (sites google, 2011).

### 1.4. Población

**Gráfico No. 8 Población Quilotoa**



Fuente: Google imágenes

Enclavado en la cordillera occidental en la provincia de Cotopaxi, a 45 minutos de la ciudad de Latacunga, en el Cantón Pujilí, cerca de la Parroquia Zumbahua se encuentra la comunidad TIGUA, lugar que ha dado origen a los más famosos pintores indígenas de la cultura Kichwa, reconocidos a nivel nacional y valorado positivamente a nivel internacional.

El paisaje está repleto de parches de diferentes colores (cultivos), incluso en los lados más abruptos de las montañas. Las llamas y ovejas forman parte de su vida diaria. Estos animales les proveen alimento, lana para vestido y tejido además de ser un medio de transporte. Cerca de Zumbahua usted encontrará Tigua, un pequeño pueblito con una comunidad dedicada a producir pinturas “naïf” no en su base tradicional sino en piel seca de oveja. Estas pinturas son muy coloridas, y representan la tierra y costumbres de la gente que vive en la región de Quilotoa (sitios goolge, 2011).

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Según Iván Thompson (2007) en términos generales, “la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la oferta) y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”. (Iván, 2007)

La demanda para Laura Fisher es “la cantidad de bienes y servicios que los agentes económicos desean y pueden comprar a un precio dado en un período determinado. En teoría la demanda y la oferta son los dos componentes básicos que fijan el precio de los bienes y servicios. Es el deseo de cualquier persona por adquirir un bien o servicio económico”. (Laura, mercadotécnica, 2010)

Extrayendo una definición propia, adaptada de los conceptos anteriores podemos decir que: la demanda de servicios para el proyecto turístico está dada por la cantidad de personas que visiten la laguna del volcán Quilotoa, cantón Zumbahua y que debido a su constante crecimiento de visitantes los días feriados y fines de semana, requieren de la mayor cantidad de empresas o personas que ofrezcan el servicio de hospedaje, para satisfacer sus necesidades de alojamiento, alimentación, guías turísticos, seguridad y demás necesidades que ocurran.

#### 2.1. Clasificación de la demanda

La clasificación de la demanda estará dada por: turistas nacionales y turistas internacionales. Los turistas nacionales son aquellos que provienen de otras provincias y de otros cantones, los cuales buscan pasar momentos agradables de distracción utilizando las instalaciones del complejo turístico.

Los turistas internacionales son aquellos provenientes de otros países y que son incluidos en los diferentes paquetes que ofrecen las agencias de turismo a nivel mundial para visitar la laguna del volcán Quilotoa, por las maravillas que existen y

por la amabilidad de su gente, estos turistas buscarán esencialmente hospedaje, alimentación y diversión sana y aire puro.

## 2.2. Factores que afectan a la demanda

El objetivo del análisis de los factores que afectan a la demanda es determinar cuáles son las fuerzas que influyen en los requerimientos del mercado con respecto al servicio que se ofrece.

La demanda se ve influida por diversos factores que determinan su magnitud: incrementos, decrementos o tendencias. Con base a ello se puede establecer la potencialidad del mercado y las posibles reacciones de los demandantes.

Los factores que mayormente afectan a la demanda y deben analizarse son hábitos de distracción, gustos y preferencias, precios.

## 2.3. Tamaño de la muestra

Para poder encontrar el tamaño de la muestra, ha de entenderse que existen diferentes formulaciones matemáticas que permiten llegar a determinar este valor una de ella es:

$$n = \frac{N * Z^2 P_m * Q_m}{Z^2 * P_m * Q_m + (N - 1)(E_p^2)}$$

**N**= Tamaño de la población

**Z**= Nivel de confianza (95%=1.96)

**p**= probabilidad de éxito o proporción esperada 0.5%

**q**= probabilidad de fracaso (1-p)

**e**= precisión (error máximo admisible en términos de proporción = 10%)

**n**= tamaño muestra

$$n = \frac{39091 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,10^2 * (39091 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$\frac{37542.9964}{390.9 + 0,9604}$$

$$n = \frac{37542.9964}{391.8604}$$

$$n = 95.8 \text{ encuestas}$$

## 2.4. Análisis de la demanda

La demanda histórica del servicio está íntimamente relacionada con los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la laguna del Quilotoa en el cantón Zumbahua.

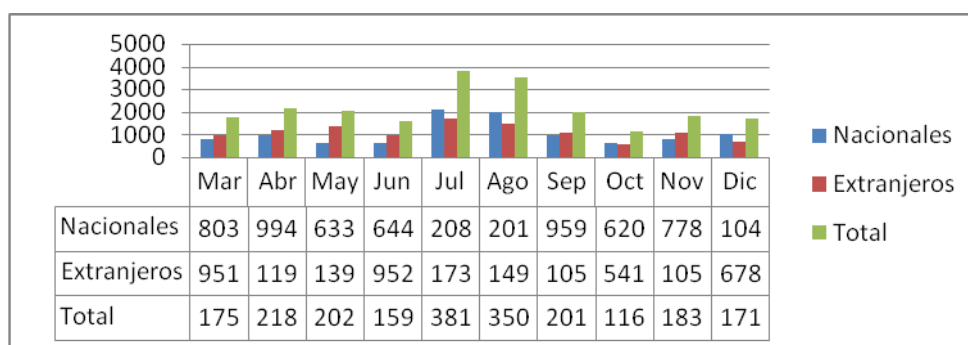
Para determinar la demanda histórica la presente investigación se sustentará en los datos estadísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo desde el mes de marzo de los años 2010 y 2011 respectivamente, en los cuales se empezó a fomentar la visita a la laguna del Quilotoa cantón Zumbahua.

**Cuadro No. 2: Datos de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa en el 2010**

| 2010               | Mar  | Abr  | May  | Jun  | Jul  | Ago  | Sep  | Oct  | Nov  | Dic  |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Nacionales</b>  | 803  | 994  | 633  | 644  | 2085 | 2015 | 959  | 620  | 778  | 1040 |
| <b>Extranjeros</b> | 951  | 1191 | 1392 | 952  | 1731 | 1493 | 1053 | 541  | 1057 | 678  |
| <b>Total</b>       | 1754 | 2185 | 2025 | 1596 | 3816 | 3508 | 2012 | 1161 | 1835 | 1718 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

**Gráfico No. 9: Visitas históricas laguna del Quilotoa en el 2010**



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

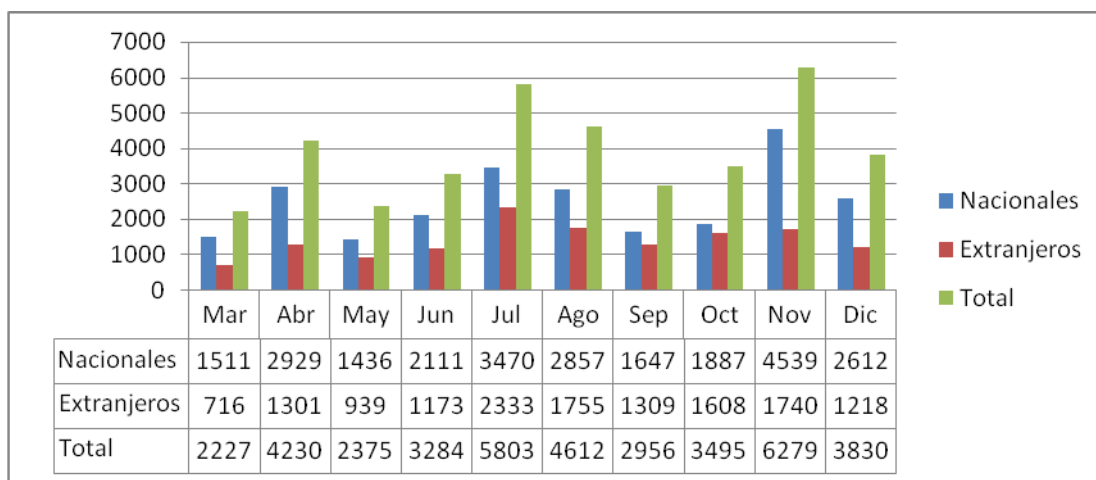
**Cuadro No. 3: Datos de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa en el 2011**

| 2011               | Mar  | Abr  | May  | Jun  | Jul  | Ago  | Sep  | Oct  | Nov  | Dic  |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Nacionales</b>  | 1511 | 2929 | 1436 | 2111 | 3470 | 2857 | 1647 | 1887 | 4539 | 2612 |
| <b>Extranjeros</b> | 716  | 1301 | 939  | 1173 | 2333 | 1755 | 1309 | 1608 | 1740 | 1218 |
| <b>Total</b>       | 2227 | 4230 | 2375 | 3284 | 5803 | 4612 | 2956 | 3495 | 6279 | 3830 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

(ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2011)

**Gráfico No. 10: Visitas históricas laguna del Quilotoa en el 2011**



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Como se puede observar, la proyección de los turistas tanto nacionales y extranjeros que visita frecuentemente la laguna del volcán Quilotoa ha ido incrementando y disminuyendo, por lo tanto, al implementar un proyecto solo se incrementarán las visitas debido a que nuestro complejo turístico será nuevo y ofrecerá servicios muy novedoso, con ello atraeremos más turistas, lo cual permitirá alcanzar el éxito para este proyecto y así obtener buenos ingresos tanto propios como para el país.

### Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se la hará a través de regresiones lineales utilizando los datos obtenidos del Ministerio de Turismo del Ecuador del año 2010 y 2011.

**Cuadro No. 4: Significado de las variables.**

| VARIABLE | SIGNIFICADO   |
|----------|---|
| Y        | Total de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Quilotoa- |
| X        | Coficiente de orden   |
| A        | Variable 1 de la ecuación   |
| B        | Variable 2 de la ecuación   |
| $X^2$    | Coficiente de orden al cuadrado                                     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

(ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010-2011)

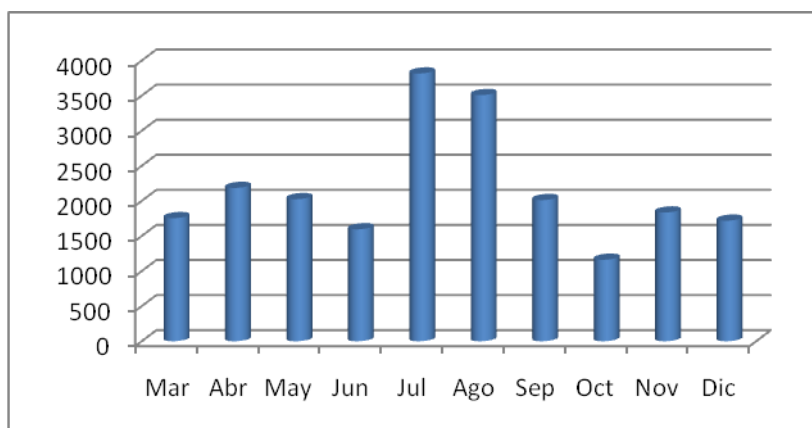
**Cuadro No. 5: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2010**

| DEMANDA 2010 |            |       |
|--------------|------------|-------|
|              |            | Y     |
| 1            | Marzo      | 1754  |
| 2            | Abril      | 2185  |
| 3            | Mayo       | 2025  |
| 4            | Junio      | 1596  |
| 5            | Julio      | 3816  |
| 6            | Agosto     | 3508  |
| 7            | Septiembre | 2012  |
| 8            | Octubre    | 1161  |
| 9            | Noviembre  | 1835  |
| 10           | Diciembre  | 1718  |
|              |            | 21610 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

(ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)

**Gráfico No. 11: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2010**



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 6: Demanda de las visitas turísticas a la laguna del Quilotoa 2011**

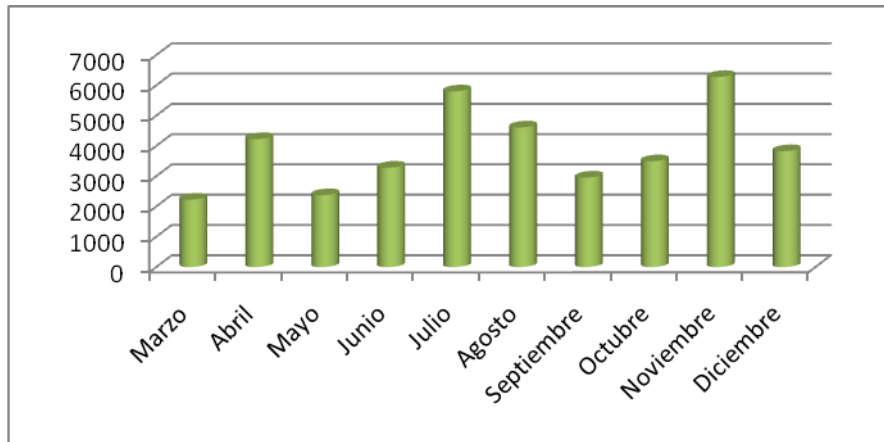
| Demanda 2011 |            |       |
|--------------|------------|-------|
|              | Meses      | Y     |
| 1            | Marzo      | 2227  |
| 2            | Abril      | 4230  |
| 3            | Mayo       | 2375  |
| 4            | Junio      | 3284  |
| 5            | Julio      | 5803  |
| 6            | Agosto     | 4612  |
| 7            | Septiembre | 2956  |
| 8            | Octubre    | 3495  |
| 9            | Noviembre  | 6279  |
| 10           | Diciembre  | 3830  |
|              |            | 39091 |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

(ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2011)



**Gráfico No. 12: Demanda de turistas que visitan la laguna del volcán Quilotoa  
2011**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.5. Métodos de proyección de la demanda

Para la proyección, se utiliza el método de regresión lineal por mínimos cuadrados bajo las siguientes formulas:

1.  $\sum y = a.N + b \sum x$
2.  $\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$
3.  $Y = a.bx$

**Cuadro No. 7: Cálculos para la proyección de la demanda**

|      | y     | X  | y     | x <sup>2</sup> | xy     |
|------|-------|----|-------|----------------|--------|
| 2010 | 21610 | -1 | 21610 | 1              | -21610 |
| 2011 | 39091 | 1  | 39091 | 1              | 39091  |
|      | 60701 | 0  | 60701 | 2              | 17481  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

(Urbina, Evaluación de proyectos, 2007)

$$\sum y = a.N + b \sum x$$

$$60701 = 2a + (0)b$$

$$\frac{60701}{2} = a$$

$$a = 30350.50$$

$$\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$17481 = a(0) + 2b$$

$$\frac{17481}{2} = b$$

$$b = 8740.50$$

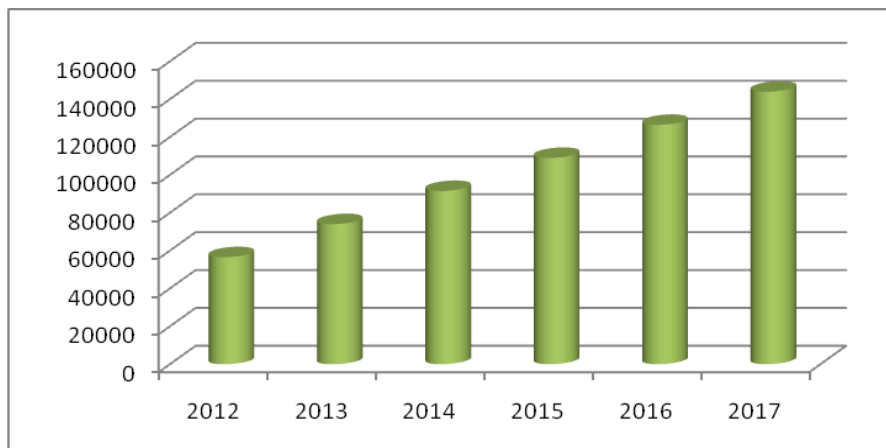
**Demanda potencial proyectada:  $Y = a.bx$**

**Cuadro No. 8: Demanda proyectada de las visitas a la laguna del volcán Quilotoa**

| año  | Demanda proyecta |
|------|------------------|
| 2012 | 56572            |
| 2013 | 74053            |
| 2014 | 91534            |
| 2015 | 109015           |
| 2016 | 126496           |
| 2017 | 143977           |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Gráfico No. 13: Demanda Proyectada**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.6. Análisis de la oferta

La oferta está constituida por la competencia y servicios sustitutos del presente proyecto.

### 2.6.1. Clasificación

La oferta del presente proyecto está dada por los siguientes servicios:

**Cuadro No. 9: Servicios “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”**

| SERVICIOS   |                         |
|-------------|-------------------------|
| Alojamiento | Servicio de hidromasaje |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### 2.6.2. Factores que afectan a la oferta

La oferta está principalmente afectada por los factores macroeconómicos de crecimiento como: la inflación, la Población Económicamente Activa, el desempleo, el turismo nacional e internacional y la estabilidad económica en sí.

Para el Complejo Turístico en estudio, los factores principales que afectarán la oferta serán las regularizaciones estatales en lo que refiere a la política macroeconómica.

### 2.6.3. La oferta actual

Está dada por los diferentes centros recreacionales existentes en el sector, esto es, la competencia directa o indirecta.

Los servicios que ofrece la competencia, principalmente son: habitaciones poco confortables, áreas para que cada turista prepare sus propios alimentos y zonas de camping. Al realizar un recorrido por sus instalaciones observamos los servicios que brindan, se puede observar que las instalaciones no están tan equipadas para poder satisfacer por completo las necesidades de los clientes (Urbina, Evaluación de proyectos, 2007).

**Cuadro No. 10: Costos de habitaciones año 2010 y 2011**

| <b>COSTOS POR PERSONA POR CADA HABITACIÓN</b> |                         |                          |                                       |                              |
|---|-------------------------|--------------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| <b>TIPOS DE HABITACION</b>                    | <b>CABAÑAS QUILOTOA</b> | <b>HOSTAL MAMA HILDA</b> | <b>HOSTERIA QUILOTOA KRATER LODGE</b> |                              |
| <b>HABITACIÓN SIMPLE</b>                      | 30,00                   | 40,00                    | 50,00                                 |                              |
| <b>HABITACIÓN DOBLE</b>                       | 25,00                   | 36,00                    | 45,00                                 |                              |
| <b>HABITACIÓN TRIPLE</b>                      | 20,00                   | 30,00                    | 35,00                                 | Costo promedio de habitación |
| <b>PROMEDIO</b>                               | 25,00                   | 35,33                    | 43,33                                 | 34,56                        |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 11: Visitantes enfocados a plazas existentes 2010**

| <b>VISITANTES DEACUERDO CON PLAZAS EXISTENTES 2010</b> |                                     |                                      |   |              |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|---|--------------|
| <b>NUMERO DE PERSONAS</b>                              | <b>CABAÑAS QUILOTOA (55 PLAZAS)</b> | <b>HOSTAL MAMA HILDA (38 PLAZAS)</b> | <b>HOSTERIA QUILOTOA KRATER LODGE (19 PLAZAS)</b> | <b>TOTAL</b> |
| MARZO  | 750                                 | 570                                  | 90  | 1410         |
| ABRIL  | 870                                 | 330                                  | 150   | 1350         |
| MAYO   | 870                                 | 450                                  | 210   | 1530         |
| JUNIO  | 960                                 | 450                                  | 270   | 1680         |
| JULIO  | 1050                                | 540                                  | 300   | 1890         |
| AGOSTO   | 1110                                | 600                                  | 360   | 2070         |
| SEPTIEMBRE   | 1200                                | 600                                  | 450   | 2250         |
| OCTUBRE  | 1290                                | 870                                  | 450   | 2610         |
| NOVIEMBRE  | 1320                                | 900                                  | 540   | 2760         |
| DICIEMBRE  | 1320                                | 930                                  | 540   | 2790         |
| <b>VISITA ANUAL</b>                                    | <b>10740</b>                        | <b>6240</b>                          | <b>3360</b>                                       | <b>20340</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 12: Oferta año 2010**

| <b>OFERTA 2010</b> |                                  |
|--------------------|----------------------------------|
| <b>MESES 2010</b>  | <b>TOTAL TURISTAS HOSPEDADOS</b> |
| <b>MARZO</b>       | 1410                             |
| <b>ABRIL</b>       | 1350                             |
| <b>MAYO</b>        | 1530                             |
| <b>JUNIO</b>       | 1680                             |
| <b>JULIO</b>       | 1890                             |
| <b>AGOSTO</b>      | 2070                             |
| <b>SEPTIEMBRE</b>  | 2250                             |
| <b>OCTUBRE</b>     | 2610                             |
| <b>NOVIEMBRE</b>   | 2760                             |
| <b>DICIEMBRE</b>   | 2790                             |
|                    | 20340                            |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 13: Visitantes enfocados a plazas existentes 2011**

| <b>VISITANTES DEACUERDO CON PLAZAS EXISTENTES 2011</b> |                                     |                                      |   |              |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|---|--------------|
| <b>NUMERO DE PERSONAS</b>                              | <b>CABAÑAS QUILOTOA (55 PLAZAS)</b> | <b>HOSTAL MAMA HILDA (38 PLAZAS)</b> | <b>HOSTERIA QUILOTOA KRATER LODGE (19 PLAZAS)</b> | <b>TOTAL</b> |
| <b>MARZO</b>   | 810                                 | 450                                  | 150   | 1410         |
| <b>ABRIL</b>   | 990                                 | 510                                  | 210   | 1710         |
| <b>MAYO</b>  | 990                                 | 600                                  | 270   | 1860         |
| <b>JUNIO</b>   | 1050                                | 750                                  | 330   | 2130         |
| <b>JULIO</b>   | 1170                                | 870                                  | 330   | 2370         |
| <b>AGOSTO</b>  | 1200                                | 900                                  | 420   | 2520         |
| <b>SEPTIEMBRE</b>                                      | 1290                                | 990                                  | 480   | 2760         |
| <b>OCTUBRE</b>   | 1440                                | 1080                                 | 540   | 3060         |
| <b>NOVIEMBRE</b>                                       | 1470                                | 1080                                 | 570   | 3120         |
| <b>DICIEMBRE</b>                                       | 1590                                | 1140                                 | 570   | 3300         |
| <b>VISITA ANUAL</b>                                    | <b>12000</b>                        | <b>8370</b>                          | <b>3870</b>                                       | <b>24240</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 14: Oferta año 2011**

| OFERTA 2011 |                              |
|-------------|------------------------------|
| MESES 2011  | TOTAL TURISTAS<br>HOSPEDADOS |
| MARZO       | 1410                         |
| ABRIL       | 1710                         |
| MAYO        | 1860                         |
| JUNIO       | 2130                         |
| JULIO       | 2370                         |
| AGOSTO      | 2520                         |
| SEPTIEMBRE  | 2760                         |
| OCTUBRE     | 3060                         |
| NOVIEMBRE   | 3120                         |
| DICIEMBRE   | 3300                         |
|             | 24240                        |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

La mayoría de lugares de hospedajes ofertan servicios que son muy usuales en cualquier parte del país, lo cual hace que los turistas no se incentiven por visitar dichos lugares, por ello nosotros ofreceremos un valor agregado adicional a nuestro complejo turístico, lo cual permitirá captar mayor parte de turistas que posee nuestras competencia.

A su vez según las el análisis realizado podemos observar que si existe gran cantidad de afluencia en cada mes a la laguna del volcán Quilotoa, lo cual indica que nuestro complejo turístico tendrá acogida por parte del turismo nacional e internacional.

#### **2.6.4. Oferta proyectada**

Dónde:

a= 22290

b= 1950

La proyección para el presente proyecto será hasta el año 2017

**Cuadro No. 15: Cálculo para la proyección de la oferta.**

|      |       | x  | y        | xy     | x <sup>2</sup> |
|------|-------|----|----------|--------|----------------|
| 2010 | 20340 | -1 | 20340    | -20340 | 1              |
| 2011 | 24240 | 1  | 24240,00 | 24240  | 1              |
|      |       | 0  | 44580    | 3900   | 2              |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 16: Oferta proyectada**

| Oferta Proyectada |       |
|-------------------|-------|
| 2012              | 28140 |
| 2013              | 32040 |
| 2014              | 35940 |
| 2015              | 39840 |
| 2016              | 43740 |
| 2017              | 47640 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.7. Demanda insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

La demanda insatisfecha es el resultado de restar la demanda y su proyección de la oferta proyectada, estos datos se resumen en la siguiente tabla:

**Cuadro No. 17: Demanda insatisfecha**

| DEMANDA INSATISFECHA |         |        |                      |
|----------------------|---------|--------|----------------------|
| AÑO                  | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
| 2012                 | 56572   | 28140  | 28432                |
| 2013                 | 74053   | 32040  | 42013                |
| 2014                 | 91534   | 35940  | 55594                |
| 2015                 | 109015  | 39840  | 69175                |
| 2016                 | 126496  | 43740  | 82756                |
| 2017                 | 143977  | 47640  | 96337                |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### 2.7.1. Encuesta

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos de información por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

A continuación se detalla la encuesta realizada a turistas tanto nacionales e internacionales que visitan la laguna de Volcán Quilotoa, con la finalidad de conocer que servicios son los que más preferirían tener dentro de un complejo turístico y a su vez determinar cuánto estarían dispuestos a pagar por cada uno de los servicios(gestiopolis, 2009).



### 2.7.1.1. Modelo de encuesta

#### ENCUESTA

**INTRODUCCIÓN:** COMO ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA NOS ENCONTRAMOS REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN PARA UN PROYECTO SOBRE LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURISTICO EN LA LAGUNA DEL VOLCÁN QUILOTOA EN LA PROVINCIA DEL COTOPAXI.

LOS DATOS E INFORMACIÓN OBTENIDOS EN ÉSTA ENCUESTA SON EXCLUSIVAMENTE CONFIDENCIALES PARA EL USUARIO.

**INSTRUCTIVO:** SE SOLICITA RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN:

Procedencia (país o provincia): \_\_\_\_\_

Edad:

- a. Menores de 18 años
- b. 18-28 años
- c. 29-38 años
- d. 39-48 años
- e. 49-58 años
- f. 58 años en adelante

Sexo: M  F

1. ¿Con qué frecuencia viaja a lugares turísticos al año?

- a. Rara vez
- b. 2-3 veces
- c. 4-6 veces
- d. 6 o más veces

2. ¿Conoce usted la laguna del volcán Quilotoa?

Si  No

**SI RESPONDE SI, PASE A LA PREGUNTA CUATRO**

3. ¿Estaría usted interesado en visitar un nuevo lugar de distracción en la laguna del volcán Quilotoa?

Si  No

4. ¿Cuáles son los servicios que usted utilizaría cuando va a la laguna del volcán Quilotoa?

Alojamiento  Alimentación  Excursiones y Camping

5. ¿Cuántas veces ha visitado usted la laguna del volcán Quilotoa en un año?

1-3 veces  4-6 veces  o más  Ninguna

6. ¿Asistiría usted a un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa, el cual le ofrecerá excelentes servicios?

Si  No

7. ¿De los siguientes servicios elija cual(es) de ellos le gustaría que exista(n) en un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa,

|                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| Hospedaje               | <input type="checkbox"/> |
| Restaurante             | <input type="checkbox"/> |
| Juegos recreativos      | <input type="checkbox"/> |
| Jardines botánicos      | <input type="checkbox"/> |
| Canchas múltiples       | <input type="checkbox"/> |
| Zona Wi-fi              | <input type="checkbox"/> |
| Servicio de hidromasaje | <input type="checkbox"/> |
| Caminatas guiadas       | <input type="checkbox"/> |
|                         | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Cuándo usted sale a un complejo turístico habitualmente qué tiempo se queda?

1 día

2 días

Más de 2 días

9. De los servicios elegidos por usted en la pregunta 7. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por persona?

| CONCEPTO                | USD \$. |
|-------------------------|---------|
| Hospedaje               |         |
| Restaurante             |         |
| Juegos recreativos      |         |
| Jardines botánicos      |         |
| Canchas múltiples       |         |
| Zona Wi-fi              |         |
| Servicio de hidromasaje |         |
| Caminatas guiadas       |         |

10. ¿Habitualmente cuántas personas viajan con usted cuando asiste a un complejo turístico?

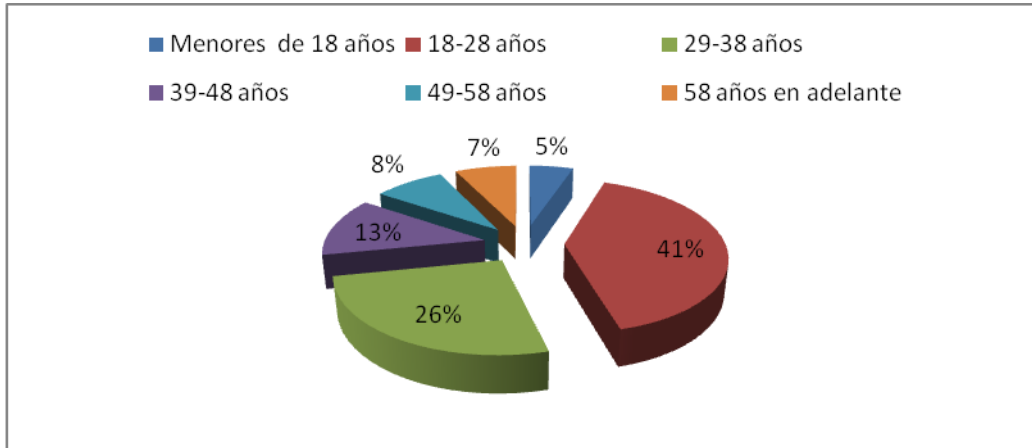
1-2 personas  4-6 personas  Más de 6 personas

11. ¿Ayúdenos indicando de cuánto son sus ingresos mensuales aproximadamente?

## Tabulación de la encuesta

✚ Promedio de edad de turistas en la laguna del volcán Quilotoa.

**Gráfico No. 13: Promedio de edad de turistas en la laguna del volcán Quilotoa**

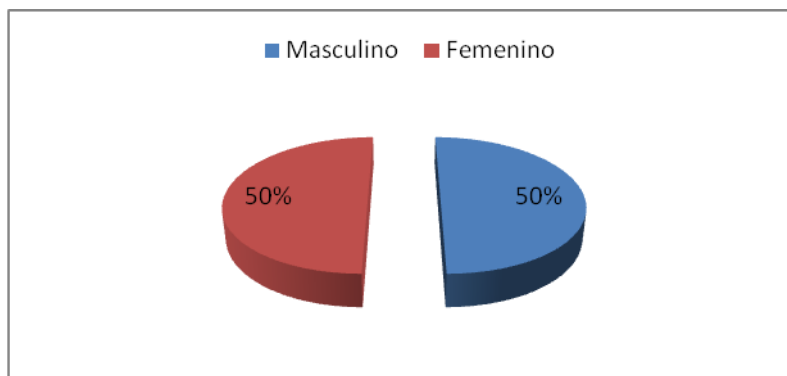


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Con la encuesta elaborada podemos determinar que la mayor afluencia de turistas que visitan la laguna del volcán Quilotoa oscila entre 18-28 años con un 41%, seguidos de personas entre 29-38 años con 26%, 39-48 años con 13%, 49-58 años con 8%, 58 años en adelante con 7% y con un 5% personas menores de 18 años.

Por lo tanto se estima que la mayor cantidad de turistas que visiten nuestro complejo turístico tengan edades entre 18 y 28 años.

**Gráfico No. 14: Cantidad de hombres y mujeres que visitan la laguna del volcán Quilotoa**

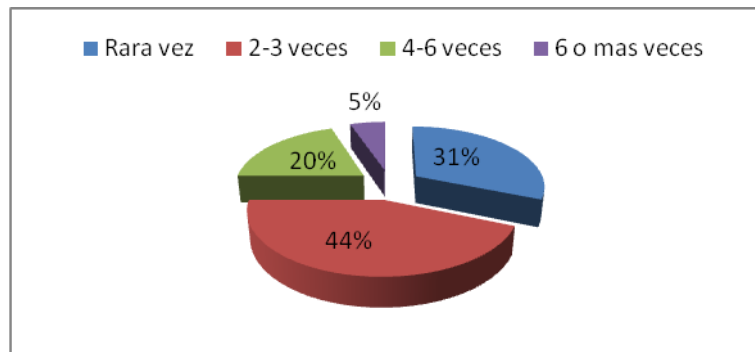


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Según la gráfica podemos conocer que en 50% visitan tanto hombres y mujeres la laguna del volcán Quilotoa.

1. ¿Con qué frecuencia viaja a lugares turísticos al año?

**Gráfico No. 15: Frecuencia que viajan a lugares turísticos al año**



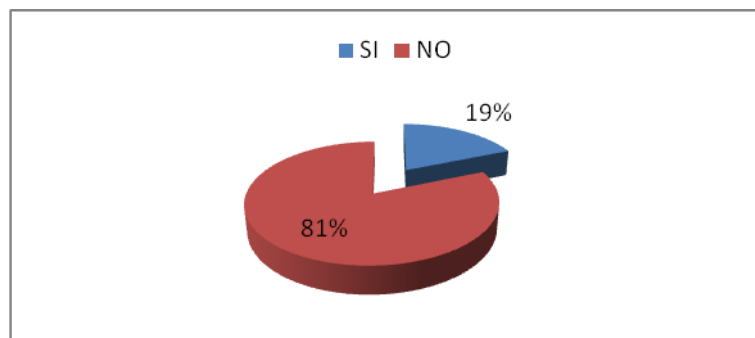
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Podemos determinar que el 44% de turistas visitan un lugar turístico máximo de 2-3 veces al año, el 31% visita rara vez un determinado lugar, el 20% visita un destino turístico de 4-6 veces al año, seguido de un 5% que viajan más de 6 veces al año.

2. ¿Conoce usted la laguna del volcán Quilotoa?

**Gráfico No. 16: Conoce usted la laguna del volcán Quilotoa**



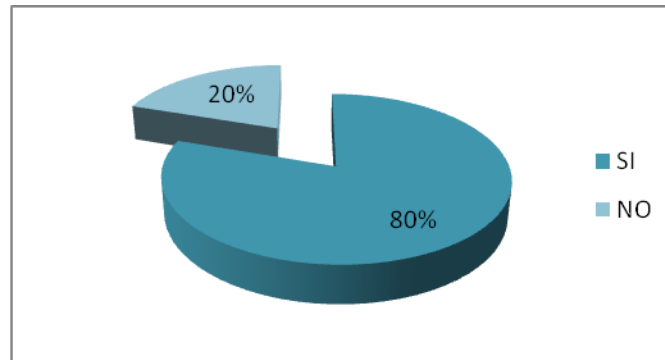
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Como muestra la gráfica podemos observar que el 81% de personas no conocen la laguna del volcán Quilotoa y un 19% si la conoce, por ello, nuestro proyecto si sería factible llevarlo a cabo, ya que el 81% de personas si les interesaría visitarlo.

3. ¿Estaría usted interesado en visitar un nuevo lugar de distracción en la laguna del volcán Quilotoa?

**Gráfico No. 17: ¿Estaría usted interesado en visitar un nuevo lugar de distracción en la laguna del volcán Quilotoa?**

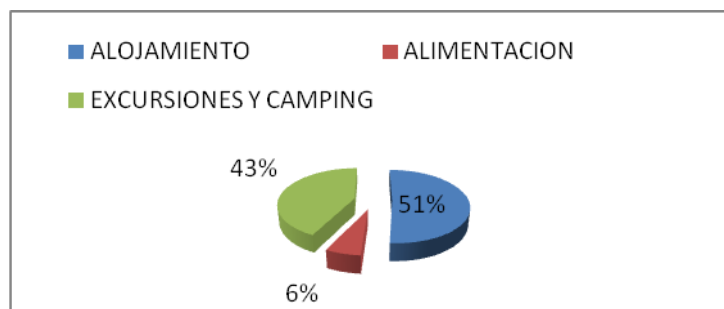


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** El 80% de las personas que respondieron la encuesta, si les interesa conocer la laguna del volcán Quilotoa y al restante no, por ello, nuestro proyecto si será factible al momento de ponerlo en marcha.

4. ¿Cuáles son los servicios que usted utilizaría cuando va a la laguna del volcán Quilotoa?

**Gráfico No. 18: ¿Cuáles son los servicios que usted utilizaría cuando va a la laguna del volcán Quilotoa?**

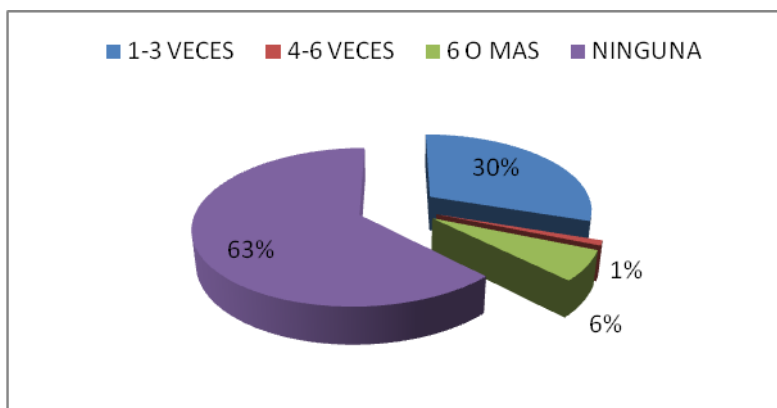


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** El 51% de turistas prefieren el alojamiento en un complejo turístico, seguido de un 43% que prefiere excursiones y camping y a un 6% les interesa la alimentación, por ello, nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa contará con estos servicios entre otros

5. ¿Cuántas veces ha visitado usted la laguna del volcán Quilotoa en un año?

**Gráfico No. 19: ¿Cuántas veces ha visitado usted la laguna del volcán Quilotoa en un año?**

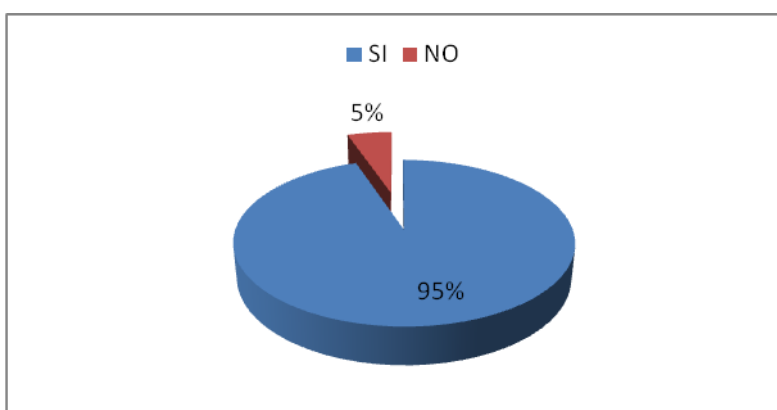


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Como podemos observar en la gráfica el 63% no conoce la laguna del volcán Quilotoa, lo cual nos permitirá tratar de acoger esa cantidad de turistas para que visiten nuestro complejo turístico, y los porcentajes restantes han visitado ya la laguna del volcán Quilotoa pero aún no han podido satisfacer sus necesidades.

6. ¿Asistiría usted a un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa, el cual le ofrecerá excelentes servicios?

**Gráfico No. 20: ¿Asistiría usted a un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa, el cual le ofrecerá excelentes servicios?**

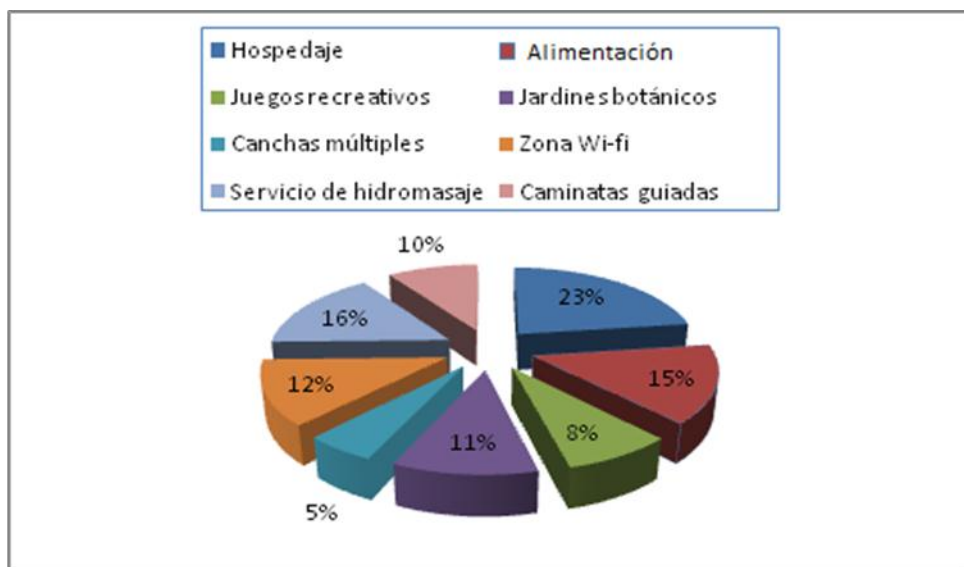


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Debido a que nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa ofrecerá mejores servicios comparados con los de nuestra competencia, podremos captar el 95% de las personas que esperan nuevos servicios y tratar de llamar la atención del 5% restante.

7. ¿De los siguientes servicios elija cual(es) de ellos le gustaría que exista(n) en un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa?

**Gráfico No. 21: ¿De los siguientes servicios elija cual(es) de ellos le gustaría que exista(n) en un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa?**



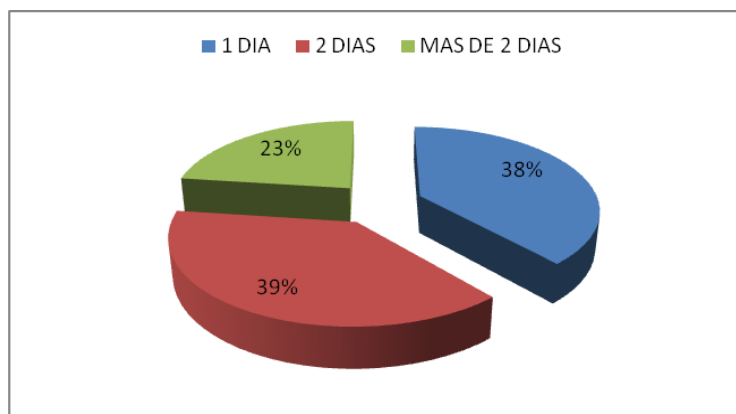
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Como podemos observar, a las personas encuestadas se les presento ocho opciones de las cuales hemos escogido las tres que mayor demanda van a tener por los turistas dando como resultado: con un 23% el hospedaje, con el 16% el servicio de hidromasaje y con 15% alimentación la cual será ofrecida un servicio de catering el mismo que tendrá que adecuar el área establecida para alimentación así mismo tendrá que establecer el menú para la presentación de los mismos, por ello, estos tres servicios se implementarán en nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa.



8. ¿Cuándo usted sale a un complejo turístico habitualmente qué tiempo se queda?

**Gráfico No. 22: ¿Cuándo usted sale a un complejo turístico habitualmente qué tiempo se queda?**

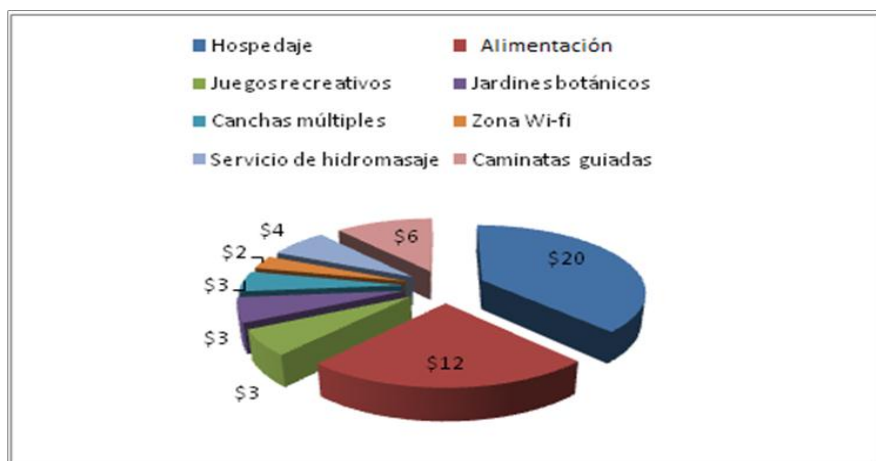


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Podemos observar que el 39% se queda en un complejo turístico dos días, el 38% un día y el 23% más de dos días, por ello, podemos determinar que nuestro servicio de alojamiento tendrá gran acogida por parte de turistas tanto nacionales como extranjeros.

9. De los servicios elegidos por usted en la pregunta 7. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por persona?

**Gráfico No. 23: De los servicios elegidos por usted en la pregunta 7. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por persona?**

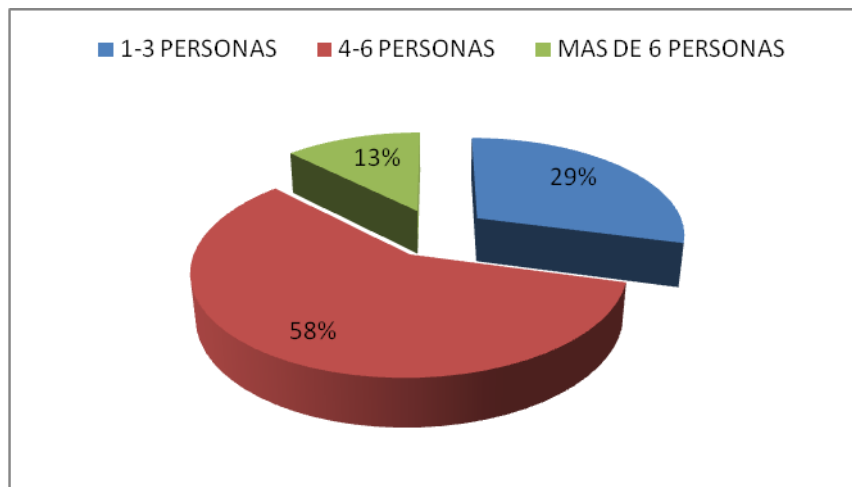


Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Análisis:** Como podemos observar, a las personas encuestadas se les presento ocho opciones de las cuales hemos escogido las tres que mayor demanda van a tener por los turistas, a su vez se les pregunto cuánto están dispuestas a pagar por persona, dando como resultado: Por el hospedaje \$20, servicio de hidromasaje \$4 y con respecto a la alimentación el servicio de catering es el que implementará los precios de acuerdo al plato que preparen y a los ingredientes utilizados en la preparación de los mismos, por ello, estos tres servicios se implementarán en nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa.

10. ¿Habitualmente cuántas personas viajan con usted cuando asiste a un complejo turístico?

**Gráfico No. 24: ¿Habitualmente cuántas personas viajan con usted cuando asiste a un complejo turístico?**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Los autores

**Análisis:** Podemos determinar que en la mayoría de viajes las personas van en un 58% de 4-6 personas, en un 29% 1-3 personas y en 13% más de 6 personas, lo cual, nos da a conocer que a nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa será visitado por un número moderado de turistas.

11. ¿Indique de cuánto son sus ingresos mensuales aproximadamente?

**Análisis:** Los ingresos de las personas encuestadas están en un promedio de \$1000

## 2.8. Participación en el mercado

### 2.8.1. Cálculo de la tasa de crecimiento en del mercado (ANUAL)

Para el cálculo de la tasa de crecimiento del complejo turístico en el mercado, tomamos los totales de la demanda del año 2011 y 2010 conforme consta en los cuadros No: 5 y 6 del capítulo 2.

**Cuadro No. 18: Calculo tasa crecimiento en el mercado**

|              | DEMANDA<br>TURISTAS EN EL<br>2011 | DEMANDA<br>DETURISTAS EN<br>EL 2010 |
|--------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>39.091</b>                     | <b>21.610</b>                       |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$TC = \frac{\text{Demanda turistas 2011} - \text{Demanda turistas 2010}}{\text{Demanda turistas 2010}}$$

$$TC = \frac{39.091 - 21.610}{21.610} = 0.8\%$$

**Cuadro No. 19: Promedio de personas que visitan a nuestra competencia**

| <b>PROMEDIO DE PERSONAS QUE VISITAN LAS INTALACIONES DE NUESTRA COMPETENCIA (DIAS)</b> |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>HOSPEDAJE</b>   | <b>CAPACIDAD<br/>INSTALACIONES<br/>(PERSONAS)</b> | <b>No. Máximo de<br/>personas que asisten al<br/>día</b> | <b>No. Mínimo de<br/>personas que asisten al<br/>día</b> |
| <b>HOTERÍA<br/>QUILOTOA KRATER<br/>LODGE</b>   | 40  | 33   | 25   |
| <b>CABAÑAS<br/>QUILOTOA</b>  | 33  | 27   | 12   |
| <b>HOSTAL MAMA<br/>HILDA</b>   | 24  | 19   | 8  |

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**

El número de personas que visitaran nuestro complejo turístico se lo obtuvo del promedio de las personas que visitan al día la HOTERÍA QUILOTOA KRATER LODGE, CABAÑAS QUILOTOA y HOSTAL MAMA HILDA, las cuales hemos elegido para el presente estudio.

### **2.8.2. Participación de los lugares de hospedaje en el mercado**

Para la obtención de los porcentajes de participación de las empresas en el mercado, hemos tomado el número de turistas que visitan cada una de las hosterías al día y las hemos multiplicado por los 365 días del año.

Obteniendo así el porcentaje mediante una regla de 3, dando como resultado que el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” tendrá una participación del 24.76%

**Cuadro No. 20: Participación relativa de la empresa**

| <b>PARTICIPACIÓN RELATIVA DE LA EMPRESA (%)</b> |   |  |
|---|---|--|
| <b>HOSPEDAJE</b>                                | <b>NUMERO ESTIMADO DE PERSONAS QUE VISITARAN LAS INSTALACIONES AÑO 2012</b> | <b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (%)</b> |
| <b>HOTERÍA QUILOTOA KRATER LODGE</b>            | 12045   | 31,42%                                 |
| <b>CABAÑAS QUILOTOA</b>                         | 9855  | 25,71%                                 |
| <b>HOSTAL MAMA HILDA</b>                        | 6935  | 18,11%                                 |
| <b>COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA</b>      | 9490  | 24,76%                                 |
| <b>TOTAL</b>                                    | 38325   | 100%                                   |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**PARTICIPACIÓN RELATIVA**

$$= \frac{\text{PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO}}{\text{PARTICIPACIÓN MAYOR COMPETIDOR}}$$

$$PARTICIPACIÓN RELATIVA = \frac{9490}{12045} = 0,7$$

## MATRIZ BCG

Gráfico No. 25: Matriz BCG



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

Como podemos observar en la gráfica al implementar nuestro proyecto tendremos al principio baja participación y pocos ingresos.

### 2.9. Demanda efectiva

Una vez elaboradas las encuestas podemos determinar con exactitud qué cantidad de turistas nacionales y extranjeros visitarán las instalaciones de nuestro complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa.

Para obtener la demanda efectiva obtuvimos el 95% de los valores de la demanda potencial del cuadro No.7, este valor los obtuvimos de la respuesta de la pregunta número 6 de la encuesta que dice: ¿Asistiría usted a un complejo turístico en la laguna del volcán Quilotoa, el cual le ofrecerá excelentes servicios?

El resultado de esta pregunta indico que el 95% de las personas que visitan la laguna del volcán Quilotoa asistirán al complejo turístico, obteniendo así:

**Cuadro No. 21: Demanda efectiva**

| Año  | Demanda efectiva |
|------|------------------|
| 2012 | 53743            |
| 2013 | 70350            |
| 2014 | 86957            |
| 2015 | 103564           |
| 2016 | 120171           |
| 2017 | 136778           |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.10. Oferta proyectada

**Cuadro No. 22: Oferta proyectada**

| Año  | Oferta<br>Proyectada |
|------|----------------------|
| 2012 | 28140                |
| 2013 | 32040                |
| 2014 | 35940                |
| 2015 | 39840                |
| 2016 | 43740                |
| 2017 | 47640                |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.11. Demanda insatisfecha

**Cuadro No. 23: Demanda insatisfecha**

| DEMANDA INSATISFECHA EFECTIVA |                  |        |                      |  |
|-------------------------------|------------------|--------|----------------------|--|
| AÑO                           | DEMANDA EFECTIVA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA | PORCENTAJE DEMANDA INSATISFECHA QUE ATENDERÁ EL PROYECTO (%) |
| 2012                          | 53743            | 28140  | 25603                | 90   |
| 2013                          | 70350            | 32040  | 38310                | 91   |
| 2014                          | 86957            | 35940  | 51017                | 92   |
| 2015                          | 103564           | 39840  | 63724                | 92   |
| 2016                          | 120171           | 43740  | 76431                | 92   |
| 2017                          | 136778           | 47640  | 89138                | 93   |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 2.12. FODA

**Cuadro No. 24: Fortalezas de la empresa**

| N° | FORTALEZAS                                       |
|----|--|
| F1 | Personal administrativo y de servicio capacitado |
| F2 | Buena atención al cliente.                       |
| F3 | Precios accesibles                               |
| F4 | Buena relación con los proveedores               |

**Elaborado por: Los autores**

**Cuadro No. 25: Oportunidades de la empresa**

| N° | OPORTUNIDADES  |
|----|--|
| O1 | Ingresar en un nuevo segmento de mercado                       |
| O2 | Incrementar la cantidad de turistas                            |
| O3 | Lanzar campañas novedosas de publicidad del Complejo Turístico |
| O4 | Implementar nuevos servicios.                                  |

**Elaborado por: Los autores**

**Cuadro No. 26: Debilidades de la empresa**

| N° | DEBILIDADES  |
|----|--|
| D1 | Falta de publicidad y promoción de los servicios                         |
| D2 | Establecer promociones para los turistas.                                |
| D3 | Mal funcionamiento de las instalaciones que ofrece el complejo turístico |
| D4 | Carencia de transporte hacia el complejo turístico                       |

**Elaborado por: Los autores**



**Cuadro No. 27: Amenazas de la empresa**

| N° | AMENAZAS                                      |
|----|---|
| A1 | Precios muy bajos por parte de la competencia |
| A2 | Mal estado de vías de acceso                  |
| A3 | Mayor competencia                             |
| A4 | Mala atención por parte de los empleados      |

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 28: Marketing mix**

|    |  | OPORTUNIDADES  | AMENAZAS  |
|----|--|--|---|
|    |  | O1. Ingresar en un nuevo segmento de mercado   | A1. Precios muy bajos por parte de la competencia                                     |
|    |  | O2. Incrementar la cantidad de turistas  | A2. Mayor competencia   |
|    |  | O3. Lanzar campañas novedosas de publicidad del Complejo Turístico                         | A3. Mal estado del ingreso al Complejo Turístico                                      |
|    |  | O4. Implementar nuevos servicios.  | A4. Mala atención por parte de los empleados  |
| No | FORTALEZAS   | ESTRATEGIA FO  | ESTRATEGIA FA   |
| F1 | Personal administrativo y de servicio capacitado                         | Establecer programas de capacitación al cliente  | Brindar mayor comodidad a costos reducidos  |
| F2 | Buena atención al cliente  | Establecer un reglamento de atención al cliente  | Establecer servicios novedosos los cuales ayuden a captar la atención de más clientes |
| F3 | Precios accesibles   | Establecer promociones para los que visitan el complejo turístico                          | Establecer contactos con el Ministerio de Obras Públicas.                             |
| F4 | Buena relación con los proveedores                                       | Elaborar estudios para determinar si el cliente está satisfecho con el servicio            | Compensaciones a los empleados que mejor se desempeñen en su trabajo                  |
| No | DEBILIDADES  | ESTRATEGIA DO  | ESTRATEGIA DA   |
| D1 | Falta de publicidad y promoción de los servicios                         | Buscar métodos de publicidad eficientes  | Establecer estrategias de marketing   |
| D2 | Establecer promociones para los turistas.                                | Establecer promociones en fechas especiales  | Dar un valor agregado a las promociones que ofrezca la competencia                    |
| D3 | Mal funcionamiento de las instalaciones que ofrece el complejo turístico | Realizar planes de mantenimiento de las instalaciones                                      | Realizar control anual de vías de acceso e instalaciones del complejo turístico       |
| D4 | Carencia de transporte hacia el complejo turístico                       | Realizar estudios para verificar que nuevos servicios les interesarían a nuestros clientes | Elaborar encuestas o estudios para mejorar los servicios                              |

Elaborado por: Los autores

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

“El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente” (Evaluación de Proyectos, 2010).

Ese estudio nos permite analizar el tamaño, la organización, la inversión, la localización exacta para desarrollar el proyecto de modo que todos los recursos sean utilizados en su totalidad y obteniendo el mayor provecho de los mismos.

#### **3.1. Tamaño del proyecto**

“El tamaño óptimo de un proyecto es 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” (BACA URBINA, 2012).

### 3.2. Determinantes del tamaño del proyecto

**Cuadro No. 29: Personas que visitaría las instalaciones del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”**

| <b>PROMEDIO DE PERSONAS QUE VISITARÍA LAS INSTALACIONES DEL “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” (DIAS)</b> |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>HOSPEDAJE</b>   | <b>CAPACIDAD INSTALACIONES (PERSONAS)</b> | <b>No. Máximo de personas que asisten al día</b> | <b>No. Mínimo de personas que asisten al día</b> |
| <b>“COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”</b>   | 34  | 26   | 15   |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

Como podemos ver en el cuadro y en base al estudio de mercado realizado en el capítulo anterior podemos darnos cuenta que nuestro complejo cuenta con una oferta de 34 pax, por lo que hemos dividido de la siguiente manera:

- 2 habitaciones simples con capacidad total para 4 personas, la habitación esta adecuada con una cama doble, con veladores incorporados a la cama, un armario móvil y finalmente con un baño privado con todos los servicios, agua luz y tv cable.
- 3 habitaciones dobles con capacidad total para 4 personas esta habitación está comprendida por una cama doble y una litera, los veladores están incorporados a la cama, también cuenta con un armario móvil y un baño privado con todos los servicios, agua luz y tv cable.
- 3 habitaciones triples las mismas que tienen una capacidad para 6 personas estas habitaciones son de las más grandes ya que cuenta con una cama doble y 2 literas, los veladores de igual manera son incorporados a la cama y también cuenta con dos armarios móviles, y de igual manera con un baño privado con todos los servicios, agua luz y tv cable.

De esta manera también hemos determinado que como máximo por día podemos recibir a 34 turistas para llenar en su totalidad las plazas disponibles en nuestro

complejo, adicionalmente como mínimo para que nuestro complejo genere rentabilidad sin pérdida alguna determinamos según el estudio de mercado realizado que debemos diariamente tener un mínimo de 15 turistas.

### **3.3. Tecnología y los suministros e insumos**

La accesibilidad de factores tecnológicos es un punto a favor para la viabilidad y factibilidad de la construcción de nuestro complejo turístico, puesto que nos encontramos en un sitio al cual podemos tener fácil acceso a la maquinaria y demás instrumentos para la respectiva construcción e implementación del mismo.

Por otro lado con la finalidad de brindar mayor comodidad e innovación presentaremos un hidromasaje, el mismo que funciona mediante calefón industrial y este a su vez funcionará con gas industrial para el mejor funcionamiento de los hidromasajes.

Para un entretenimiento de los clientes también contamos con tv cable en cada habitación y en la sala de estar de nuestro complejo para de esta manera nuestros clientes tengan una variedad de distracciones.

### **3.4. Financiamiento**

Los recursos financieros, es el dinero que utiliza la empresa para llevar a cabo sus operaciones, es decir que son los recursos que utilizan para financiar las actividades empresariales, además de los recursos financieros la empresa cuenta con otros elementos como los recursos materiales, recursos financieros, recursos tecnológicos, recursos humanos o capital humano, e información.

Para el financiamiento de un proyecto, el primer aspecto a examinar son las posibles fuentes de financiamiento. Estas pueden ser:

### 3.5. Fuentes internas

Estas fuentes pueden ser por capital propio, el cual es aportado al inicio por medio de los capitalistas y responsables del proyecto.

**Cuadro No. 30: Aporte de Capital de Socios**

| FINANCIAMIENTO                                      |      |                      |
|---|------|----------------------|
| TIPO DE CAPITAL                                     |      | CANTIDAD             |
| <b>Capital Propio</b>                               |      | \$ 123,000.00        |
| Cristian Pujota                                     |      | \$ 30,000.00         |
| Diana Valencia                                      |      | \$ 32,000.00         |
| Socio 1   |      | \$ 30,000.00         |
| Socio 2   |      | \$ 31,000.00         |
| <b>Capital Externo ( Banco Nacional de Fomento)</b> |      | \$ 147,367.10        |
| <b>TOTAL DE FINANCIAMIENTOS</b>                     | 100% | <b>\$ 270,367.10</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

Como podemos ver en el cuadro las aportaciones por medio de las fuentes internas para nuestro proyecto tenemos 4 a accionistas los mismos que realizamos un aporte porcentual de aportes para de esta manera implementar, construir y poner en funcionamiento nuestro proyecto.

### 3.6. Fuentes externas

Estas fuentes se obtienen fuera del proyecto, a través de distintos mecanismos e instituciones. Las fuentes externas se pueden obtener por medio de mercado de capitales, bancos y, cooperación y desarrollo, que pueden ser:

#### 3.6.1. Mercado de capitales

Las necesidades de capital se resuelven, según los siguientes casos, ofreciendo participaciones en el negocio, existiendo para esto distintas alternativas y procedimientos según las circunstancias. Entre las más comunes tenemos: las acciones y Obligaciones o Bonos.

#### 3.6.2. Bancos e instituciones de fomento

A través de la banca se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo, que presenten condiciones adecuadas a las características del proyecto, y pueden

ser nacionales o extranjeros. También por medio de instituciones privadas en forma de créditos con proveedores y fabricantes de equipo.

### **3.6.3. Cooperación para el desarrollo**

Se puede obtener apoyo financiero a través de organismos internacionales que destinan recursos técnicos y financieros a países en desarrollo, los cuales demandan recursos para ejecutar proyectos de desarrollo.

A la Cooperación Internacional en la actualidad se le conoce como Cooperación para el Desarrollo, lo que comprende inversiones reembolsables y no reembolsables.

En la actualidad la Cooperación Internacional se enfoca hacia tres modalidades:

- **Ayuda Humanitaria:** ayuda contra el SIDA y drogas, ayuda a desplazados, refugiados y alimentaria.

### **Cooperación para acelerar el ritmo de desarrollo**

Mediante la transferencia de recursos y expertos en diversos campos.

- **Cooperación económica**

Ayuda al fortalecimiento de la capacidad institucional y que permita que el entorno económico sea más favorable a la inversión y al desarrollo. Algunos ejemplos de este tipo de apoyo son: Cooperación Científica, Tecnológica, Comercial, Industrial y Energética (Fácil, 2012).

Dentro del financiamiento la inversión inicial será muy representativa, es por esta razón que para financiar la ejecución de este proyecto es muy importante considerar cómo obtendremos el financiamiento y esto puede ser llevado a cabo a través de entidades financieras como el Banco Nacional de Fomento, la Corporación Financiera Nacional, y Banco del Pichincha u otros bancos que ayudan a la obtención de créditos para la implantación de proyectos que fomentan el turismo en nuestro país.

Adicionalmente aquí presentamos tres cotizaciones para la solicitud de un crédito:

### 3.7. Tipos de crédito

#### 3.7.1. Crédito directo de la Corporación Financiera Nacional

**Cuadro No. 31: Cuadro crédito CFN**

| <b>CRÉDITO DIRECTO</b>   |  |
|--------------------------|--|
| <b>BENEFICIARIO</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Personas naturales.</li><li>• Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías.</li><li>• Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica.</li></ul>   |
| <b>DESTINO</b>           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.</li><li>• Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.</li></ul>   |
| <b>MONTO</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Desde US. 50.000 a nivel nacional.</li><li>• Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)</li><li>• Hasta el 70%; para proyectos nuevos.</li><li>• Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.</li><li>• Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.</li></ul>                                  |
| <b>PLAZO</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Activo Fijo: hasta 10 años.</li><li>• Capital de Trabajo: hasta 3 años.</li></ul>  |
| <b>PERÍODO DE GRACIA</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.</li></ul>   |
| <b>TASAS DE INTERÉS</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%</li><li>• SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%</li><li>• SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%</li></ul>  |
| <b>REQUISITOS</b>        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.</li><li>• Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.</li><li>• Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.</li></ul> |

|                    |  |
|--------------------|--|
|                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.</li> <li>• Carta de pago de los impuestos.</li> <li>• Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.</li> <li>• Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.</li> <li>• Proformas de la maquinaria a adquirir.</li> <li>• Proformas de materia prima e insumos a adquirir.</li> </ul>                                    |
| <b>GARANTÍA</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.</li> <li>• La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.</li> </ul> |
| <b>DESEMBOLSOS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De acuerdo al cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.</li> </ul>  |

Fuente: <http://www.cfn.fin.ec>

### 3.7.2. Crédito para el sector de la pequeña industria del banco nacional de fomento

**Sujetos de crédito:** Todas las personas naturales o jurídicas, que se encuentren relacionadas con la actividad de producción, comercio y servicios.

**Sector:** Agrícola, Pecuario, Forestal, Pesca y Pesca Artesanal, Maquinarias, Pequeña Industria - Artesanía - Turismo - Comercio y Servicio.

**Financiamiento:** Hasta el 80%.

**Monto:** Desde USD \$500,00 hasta USD \$300.000,00.

**Interés:** Tasa de interés vigente.

**Garantía:** Quirografaria (Personal), Prendaria e Hipotecaria.

**Requisitos para personas jurídicas**



### **Requisitos básicos**

1. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del (los) Representante(s) Legal(es).\*
2. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del (los) Representante(s) Legal(es) del último proceso electoral.\*
3. Copia de la Escritura de Constitución de la Empresa.
4. Copia de los Estatutos de la Empresa.
5. Copia del Nombramiento actualizado debidamente inscrito, del o los Representantes Legales.
6. Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC.
7. Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación domicilio con una validez de tres meses de la Empresa.\*
8. Copia de la Nómina de Accionistas del último ejercicio económico presentado a la Superintendencia de Compañías.
9. Certificado del IESS donde conste que las obligaciones patronales se encuentren al día.
10. Copia legible de la última Declaración del Impuesto a la Renta de la Empresa.
11. Copia legible de la última Declaración del IVA de la Empresa.
12. Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo.(Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario). En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción.
13. Copia de los Estados Financieros de los dos últimos ejercicios económicos, presentados al órgano de control.
14. "Original de Plan de Inversión o Proyecto de Factibilidad de acuerdo al monto solicitado. El Plan de Inversión únicamente debe presentarse para operaciones de \$20.000 hasta \$100.000 y para operaciones mayores a \$100.000 Proyecto de Factibilidad."

### **Documentos para justificar bienes y/o ingresos**

1. Original del Certificado Laboral o el último rol de pagos del solicitante (no mayor a 30 días desde la emisión)/Debe registrar firma y sello de la Empresa y en caso de dependencia Laboral.\*

2. Copia legible de la Carta o recibo de pago del Impuesto Predial o de las escrituras de los bienes.\*
3. Copia legible de Matrícula de vehículos o Contrato de Compra Venta notariado.\*
4. Copia legible de la Matrícula de la embarcación para pesca, emitida por la Capitanía del Puerto u Organismo Competente.

### **Documentos adicionales**

1. Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías.
2. Original (es) o Copia (a) de Certificados Bancarios de la Empresa.
3. Original (es) o Copia (a) de Referencias Comerciales de la Empresa.
4. Original (es) o Copia (a) de Referencias proveedores de la Empresa.
5. Copia legible de permisos de funcionamiento.
6. Original del Certificado de no adeudar o estar al día en los pagos (En otras Instituciones del Sistema Financiero) del solicitante, para el caso de registrar deudas vencidas en buró de crédito.\*
7. Original de Calificación como Artesanos emitido por entidad reguladora correspondiente.
8. Copia legible de Certificado actualizado de Vacunación contra la Fiebre Aftosa/Solo para ganado bobino existente declarado como activo en el Estado Financiero del solicitante.
9. Original del Certificado del Registro de Marca emitido por el CONEFA.
10. Documento donde conste el aval del proyecto por parte de los Ministerios de acuerdo al ámbito de competencia. Fuente: (Fomento, 2012)

### **3.7.3. Crédito para pequeñas y medianas empresas otorgado por el Banco del Pichincha**

Su hipoteca le abre un crédito para financiar sus necesidades de consumo y de negocio. Financia cualquier necesidad de consumo duradero y no duradero (Ejemplo: compra de terrenos, maestrías, gastos de salud, estudios, viajes, etc.)

## **CARACTERISTICAS:**

**Montos:** Mínimo. \$3.000 Máximo. \$100.000

**Plazo:** De 3 a 84 meses

**Forma de Pago:** Mediante débito automático de la cuenta del cliente

**Garantía:** Garantía hipotecaria exclusivamente vivienda de propiedad del deudor o un tercero

**Seguros:** Desgravamen para deudor y codeudor e incendio y terremoto.

## **BENEFICIOS:**

### **FLEXIBILIDAD**

Para el financiamiento de necesidades de consumo que el cliente requiera, ya sea mobiliario, electrodomésticos, atención médica, reparación vehículo, etc. y atención a necesidades de negocio para pequeñas Empresas (Pe's)

### **COMODIDAD**

Comodidad para efectuar el pago de sus cuotas, se realiza a través de débitos automáticos en forma mensual. Usted elige el día de pago.

### **FACILIDAD DE PAGO**

Puede realizar abonos y cancelaciones anticipadas, sin recargo.

### **SEGURIDAD**

Se encuentra incluido en la cuota del crédito, una prima de seguro de desgravamen, incendio y terremoto. Fuente: (Pichincha, 2012)

### 3.7.4. Tasa de interés del Banco Central del Ecuador

**Cuadro No. 32: Tasas de interés Banco Central del Ecuador**

| <b>Tasas de Interés</b>                               |         |  |         |
|---|---------|--|---------|
| <b>SEPTIEMBRE 2012 (*)</b>                            |         |  |         |
| <b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b> |         |  |         |
| Tasas Referenciales                                   |         | Tasas Máximas                                    |         |
| Tasa Activa Efectiva Referencial<br>para el segmento: | % anual | Tasa Activa Efectiva Máxima<br>para el segmento: | % anual |
| Productivo Corporativo                                | 8.17    | Productivo Corporativo                           | 9.33    |
| Productivo Empresarial                                | 9.53    | Productivo Empresarial                           | 10.21   |
| Productivo PYMES                                      | 11.20   | Productivo PYMES                                 | 11.83   |
| Consumo   | 15.91   | Consumo  | 16.30   |
| Vivienda  | 10.64   | Vivienda   | 11.33   |
| Microcrédito Acumulación Ampliada                     | 22.44   | Microcrédito Acumulación Ampliada                | 25.50   |
| Microcrédito Acumulación Simple                       | 25.20   | Microcrédito Acumulación Simple                  | 27.50   |
| Microcrédito Minorista                                | 28.82   | Microcrédito Minorista                           | 30.50   |

(Fomento, 2012)Fuente: (Fomento, Banco de Fomento, 2012)

## RESUMEN

**Cuadro No. 33: Tipos de créditos**

| INSTITUCIÓN                              | TIPO DE CRÉDITO   | MONTO   | PLAZO  | TASA DE INTERÉS  | PERIODO DE GRACIA  | GARANTÍAS  |
|--|---|---|--|--|--|--|
| <b>CORPORACIÓN<br/>FIANCIERANACIONAL</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.</li> <li>Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Desde US. 50.000 a nivel nacional.</li> <li>Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Hasta el 70%; para proyectos nuevos.</li> <li>Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.</li> <li>Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.</li> </ul> </li> </ul> | ACTIVO FIJO: hasta 10 años.<br>CAPITAL DE TRABAJO: hasta 3 años. | PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% hasta 11,5%<br>SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% hasta 10%<br>SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% hasta 9,08%. | Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.</li> <li>La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.</li> </ul> |
| <b>BANCO DE<br/>FOMENTO</b>              | Agrícola, Pecuario, Forestal, Pesca y Pesca Artesanal, Maquinarias, Pequeña Industria Artesanía Turismo Comercio y Servicio.  | Desde USD \$500,00 hasta USD \$300.000,00.  | Hasta 10 años  | Tasa De Interés 10%.   | Hasta 2 años   | Quirografaria (Personal), Prendaria e Hipotecaria.   |
| <b>BANCO DEL<br/>PICHINCHA</b>           | Su hipoteca le abre un crédito para financiar sus necesidades de consumo y de negocio. Financia cualquier necesidad de consumo duradero y no duradero.  | Mínimo.\$3.000<br>Máximo. \$100.000   | De 3 a 84 meses  | Tasa de interés 15.6%  | No tiene periodo gracia.   | Garantía hipotecaria exclusivamente vivienda de propiedad del deudor o un tercero.   |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

### 3.8. La organización

Se entiende por mano de obra el costo total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa, incluidos los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador.

La mano de obra que representa nuestro complejo turístico será el personal necesario para que desarrolle actividades y tareas para brindar un servicio de calidad.

El Complejo Turístico dispondrá de Mano de Obra Directa e Indirecta:

**Mano de obra directa:** es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa. Esta ha sido responsable del grueso manejo del trabajo por horas de las fábricas y el costo más importante de controlar y medir.

**Mano de obra indirecta:** es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa. Entre los tipos de manos de obra tenemos: la recepción, oficinistas, servicios de limpieza, dibujantes, etc. (Vago, 2012).

La mano de obra es un factor muy importante dentro del presente complejo turístico, ya que cuando aumente el turismo, que por lo general sucede en épocas altas como: en el feriado de semana santa, Feriado del 10 de Agosto, Feriado del 2 de Noviembre y Feriado de año viejo y año nuevo, es por esta razón que se necesitará contratar más personal para atender las cabañas y el restaurante, las mismas que serán contratadas del sector de Zumbahua.

En el siguiente cuadro se tiene un detalle de todo el personal que requeriremos para la puesta en marcha de nuestro complejo turístico:

**Cuadro No. 34: Conformación del personal del Complejo Turístico**

| <b>REQUERIMIENTO DE PERSONAL</b> |              |                                       |                            |                   |
|----------------------------------|--------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------------|
| <b>ÁREA</b>                      | <b>CANT.</b> | <b>PERSONAL</b>                       | <b>EDUCACIÓN REQUERIDA</b> | <b>UBICACIÓN</b>  |
| <b>Administrativa</b>            | 1            | Gerente General                       | Ing. Administración        | Complejo Quilotoa |
|                                  | 1            | Administrador de Servicios Operativos | Ing. Administración        | Complejo Quilotoa |
|                                  | 1            | Recepcionista / Cajera                | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |
|                                  | 1            | Asistente / Contador                  | CPA                        | Complejo Quilotoa |
| <b>Alojamiento</b>               | 1            | Ama de llaves                         | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |
|                                  | 4            | Camareras                             | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |
| <b>Servicios Generales</b>       | 1            | Personal de mantenimiento             | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |
|                                  | 2            | Personal de Limpieza                  | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |
|                                  | 2            | Guardias                              | Bachiller                  | Complejo Quilotoa |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

### **3.8.1. Materia prima**

La materia prima es la que corresponde a los materiales o insumos que se utilizan para obtener un producto o servicio, es por ello que debemos tener en cuenta cuales son los mejores proveedores para que puedan cubrir nuestras necesidades, de igual manera para la compra de los insumos o materiales es necesario la presentación de cotizaciones para poder tener en cuenta las mejores características de los productos ofertados, y de esta manera tomar la mejor decisión de compra.

Cabe mencionar que para la construcción de nuestro complejo se hizo el contrato Llave en Mano, por ello la materia prima es solo la que proporcionaremos que no se encuentre dentro de este contrato de construcción con el arquitecto encargado.

Por ello hemos realizado listas de insumos según la necesidad:

### **3.8.2. Construcción del hidromasaje**

- Tinas hidromasaje piscina 8 personas
- Juego tina hidromasaje temple cromo
- calefones

### **3.8.3. Insumos para los hidromasajes**

- Reguladores de PH
- Cloro
- Antibacteriales
- Anti hongos

### **3.8.4. Equipos**

Los proveedores de los materiales serán: Empresa Vicuña para cobijas, Citicomp para lo referente a materiales de computación, TVentas para teléfonos,



Chaide y Chaide para los colchones, Momadera para la mueblería, Súper Paco para la papelería y útiles de oficina.

### 3.8.5. Operación complejo turístico

- **Bar – Snack:** En esta sección se realizara un contrato de arrendamiento con un catering para que puedan prestar a los turistas platos típicos implementados por esta empresa, el contrato con la empresa implica que ellos serán los responsables de implementar las adecuaciones que son para el área del restaurante y de igual manera con la implementación del menú adecuado para el manejo de nuestro complejo turístico.
- **Hospedaje:** Encontrara el cliente menaje de cama, útiles de aseo, televisión, tv cable para brin dar confort. Este complejo turístico consiste en 8 habitaciones equipadas para su comodidad, incluyendo excelentes cuartos de huéspedes, simples, dobles y triples. Las habitaciones triples están equipadas con: Una cama doble, literas, sillas y una mesa, minibar surtido diariamente todo incluido, canales de cable, televisor a color con control remoto, teléfono.

Para dar un mejor servicio a nuestros clientes también implementaremos TvCable el mismo que tendrá:

- 6 canales nacionales
- 64 canales internacionales que incluyen:
  - 19 canales de variedades
  - 6 canales kids
  - 10 canales de cine
  - canales de deportes
  - 23 canales de cultura
  - 30 canales de audio
  - Estaciones de audio

- **Hidromasaje:** El funcionamiento de la piscina con la ayuda de un calefón industrial que funcionara por medio de gas industrial para la optimización del funcionamiento del mismo, de igual manera se encontraran vestidores para la comodidad de los turistas y útiles de aseo necesarios.
- **Sala de estar:** Aquí encontraremos un lugar relajado para la lectura y la distracción en compañía, con acompañamiento de Tv cable, música, con un ambiente muy cómodo y tranquilo para la absoluta meditación y tranquilidad.

### 3.8.6. Capacidad de producción

Es la capacidad que tenemos para cubrir una demanda.

**Cuadro No. 35: Capacidad de servicio del Complejo Turístico**

| ÁREA               | CANT. | TIPO DE AMBIENTE | DETALLES                           | NÚMERO DE PERSONAS POR DÍA  |
|--------------------|-------|------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| <b>BAR - SNACK</b> | 1     | Social           | 6 mesas<br>36 sillas               | 36 personas                 |
| <b>ALOJAMIENTO</b> | 2     | Simple           | 1 cama matrimonial                 | 4 personas                  |
|                    | 3     | Doble            | 1 cama matrimonial; 1 cama litera  | 12 personas (4 cada cabaña) |
|                    | 3     | Triple           | 1 cama matrimonial; 2 cama literas | 18 personas (6 cada cabaña) |
| <b>HIDROMASAJE</b> | 5     | Social           | 8 hidromasajes                     | 40 personas                 |
| <b>SALA STAR</b>   | 1     | Social           | 8 muebles                          | 16 personas                 |
| <b>TOTAL</b>       |       |                  |                                    | <b>1026 personas</b>        |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

### 3.8.7. Localización óptima del proyecto

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte de material o insumos, sino también los factores cualitativos, tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, los centros de

gravedad de generación de residuos, restricciones de tipo legal o ambiental, cercanía a la población objeto del servicio, costos de transporte en el caso correspondiente y otros (Mitecnologic).

### 3.8.8. Macrolocalización

Nuestro complejo se establecerá en la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, Parroquia de Zumbahua.

**Gráfico No. 26: Localización provincia Cotopaxi**



Fuente: [http://www.globeholidays.net/South\\_America/Ecuador/Maps3.h](http://www.globeholidays.net/South_America/Ecuador/Maps3.h)  
Fuente: [Microsoft](#) Encarta

**Gráfico No. 27: Localización Cantón Saquisilí**



Fuente: <http://maps.google.com>

La provincia de Cotopaxi se encuentra dividida en 7 cantones que son: Latacunga (cabecera Latacunga) La Maná (cabecera La Maná); Pangua (cabecera El Corazón); Pujilí (cabecera Pujilí); Salcedo (cabecera San Miguel); Sigchos (cabecera Sigchos) Saquisilí (cabecera Saquisilí).

También la provincia de Cotopaxi está conformada por once parroquias urbanas y 38 parroquias rurales (Explored).

La **parroquia Zumbahua** se encuentra al costado occidental de la provincia de Cotopaxi y al sur oeste del cantón Pujilí, en el sector centro norte del callejón interandino, en la Cordillera de Yungañan al pie se forma el sistema hídrico que está formado por el río Pilaló, para luego ser parte del río San Pablo que es afluente del río Quevedo (ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010). Constituye una de las parroquias más grandes del Cantón con una extensión de 19400 has. Se ubica en una de las zonas paramales más importantes del cantón Pujilí, entre los 3.300 y 4.000 msnm. Los límites de Zumbahua son:

*Al Norte:* Con la parroquia Chugchilán, con la laguna de Quilotoa siguiendo la cordillera hasta la planicie de Jataló.

*Al Sur:* Con la parroquia Angamarca y la cordillera Laigua Pungo.

*Al Este:* Con la parroquia Guangaje, con paramos de Mestizo de lo cual nace el río Tigua y sigue por la cordillera de Quindisilli hasta unir la cordillera de Unavela

*Al Oeste:* Con la parroquia Pilaló, limita con el río Unacota, luego sigue por ventana de Arcos que llega hasta la chorrera de Arrayán, luego toma la quebrada de Punín y termina en la cima de Hachandi (Lincango, 2012).

La temperatura media en la zona es de 8 a 16°C. La zona recibe de 500 a 2.000 mm de precipitación por año, distribuidos en los meses de septiembre de noviembre y de enero a mayo (ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010).

### **3.8.9. Microlocalización**

La laguna del Quilotoa se encuentra a 165 Km. de la ciudad de Quito, en la Provincia de Cotopaxi, tiene una Altitud de 3.900 msnm y su Temperatura promedio 11 a 14° C (Visitaecuador).

“La cabecera cantonal se encuentra a 2.961 msnm, en las laderas del monte Sinchahuasín. El cantón presenta varios climas: templado en su zona urbana, frío en las regiones altas y cálidas en áreas del subtrópico. El cantón tiene un área de 1.305 km<sup>2</sup>. La cantonización se produjo el 14 de octubre del 1852. Etimológicamente Pujilí en quichua significa posada de juguetes. En los alrededores de la ciudad, un lugar habitado antes de la llegada de los españoles, continua con su tradición alfarera de primer orden, entre otras cosas se producen tejas esmaltadas de diversos colores” (Wikipedia).

Las parroquias rurales del cantón Pujilí son:

- Angamarca
- Guangaje
- La Victoria
- Pívalo
- Tingo
- Zumbahua

**Gráfico No. 28: Localización parroquias rurales cantón Pujilí**



Fuente: Google Maps - ©2012 Google

### 3.8.10. Selección de alternativas

Seleccionar una alternativa es evaluar cada una de las alternativas que se han propuesto para el proyecto pero tomando en cuenta que deben ser evaluadas en forma independiente.

Para este análisis hemos tomado en cuenta las siguientes alternativas:

- Disponibilidad de servicios básicos
- Facilidad de acceso
- Cercanía a los cantones y parroquias
- Disponibilidad de mano de obra
- Costos del servicio ofrecido

La idea central para realizar este procedimiento es otorga a cada elemento una ponderación de modo que vayan acorde con el proyecto a establecerse y también con proyecciones al futuro.

### 3.8.11. Disponibilidad de servicios básicos

Los sistemas de agua entubada son hechos de PVC de presión, existiendo tanques de reserva en el sector norte de la parroquia, con un 80% de cobertura en el área urbana, es por ello que se facilita la creación y mantenimiento del complejo turístico propuesto.

“Respecto a la energía eléctrica, este estudio expresa que éste servicio alcanza al 95% del total de la población, lo que indica un mejoramiento considerable respecto al 2001” (Lincango, 2012), de esta manera podemos darnos cuenta que este servicio indispensable para nuestro complejo es eficiente por lo tanto no tendríamos problemas con las adecuaciones e instalaciones del complejo.

La parroquia posee un sistema de alcantarillado.

En el siguiente cuadro podemos ver la disponibilidad de servicios básicos que posee la parroquia.

**Cuadro No. 36: Servicios Básicos- Zumbahua**

| <b>SERVICIOS BÁSICOS- ZUMBAHUA</b>                | <b>%</b> |
|---|----------|
| <b>SERVICIOS</b>                                  |          |
| Agua entubada por red pública %(viviendas)        | 6.5%     |
| Red de alcantarillado %(viviendas)                | 3.7%     |
| Servicio eléctrico %(viviendas)                   | 58.1%    |
| Servicio telefónico %(viviendas)                  | 1.2%     |
| Servicio de recolección de basura<br>%(viviendas) | 0.3%     |
| Servicio higiénico exclusivo %(hogares)           | 3.8%     |
| Uso de gas para cocinar %(hogares)                | 33.1%    |
| Uso de leña o carbón para cocinar %<br>(hogares)  | 56.0%    |

Fuente: Plan de Desarrollo de la Parroquia Zumbahua

Elaboración: Autores del Plan

### **3.8.12. Facilidad de acceso**

Otra costumbre que mantiene viva es la minga, como tradición de trabajo comunitario para fines de utilidad comunitaria como el mejoramiento de carreteras, instalación de tubos para el transporte de agua, construcción o mejoramiento de las escuelas de la parroquia, de igual manera existen carreteras pavimentadas para el fácil acceso al Complejo.

### **3.8.13. Cercanía a los cantones y parroquias**

El Volcán Quilotoa (3.900 msnm), localizado en la Provincia de Cotopaxi, Parroquia de Zumbahua, forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas (Visitaecuador), es por esta razón que es de muy fácil acceso para cualquier cantón o parroquia aledaños a la laguna del Quilotoa.

El acceso al Quilotoa es por la vía Panamericana Sur hasta Latacunga y desde allí se toma la vía a Pujilí – Zumbahua – Quilotoa. La vía de acceso hasta Zumbahua es de primer orden y desde Zumbahua hasta el Cráter del Volcán Quilotoa hay una vía asfaltada en buen estado.

Por lo tanto si no va en transporte propio es posible tomar transporte público en el terminal terrestre de Quito hasta Latacunga en las compañías Baños, San Francisco, Amazonas, que salen cada 5 minutos. Estos buses cobran un promedio de US\$1,70. Desde Latacunga se puede tomar los buses de la compañía “Vivero” o “Iliniza” que van directamente al Quilotoa.

Esta ruta tiene un tiempo de viaje de Quito al Quilotoa 3 horas aproximadamente.

### **3.8.14. Disponibilidad de infraestructura**

Contamos con la infraestructura necesaria para la creación del complejo turístico ya que contamos con un terreno de 20.000 metros cuadrados de superficie, los mismos que son suficientes para la construcción e implementación de un complejo turístico.



### 3.8.15. Costos del servicio ofrecido

Determinar la competencia es muy importante para poder competir en cuanto a precios como en servicio que otorgaremos y por ello determinamos que nuestra principal competencia es la Reserva Ecológica del Volcán Cotopaxi.

### 3.8.16. Matriz locacional

Para realizar es matriz debemos realizar la respectiva ponderación, es por ello que establecemos una calificación a cada uno de los elementos mencionados anteriormente, estas calificaciones serán entre 1 y 10 respectivamente, siendo 1 el menos aceptable y 10 como aceptable, de igual manera hemos realizado una comparación entre las 2 parroquias rurales del cantón Pujilí las mismas que son las más cercanas a la Laguna, estas son:

- Chugchilán
- Zumbahua

**Cuadro No. 37: Elementos de ponderación**

| ELEMENTOS DE PONDERACIÓN             |             |            |             |           |             |
|--------------------------------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|
| ELEMENTOS                            | PESO        | Chugchilán |             | Zumbahua  |             |
|                                      |             | Calif.     | Pond.       | Calif.    | Pond.       |
| Disponibilidad de servicios básicos  | 0.25        | 8          | 2.00        | 10        | 2.50        |
| Facilidad de acceso                  | 0.25        | 7          | 1.75        | 9         | 2.25        |
| Cercanía a los cantones y parroquias | 0.20        | 8          | 1.60        | 8         | 1.60        |
| Disponibilidad de mano de obra       | 0.15        | 9          | 1.35        | 9         | 1.35        |
| Costos del servicio ofrecido         | 0.15        | 7          | 1.05        | 9         | 1.35        |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>1,00</b> | <b>39</b>  | <b>7.75</b> | <b>45</b> | <b>9.05</b> |

Fuente: Ministerio de Turismo (Cotopaxi)

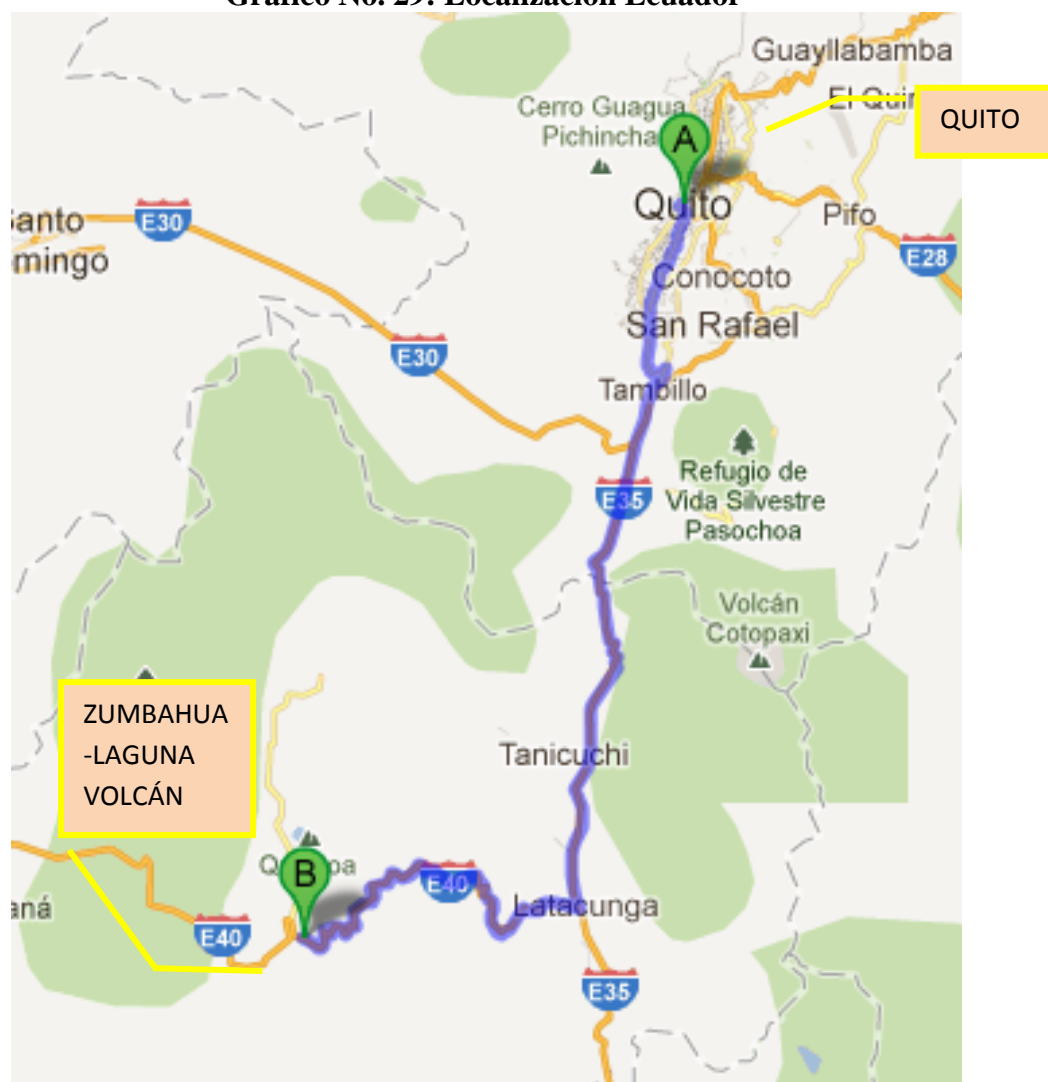
Elaborado por: Los autores

Como podemos ver en la tabla hemos obtenido la ponderación total de cada elemento seleccionado para el cálculo de la ponderación, con estos cálculos determinamos que la parroquia rural de Zumbahua es más factible para la implementación del presente proyecto porque la accesibilidad a todos los servicios y facilidad para el acceso al complejo se encuentra en Zumbahua.

### 3.8.17. Selección de la mejor alternativa

En la matriz de ponderación determinamos que la mejor alternativa es en la parroquia rural de Zumbahua ya que cumple con los parámetros necesarios para la implementación básica del complejo, el puntaje obtenido para ser la mejor alternativa es de 9.05.

**Gráfico No. 29: Localización Ecuador**



Fuente: Google Maps - ©2012 Google

### **3.9. Ingeniería del proyecto**

“El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto. Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información. Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental” (Scribd).

#### **3.9.1. Cadena de valor**

La Cadena de Valor es una herramienta gerencial para identificar fuentes de Ventaja Competitiva. Para analizar la cadena de valor debemos identificar aquellas actividades de la empresa que pudieran aportarle una ventaja competitiva potencial es decir poder aprovechar esas oportunidades dependiendo de la capacidad de la empresa para desarrollar a lo largo de la cadena de valor, aquellas actividades competitivas cruciales, de una manera mejor que sus competidores.

Porter define el valor como la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por adquirir y usar un producto o servicio. En otras palabras, la cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Por consiguiente la cadena de valor de una empresa este conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que estas aportan. Tiene elementos básicos la cadena de valor:

- Las Actividades Primarias, que son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta.

- Las Actividades de Apoyo o Soporte a las actividades primarias, como son la administración de los recursos humanos, las de compras de bienes y servicios, las de desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), y las de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoramiento legal, gerencia general).
- El Margen, que es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor (Ruiz).

Gráfico No. 30: Cadena de valor





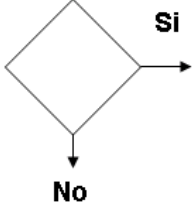
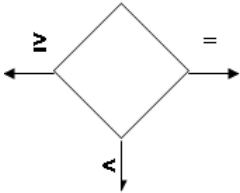


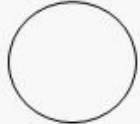


### **3.9.2. Flujograma del proyecto**

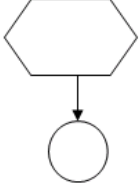



“Un diagrama de flujo o también conocido como flujograma emplean símbolos y figuras para representar una etapa o un proceso. Se usa en varias materias como la programación, la economía, los procesos industriales. Se utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos de un algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término la flechas tienen que ser verticales u horizontales” (Flujograma).

La primera fase de la ingeniería del proyecto consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc.

En la segunda fase se especifica la maquinaria, equipos y obras civiles para obtener cotizaciones y presupuestos, y con esta base, determinar la magnitud de la inversión requerida.

**Cuadro No. 38: Simbología y significado flujograma**

|   |  |
|---|--|
|    | <p>Expresa Inicio o Fin de un Programa.</p>                                      |
|    | <p>Expresa operación algebraica o de asignación.</p>                             |
|    | <p>Expresa condiciones y asociaciones alternativas de una decisión lógica.</p>   |
|   | <p>Expresa condición y acciones alternativas de una decisión numérica.</p>       |
|  | <p>Entrada / Salida: Representa cualquier tipo de Fuente de entrada y Salida</p> |
|  | <p>Entrada: Lectura de datos por tarjeta perforadas.</p>                         |
|  | <p>Conector dentro de página.</p>  |
|  | <p>Representa resultado mediante un reporte impreso</p>                          |
|  | <p>Conector fuera de página.</p>   |

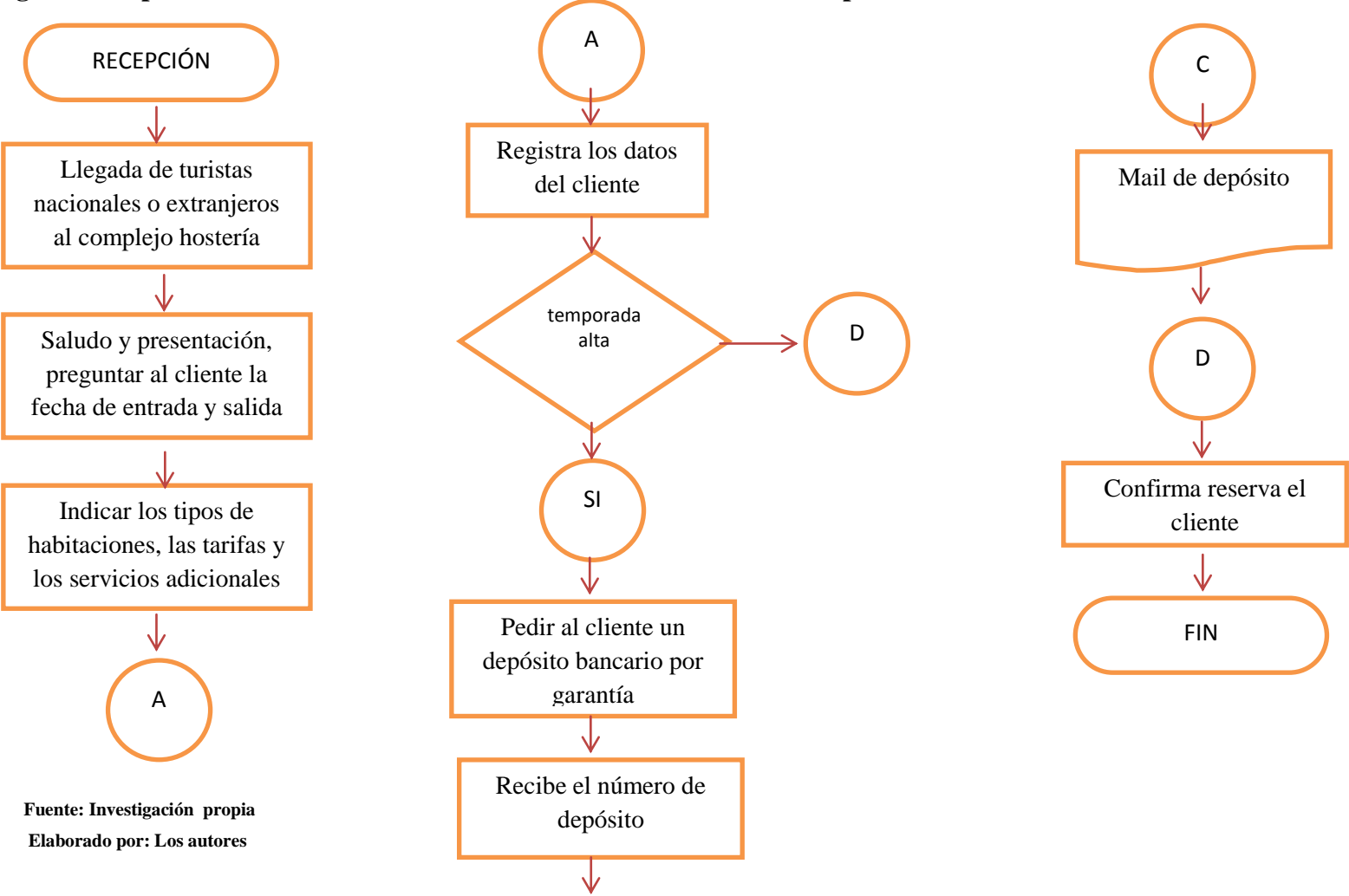
|   |  |
|---|--|
|  | <p>Expresa operación cíclica repetitiva.</p>             |
|  | <p>Expresa proceso de llamada a una subalterna.</p>      |
|  | <p>Representa datos grabados en una cinta magnética.</p> |
|  | <p>Almacenamiento en línea Disco Magnético.</p>          |

Fuente: Investigación propia

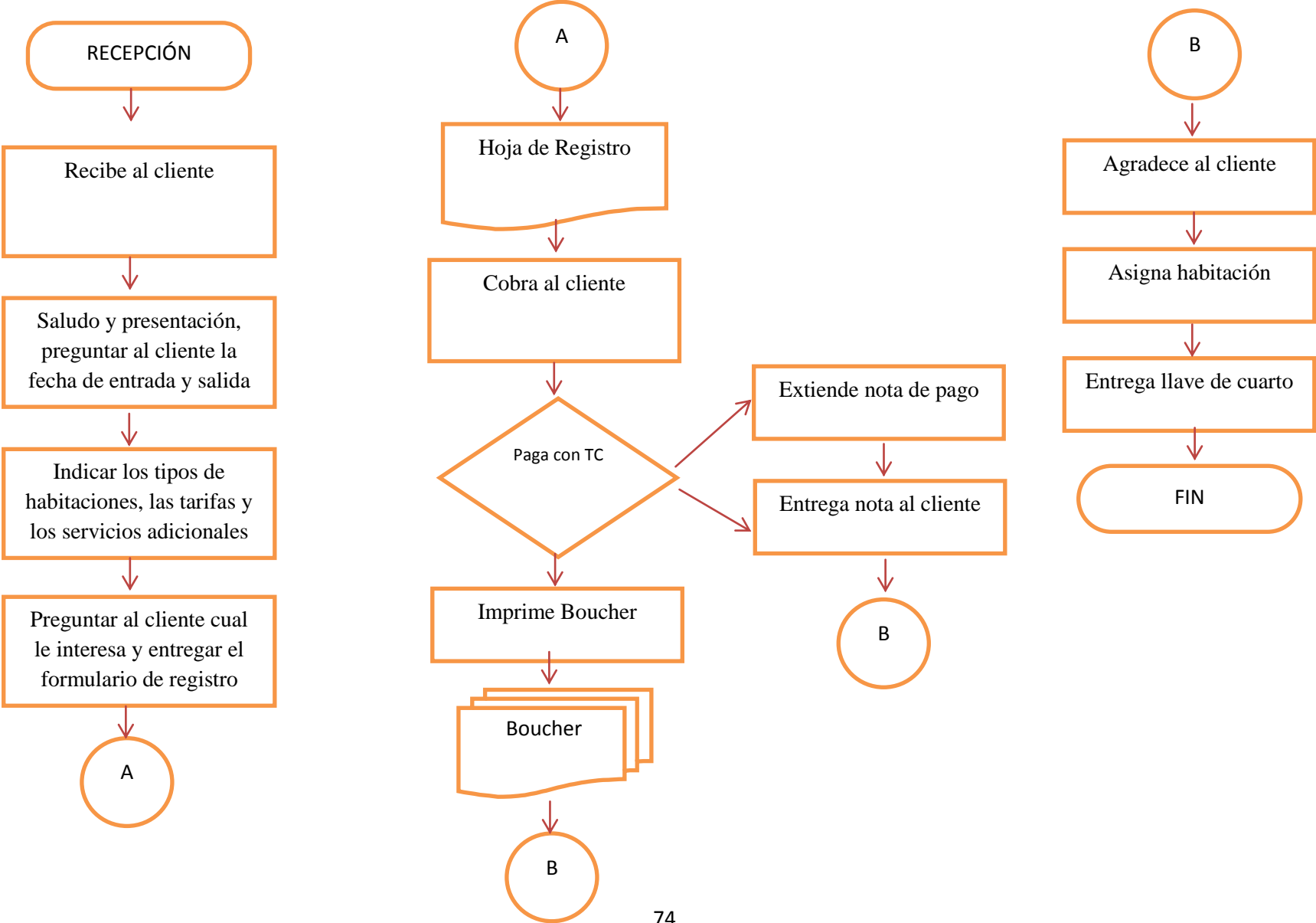
Elaborado por: Los autores



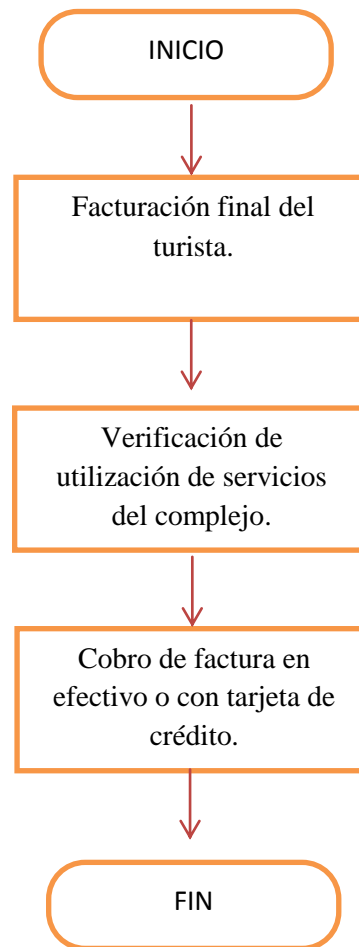
**3.9.3. Flujograma de procedimiento de actividades de visita del turista mediante previa reservación**



**3.9.4. Flujograma de procedimiento venta de habitaciones de forma personal**

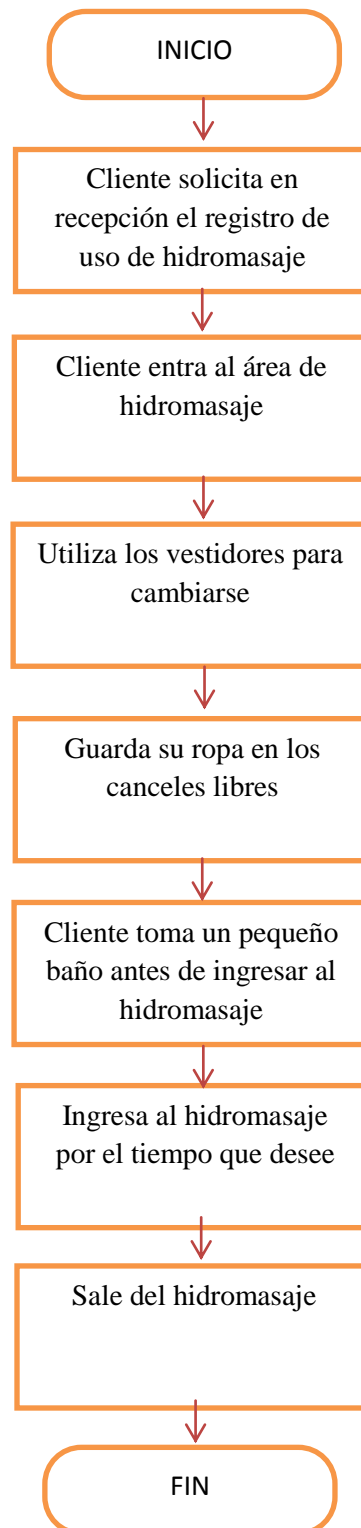


### 3.9.5. Flujograma salida de turistas del “Complejo Turístico el Gran Quilotoa”



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### 3.9.6. Flujograma de ingreso al hidromasaje del “Complejo Turístico el Gran Quilotoa”



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### **3.10. La empresa y su organización**

#### **3.10.1. Base legal**

Para referirse al aspecto legal que rige para todas las empresas, sin tomar en cuenta su actividad específica, es necesario remitirse a los mandatos contenidos en la Ley de Compañías del Ecuador, la misma que determina, a lo largo de su contenido, la forma en que las empresas nacen, se desarrollan y se extinguen. En esta Ley se establece además la necesidad de que las actividades que realicen las empresas sean lícitas y no tiendan a crear monopolios. El domicilio de la compañía debe especificarse en el contrato de constitución y, toda empresa que ejerza sus actividades dentro del territorio ecuatoriano tendrá su domicilio dentro de él, a pesar de que sean empresas extranjeras.

El artículo 16 de la Ley de Compañías define a la razón social, la misma que es un requisito indispensable para constituir una compañía. “La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.” (Compañías)

La Superintendencia de Compañías es la encargada de llevar un registro de las compañías legalmente constituidas en el Ecuador, además es el órgano que dirige la actividad empresarial en el Ecuador puesto que este organismo determina que empresas han cumplido o no con los requisitos establecidos por la ley y, en consecuencia autoriza su constitución; además de esto es un organismo contralor de la actividad empresarial por lo que una de sus principales funciones radica en determinar que las empresas se ajustan a los mandatos legales y ejercen sus respectivas actividades de forma legal y correcta.

Toda compañía debe ser aprobada por la Superintendencia de Compañías para ejercer su actividad, además debe ser registrada en la Cámara de la Producción correspondiente y, posteriormente, registrada en el Registro Mercantil. El artículo 19 de la ley analizada este momento determina esta obligación.

### **3.10.2. Constitución de la empresa**

La constitución de una compañía se lo hace mediante escritura pública, de acuerdo a lo preceptuado por la Ley de Compañías. En este documento se hace la mención de que la compañía ha cumplido con los requisitos que impone la ley para la constitución de cada tipo de compañías, las mismas que se establecen en la misma Ley.

Para el otorgamiento de la escritura de constitución de la compañía, como se dijo anteriormente, deben cumplirse con algunos requisitos. Ante la eventual falta de alguno de ellos, es posible la convalidación según el artículo 34 de la Ley de Compañías, sin embargo, existen algunos supuestos establecidos por la misma Ley que imposibilitan dicha convalidación y, por lo tanto, evitarían que la empresa ejerza su actividad de una forma legal.

En este caso, el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, será una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual se encuentra regulada desde el artículo 92 al 142 de la Ley de Compañías.

### **3.10.3. Compañía de responsabilidad limitada**

En este caso, el Complejo Turístico, será una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual se encuentra regulada desde el artículo 92 al 142 de la Ley de Compañías.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para

determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil (Compañías).

### **3.10.4. Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios**

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;



- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores (Compañías).

### **3.10.5. Obligaciones de los socios**

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

### **3.10.6. Los requisitos para la constitución de la Compañía**

Los trámites que deben seguirse para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, si bien están determinados en la Ley de Compañías, no se encuentran de forma ordenada y taxativa; es más, muchos de estos requisitos se desprenden del contenido de los artículos que regulan, sea de forma general todos los tipos de compañías, sea de forma particular a cada tipo, atendiendo a su naturaleza propia.

Con respecto del capital de la compañía, el mismo debe estar íntegramente suscrito y pagado, al menos, en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en dinero o especies, en cuyo caso, deben éstas corresponder a la actividad de la compañía. El saldo del capital debe ser cubierto en un plazo no mayor a doce meses, contados desde la fecha de constitución de la compañía.

El Complejo Turístico estará conformado por la aportación de 4 socios, en el siguiente cuadro se puede observar el monto de las aportaciones de cada uno de los socios:

**Cuadro No. 39: Aportaciones de los socios**

| <b>FINANCIAMIENTO</b>                               |  |                           |                   |
|---|--|---------------------------|-------------------|
| <b>TIPO DE CAPITAL</b>                              |  | <b>CANTIDAD</b>           | <b>PORCENTAJE</b> |
| <b>Capital Propio</b>                               |  | \$ 123,000.00             | <b>45%</b>        |
| Cristian Pujota                                     |  | \$ 30,000.00              | 24.39%            |
| Diana Valencia                                      |  | \$ 32,000.00              | 26.02%            |
| Socio 1   |  | \$ 30,000.00              | 24.39%            |
| Socio 2   |  | \$ 31,000.00              | 25.20%            |
| <b>Capital Externo ( Banco Nacional de Fomento)</b> |  | \$ 147,367.10             | <b>55%</b>        |
| <b>TOTAL DE FINANCIAMIENTOS</b>                     |  | 100% <b>\$ 270,367.10</b> | <b>100%</b>       |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

La escritura pública de constitución de una compañía debe ser aprobada por el Superintendente de Compañías, el mismo que dispondrá la publicación de un extracto de la escritura en un periódico de alta circulación en el país además de disponer que se inscriba la escritura en el Registro Mercantil.

El artículo 137 de la Ley de Compañías determina el contenido de la escritura de constitución de la compañía:

“**Art. 137.-** La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o 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 cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas 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 los 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,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.”

Otro requisito para inscribir la compañía es acreditar la inscripción de la misma ante la Cámara de la Producción correspondiente antes de inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil. En el cuadro a continuación se muestra los requisitos que son necesarios para la puesta en marcha del Complejo Turístico como Compañía de Responsabilidad Limitada:

**Cuadro No. 40: Requisitos para la implementación del Complejo Turístico**

| Ítem | Descripción                    |
|------|--------------------------------|
| 1    | Gastos de constitución         |
| 2    | Estatuto de constitución       |
| 3    | Inscripción Super Compañías    |
| 4    | Inscripción Registro mercantil |
| 5    | Obtención Ruc                  |
| 6    | Obtención permiso municipal    |
| 7    | Obtención permiso de bomberos  |
| 8    | Honorarios abogado             |
| 9    | Publicación diario el comercio |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### 3.10.7. Estrategia empresarial

Dentro del establecimiento de estrategias empresariales se tiene las siguientes:

### **3.10.8. Estrategia de competitividad**

De las estrategias de competitividad, se ha considerado que la más conveniente de aplicar es la de Diferenciación, pues el Complejo Turístico pretende ofrecer atracciones en sus diferentes servicios, como es el servicio de Hidromasajes cubiertos, ya que los demás lugares de alojamiento no lo ofrecen, como principal atractivo para los turistas, ofrecerá también el servicio de Snack Bar en el cual se prepararán alimentos el momento que el cliente los solicite, es decir, alimentos frescos, dentro del servicio de alojamiento, también se contará con habitaciones confortables para personas que deseen alojarse dentro del Complejo.

### **3.10.9. Estrategia de crecimiento**

Dentro de las estrategias de crecimiento, para la empresa será indispensable aplicar la estrategia de Desarrollo del producto, puesto que el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” busca mejorar los productos y servicios que actualmente ofrecen las Hosterías en la laguna del volcán Quilotoa, es así que el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” ofrecerá atracciones novedosas en la zona, como hidromasajes cubiertos, en lo que respecta al alojamiento las cabañas serán confortables, así también el servicio de snack bar, en el cual se prepararán alimentos el momento que el cliente los solicite, es decir, alimentos frescos. Otra de las estrategias de crecimiento que sería conveniente aplicar es la de Penetración en el mercado, puesto que el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” deberá realizar grandes esfuerzos en publicidad y comercialización, de manera que pueda ganar participación en el mercado turístico de la Provincia.

### **3.10.10. Estrategia de competencia**

La estrategia de Competencia se enfoca a la forma que la empresa adoptará con la finalidad de ser competitiva y tener su propia participación dentro del mercado. De las estrategias de competencia la que más se adapta a la empresa “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, es aquella Estrategia del Seguidor, puesto que en la etapa de introducción del Complejo Turístico al

mercado, esta será reducida con respecto de su principal competidor que es la hostería Quilotoa Cráter LODE. El “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” deberá alinear sus decisiones con respecto a las de su competidor directo, de forma que pueda repartirse el mercado.

### **3.10.11. Estrategia operativa**

Como estrategia operativa, el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, deberá establecer adecuadamente los procesos que deben de llevarse a cabo dentro de cada una de las áreas del Complejo, de los cuales debe ser partícipe cada uno de los colaboradores de manera que conozcan perfectamente sus funciones y se cree una sinergia positiva en el cumplimiento de las mismas. Además será necesario que la empresa brinde capacitación continua a todo su personal, de manera que la atención a los turistas sea de calidad y sobre todo eficiente, pues esto le permitirá a la empresa optimizar sus recursos y cumplir con sus objetivos.

### **3.10.12. Estrategias de mercadotecnia**

El establecimiento de estrategias de mercadotecnia abarca las 4 variables principales del marketing como son: producto/servicio, precio, plaza y promoción; pues dentro de cada una de éstas variables es indispensable diseñar estrategias que le permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.

### **3.10.13. Estrategia de precio**

Para establecer una adecuada estrategia de precios será indispensable desarrollar una política general de precios que vaya acorde con cada uno de los servicios que prestará el Complejo, así como también con la capacidad económica de los tipos de clientes a los que se pretende dirigir el Complejo.

Es importante mencionar que los precios serán manejados acorde al servicio que los turistas vayan a acceder, así por ejemplo para el área de hidromasajes el

precio será de \$4.00 dólares, en el caso del área de snack bar, el precio será manejado acorde al plato que se vaya a servir, un estimado de \$12.00 dólares, y en el caso del alojamiento los precios se establecerán acorde a la cabaña que se escoja, días de estadía y número de turistas que se vayan a hospedar; sin embargo cabe mencionar que los precios también serán establecidos en una tarifa menor a los de la competencia durante la etapa de introducción al mercado de manera que se pueda captar mayor número de clientes.

#### **3.10.14. Estrategia de promoción**

La mezcla de comunicación es la combinación de los diferentes elementos con los que las empresas pueden transmitir su propuesta, está conformada de: publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas que utiliza una compañía para tratar de alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia.

En este caso las estrategias de Promoción deberán tener como objetivo, el hecho de brindar un conocimiento objetivo al público en general sobre las propiedades ecológicas, recreacionales y turísticas que el Complejo posee, gracias a los esfuerzos que se realicen en publicidad.

#### **3.10.15. Estrategia de producto/servicio**

El objetivo de establecer la estrategia del servicio que ofrece El “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, consiste en maximizar el conocimiento de las personas hacia los diversos atractivos turísticos existentes en la laguna de volcán Quilotoa.

#### **3.10.16. Estrategia de plaza**

El Objetivo de la estrategia de plaza consiste en llegar con el servicio al mercado objetivo.

En este caso el “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, estará ubicado en laguna del volcán Quilotoa en la provincia de Cotopaxi, pues éste es un lugar adecuado para realizar actividades de esparcimiento tanto por sus paisajes como por los servicios que brindara nuestro Complejo Turístico.

### **3.10.17. Estrategia de distribución**

La estrategia de Distribución tiene como objetivo, consolidar un sistema de comunicación directa con los turistas, fundamentado en el “ambiente turístico” que ofrece “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”. La cadena de distribución de los servicios que ofrecerá el Complejo será sencilla y efectiva puesto que se brindará los diferentes servicios directamente a los turistas sin la intervención de intermediarios. Los turistas visitarán directamente el Complejo o a su vez podrán realizar sus reservaciones vía telefónica, de manera que el personal del Complejo tenga listas las instalaciones para la recepción de los mismos.

### **3.10.18. Razón social, logotipo y slogan**

#### **3.10.18.1. Logotipo**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores



Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como representación y presencia en el mercado. Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, constituye la identidad visual de una empresa o institución. A continuación las características de un Logotipo:

- El **Ícono o Isotipo**: Es el símbolo visual gráfico.
- El **Nombre**: Es la representación verbo-visual o fonética del elemento básico de identidad.
- La **Marca**: Es el registro del nombre para uso comercial.

Por ello nuestro para nuestro Complejo la Razón social que escogimos es “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”

### 3.10.18.2. Slogan

Nuestro complejo turístico tendrá como slogan: *“Un complejo sin límites y a su alcance”*, el mismo que permitirá indicar el tipo de servicio que brindaremos a nuestros clientes, y de esta manera difundiremos los beneficios de la marca para diferenciarla de la competencia y generar un deseo o necesidad en el consumidor.

## 3.11. La empresa

### 3.11.1. Visión

Queremos llegar a ser el mejor complejo turístico a nivel nacional, entregando calidad e innovación que transmitan al cliente la constante preocupación de la compañía por satisfacer sus necesidades además de lograr nuestros objetivos y metas a corto plazo para consolidarnos como complejo Turístico.

### **3.11.2. Misión**

Satisfacer la demanda de nuestros visitantes, aprovechando de todos los recursos con los que contamos; nuestro principal objetivo es la satisfacción total de las personas, conviviendo con el medio ambiente, generando iniciativa por el cuidado a la naturaleza. Es nuestra meta posicionar el interior del país como Centro de turismo ecológico.

### **3.11.3. Objetivos estratégicos**

- Ofrecer servicios de calidad para crecer en el mercado del turismo nacional.
- Mantener la calidad requerida por los turistas nacionales y extranjeros.
- Comprender y familiarizarnos con el sistema de control y gestión administrativos para así optimizar con eficiencia y eficacia estos procesos.
- Generar un espíritu crítico con el personal del complejo para de esta manera implementar los mecanismos de aprendizaje propuestos.
- Crear una base con conocimientos acabados sobre el funcionamiento productivo de una empresa.
- Descubrir métodos más prácticos para lograr brindar con una mayor eficiencia los servicios de alojamiento, alimentación y recreación.
- Propiciar la conservación del ambiente con el uso procesos y recursos ecológicos.

### **3.11.4. Principios y valores**

#### **3.11.4.1. Principios**

- **Lealtad y confianza**

La lealtad hacia los consumidores y la confianza que ellos nos demuestran cada día con la utilización de nuestros servicios son el núcleo fuerte de la relación duradera que nos une.

- **Respeto y responsabilidad**

Nos basamos en el respeto por la igualdad, valoramos a nuestros recursos humanos mediante su realización personal y profesional. De este modo, contribuimos también al desarrollo de las comunidades locales, reforzando el fuerte vínculo que nos une a los territorios en los que estamos presentes.

#### **3.11.4.2. Valores**

- **Honestidad**

Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar nuestros propósitos.

- **Lealtad**

Velamos por la confiabilidad de la información y el buen nombre de nuestro complejo.

- **Respeto**

Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.

- **Solidaridad**

Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

- **Justicia**

Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.

- **Tolerancia**

Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

- **Liderazgo**

Practicamos el LIDERAZGO basado en la confianza, reconocemos el valor de cada persona y lo que esta puede generar, estimulamos la participación, intercambio de ideas y puntos de vista. Nuestros líderes estimulan un ambiente de trabajo en el cual la dignidad de la gente, la alegría en el trabajo y las emociones sean tomadas en cuenta.

- **Integridad**

Tenemos el compromiso de hacer las cosas bien desde el principio, al ser sinceros con nuestros clientes y transparentes en el manejo de nuestras operaciones.

- **Dinamismo**

Siendo proactivos y actuando con flexibilidad, nos anticipamos y nos adaptamos a los cambios, estimulamos y apoyamos el trabajo en equipo, abordamos los trabajos y retos como unidades sinérgicas basándonos en una visión compartida, inspirados en el lema "en la unión esta la fuerza".

### **3.12. Estructura y organización del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”**

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos.

Forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización

- División del trabajo: Es la separación y delimitación de las actividades, con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo de esfuerzo, dando lugar a la especialización y perfeccionamiento del trabajo.
- Departamentalización: Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.
- Jerarquía de la organización: Disposición de las funciones de la organización por orden de rango, grado o importancia, agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen.

### **3.13. Responsabilidades y perfiles de los empleados**

#### **➤ Gerente general:**

##### **Perfil**

- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en las actividades del puesto
- Orientado a trabajar en equipo
- Ser objetivo
- Actitud de líder
- Tener don de mando
- Iniciativa propia
- Capacidad de toma de decisiones

##### **Responsabilidades**

- Planeamiento estratégico de actividades
- Representación legal de la empresa
- Dirigir las actividades generales de la empresa.
- Contratación de personal administrativo
- Aprobación de presupuestos e inversiones.
- Dirigir el desarrollo de la actividades de la empresa

- Emisión de circulares para el personal en general.
- Control y aprobación de inversiones de la empresa.
- Selección de personal
- Autorizar órdenes de compra.
- Autorizar convenios a nombre de la empresa.
- Dirigir a la empresa en la marcha del negocio
- Inteligencia para resolver problemas que se presenten
- Dotes de mando
- Capacidad de trabajo a presión
- Perseverancia y constancia
- Capacidad de liderazgo

➤ **Administrador de servicios operativos**

**Perfil**

- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en las actividades del puesto
- Orientado a trabajar en equipo
- Actitud de líder
- Capacidad de toma de decisiones
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad para desarrollar y sistematizar procesos dentro de la empresa.

**Responsabilidades**

- Programar, dirigir y controlar las actividades del personal de la empresa.
- Establecer y actualizar las normas y políticas internas para la correcta administración de los recursos sean estos: humanos, materiales, económicos y financieros.
- Proveer eficiente y eficazmente de los recursos y servicios necesarios a las áreas de la empresa.

- Coordinar y controlar las actividades de adquisición de bienes y contratación de servicios, supervisando el cumplimiento de las normas y procedimientos establecidos.
- Presentar y exponer la información económica, financiera y contable a la Gerencia periódicamente dentro del tiempo previsto.

➤ **Jefe de departamento de ventas y marketing**

En el departamento de ventas y marketing debe lograr sus deberes dentro de un esquema mayor de objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado, en tanto que monitorea continuamente el macro ámbito (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos) y todo aquello público de la compañía (empleados, proveedores, comunidad financiera, los medios, los accionistas públicos general, etc.).

### **Responsabilidades**

- Planeación y presupuesto de ventas.
- Determinación del tamaño y estructura de la organización de ventas.
- Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- Distribución de los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas.
- Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- Análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.
- Medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
- Monitoreo del ámbito de la comercialización.
- Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción
- Buscar clientes potenciales
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.

## ➤ **Asistente / Contadora**

### **Perfil**

- Título de Bachiller en Contabilidad
- Trabajo bajo presión
- Organizada
- Técnicas de servicio al cliente
- Paquete de office.
- Buena presencia.

### **Responsabilidades**

- Apertura de facturas, bien sean por persona o por habitación.
- Cargar todos los importes extras que realice el cliente.
- Llevar un control de todas las facturas emitidas.
- Hacer los cierres diarios de facturación.
- Cobro de facturas, tanto en efectivo como a crédito.
- Garantizar las facturas emitidas a crédito.
- Manejo de los proveedores.
- Reservación de tickets aéreos.
- Coordinación y manejo de logística en cuanto a inducciones o capacitaciones.
- Encargada de verificar el estado de la infraestructura del complejo.
- Coordinación de la valija interna junto con recepción.
- Apoyo directo al área de Talento humano (contratos, IESS, convenios de confidencialidad, primer acercamiento en entrevistas).
- Brindar soporte operativo y administrativo al jefe inmediato (Administrador de Operaciones Generales).
- Atender requerimientos de clientes internos y externos.
- Elaborar informes, reportes y cuadros estadísticos requeridos.
- Llevar agenda del gerente
- Coordinar reuniones



- Receptar y entregar documentos
- Hacer seguimiento a la documentación recibida y enviada
- Elaborar informes varios
- Y demás asignadas por el jefe inmediato
- Conocimientos de Tributación y normatividad de la SBS.
- Don de mando, liderazgo y trabajo en equipo.
- Buscar fuentes de financiamiento para la empresa, fuentes tales como préstamos, créditos.
- Depósitos bancarios.
- Revisar los estados de cuenta bancarios.
- Realizar pólizas de cheques o pago de proveedores.
- Realizar las declaraciones parciales y anuales.

#### ➤ **Recepcionista / Cajera**

Es el responsable de ejecutar todas las funciones que se le encomiendan dentro de su turno. La recepcionista de noche tiene además la potestad de tomar decisiones en ausencia del director y es el encargado de hacer los cierres y el balance de producción representa uno de los pilares básicos donde se apoya el negocio.

#### **Perfil**

- Título de Bachiller en Secretariado
- Manejo de la central telefónica
- Conocimientos sólidos de office
- Atención al cliente
- Excelente presencia
- Comunicación efectiva
- Actitud positiva

#### **Responsabilidades**

- Promotora y vendedora de habitaciones y servicios
- Atender llamadas telefónicas

- Recibe y atiende a los clientes
- Depositaria de quejas
- Realizar reservaciones
- Llenar los formatos para el control de los huéspedes
- Realizar las llamadas telefónicas necesarias, para brindar excelentes servicios.
- Controlar y coordinar las reservaciones.
- Mantener relaciones cordiales con el público en general.
- Buen manejo de relaciones interpersonales

### ➤ **Camareras y ama de llaves**

La camarera es la persona que se halla al frente del departamento y tiene la obligación de cuidar de la conservación del mobiliario, de la lencería (en el caso de que exista), de los productos de limpieza y del material y los utensilios que se utilicen en el día a día.

#### **Perfil**

- Título de Bachilleres
- Experiencia en atención al cliente
- Mujeres/Hombres
- Buena presencia

#### **Responsabilidades**

- Llevar el control de las habitaciones ocupadas para su limpieza.
- Cambiar los objetos del interior de las habitaciones como toallas, jabones papel higiénico, etc.
- Revisar la limpieza del complejo.
- Proporcionar herramientas para limpieza en general.
- Acomodar las camas y muebles de las habitaciones del complejo.
- Mantener limpia las habitaciones y sus alrededores.

## ➤ Personal de limpieza

### Perfil

- Título de Bachillerato
- Experiencia básica en cocina
- Disponibilidad de tiempo
- Experiencia en atención al cliente

### Responsabilidades

- Realizar la limpieza de las áreas asignadas
- Aseo de oficinas, pasillos, áreas comunes y baños
- Atender visitas (preparación de cafés, aromáticas, etc.)
- Atender los requerimientos de las diferentes áreas según las necesidades.

## ➤ Personal de mantenimiento

### Perfil

- Título de Bachillerato
- Experiencia básica en cocina
- Disponibilidad de tiempo
- Experiencia en atención al cliente
- Conocimientos en electricidad, jardinería, etc.

### Responsabilidades

- Evitar, reducir, y en su caso, reparar, las fallas sobre los bienes precitados.
- Disminuir la gravedad de las fallas que no se lleguen a evitar.
- Evitar incidentes y aumentar la seguridad para las personas.
- Conservar los bienes productivos en condiciones seguras y preestablecidas de operación.
- Alcanzar o prolongar la vida útil de los bienes.

## ➤ Guardia

## **Perfil**

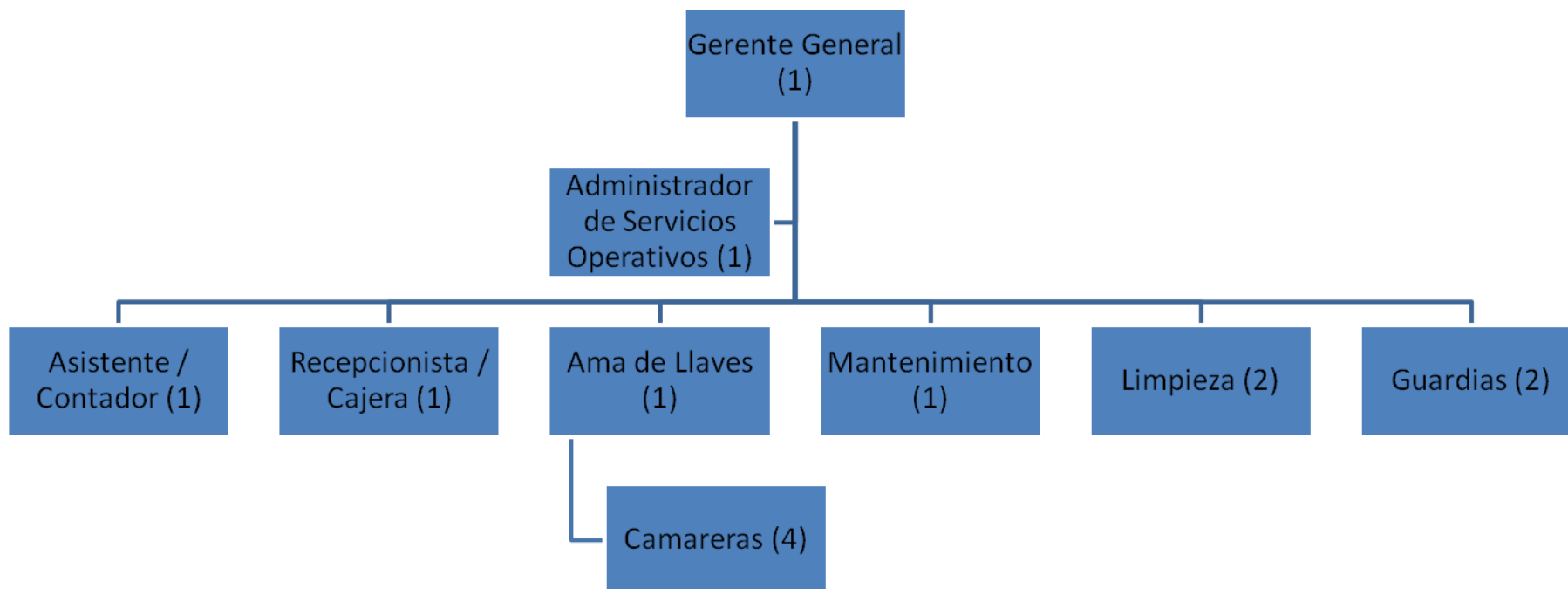
- Bachiller en cualquier especialidad
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares
- Poseer rasgos de personalidad, aptitudes perceptivas y psico-físicas adecuadas para la función a desempeñar.

## **Responsabilidades**

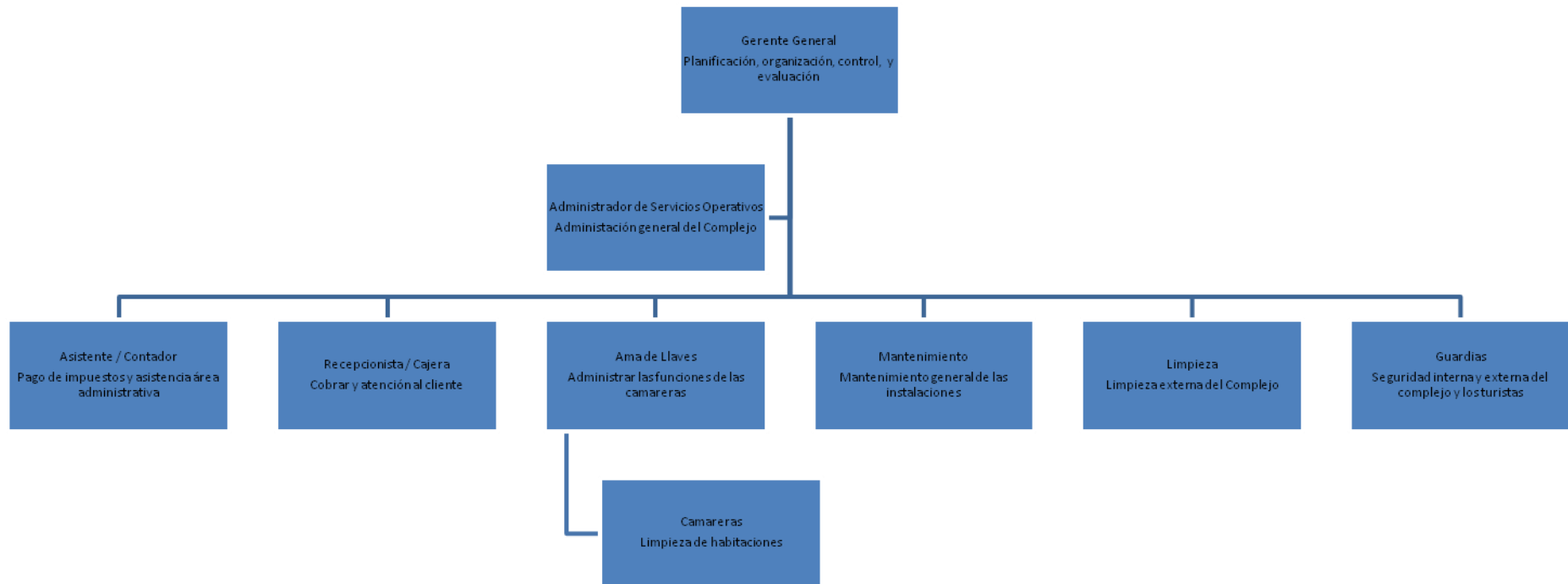
- Responsabilidad en el cumplimiento de actividades orientadas al control de entrada y salida de empleados, clientes, mercadería, vehículos.
- Organizado, metódico, ágil, proactivo, que posea don de mando
- Disposición para trabajar en turnos rotativos
- Habilidad de trabajo bajo presión y cumplimiento de rondas

### 3.14. Organigrama estructural del “complejo turístico el gran Quilotoa”

Cuadro No. 41: Organigrama estructural del “Complejo Turístico el Gran Quilotoa”



**Cuadro No. 42: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”**





Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Aq. Luis Moreno

### 3.15. Costos para la implementación del “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”

**Cuadro No. 43: Área terreno y valor del terreno**

| <b>INSTALACIÓN</b>                  | <b>ÁREA</b>                    |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| Alojamiento                         | 400 m <sup>2</sup>             |
| Hidromasaje                         | 150 m <sup>2</sup>             |
| Administración                      | 1000 m <sup>2</sup>            |
| Parqueadero                         | 500 m <sup>2</sup>             |
| Restaurante                         | 250 m <sup>2</sup>             |
| Bosque y senderos                   | 7700 m <sup>2</sup>            |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>10000 m<sup>2</sup></b>     |
| <b>Valor Unitario m<sup>2</sup></b> | <b>\$ 20 por m<sup>2</sup></b> |
| <b>VALOR TOTAL TERRENO</b>          | <b>\$ 20000</b>                |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

#### 3.15.1. Obras civiles

Este proyecto corresponde a la construcción de 8 cabañas las mismas que se distribuyen de la siguiente manera: 2 cabañas simples, 3 cabañas dobles y 3 cabañas triples, las mismas que tienen los siguientes acabados las paredes en fachaleta de ladrillo con piso flotante en el baño baldosa y las paredes de cerámica con duchas simples ventanas de madera.

El hidromasaje tiene los siguientes acabados: acabado en madera de las paredes, en el vestidor madera en el piso y paredes y en el hidromasaje es de baldosa y las paredes y ventanas de madera.

Mientras que el Snack-Bar el piso es de cerámica las paredes acabados en fachaleta de ladrillo, ventanas de madera baños de baldosa.

De igual manera tanto para el diseño como arquitectura interior fue elaborada por Alejandro Gutiérrez.



**Cuadro No. 44: Infraestructura**

| <b>INFRAESTRUCTURA</b>   |                 |                       |                      |
|--------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|
| <b>Descripción</b>       | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>         |
| Obra Civil Llave en Mano | 1               | \$ 166.171,50         | \$ 166.171,50        |
| <b>TOTAL</b>             |                 |                       | <b>\$ 166.171,50</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

A continuación presentamos los cuadros en los cuales se encuentra detallado los costos para cada una de las instalaciones y equipamiento del presente proyecto:

### **Mano de obra**

La mano de obra que vamos a utilizar es lo necesario para cubrir las necesidades de nuestro complejo y de esta manera cubrir los costos de una manera óptima.

### **Mano de obra directa**

Es la mano que se utiliza en las áreas que tienen una relación directa con la prestación del servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

**Cuadro No. 45: Presupuesto anual de mano de obra directa**

| <b>PRESUPUESTO ANUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA</b> |                    |                     |                    |
|--|--------------------|---------------------|--------------------|
| <b>Período</b>                                   | <b>Valor Anual</b> | <b>% Incremento</b> | <b>Valor Total</b> |
| 2013   | 39084              |                     | \$ 39.084,05       |
| 2014   | 42992              | 10%                 | \$ 42.992,45       |
| 2015   | 47292              | 10%                 | \$ 47.291,70       |
| 2016   | 52021              | 10%                 | \$ 52.020,87       |
| 2017   | 57223              | 10%                 | \$ 57.222,95       |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 46: Salarios mano de obra directa personal operativo**

| <b>Salarios Mano de Obra Directa Personal Operativo</b> |                           |                      |                   |             |                   |                         |                        |                             |                                    |
|---|---------------------------|----------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| <b>Año: 2012</b>  |                           |                      |                   |             |                   |                         |                        |                             |                                    |
| <b>(cifras en dólares)</b>                              |                           |                      |                   |             |                   |                         |                        |                             |                                    |
| <b>Cargo</b>  | <b>Número de Personal</b> | <b>Sueldo Básico</b> | <b>BENEFICIOS</b> |             |                   |                         |                        | <b>Total Beneficios</b>     | <b>Total sueldo más beneficios</b> |
|   |                           |                      | <b>13ro</b>       | <b>14to</b> | <b>Vacaciones</b> | <b>Fondo de reserva</b> | <b>Aporte patronal</b> |                             |                                    |
| Camareras   | 4                         | 1184                 | 98,67             | 24,33       | 49,33             | 98,67                   | 143,86                 | 414,85                      | 1598,85                            |
| Personal limpieza                                       | 2                         | 592                  | 49,33             | 24,33       | 24,67             | 49,33                   | 71,93                  | 219,59                      | 811,59                             |
| Recepcionista/Cajera                                    | 1                         | 300                  | 25,00             | 24,33       | 12,50             | 25,00                   | 36,45                  | 123,28                      | 423,28                             |
| Personal mantenimiento hidromasaje                      | 1                         | 300                  | 25                | 24,33       | 12,5              | 25                      | 36,45                  | 123,28                      | 423,28                             |
| <b>Total Sueldo Básico</b>                              | <b>8</b>                  | <b>2376</b>          |                   |             |                   |                         |                        |                             |                                    |
|   |                           |                      |                   |             |                   |                         |                        | <b>Total Sueldo Mensual</b> | <b>3.257,00</b>                    |
|   |                           |                      |                   |             |                   |                         |                        | <b>Total Sueldo Anual</b>   | <b>39084,05</b>                    |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## Mano de obra indirecta

Es la mano de obra que se utiliza en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

Dentro de esta clasificación pusimos la mano de obra Administrativa.

**Cuadro No. 47: Presupuesto anual de mano de obra indirecta**

| <b>PRESUPUESTO ANUAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA</b> |                    |                     |                    |
|--|--------------------|---------------------|--------------------|
| <b>Período</b>                                     | <b>Valor Anual</b> | <b>% Incremento</b> | <b>Valor Total</b> |
| 2013   | 41415              |                     | \$ 41,415.28       |
| 2014   | 45557              | 10%                 | \$ 45,556.81       |
| 2015   | 50112              | 10%                 | \$ 50,112.49       |
| 2016   | 55124              | 10%                 | \$ 55,123.74       |
| 2017   | 60636              | 10%                 | \$ 60,636.12       |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 48: Sueldos personal administrativo**

| Sueldos Personal Administrativo    |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
|------------------------------------|--------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Año: 2012                          |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
| (cifras en dólares)                |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
| Cargo                              | Número de Personal | Sueldo Básico | BENEFICIOS |       |            |                  |                 | Total Beneficios            | Total sueldo más beneficios |
|                                    |                    |               | 13ro       | 14to  | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal |                             |                             |
| Gerente                            | 1                  | 700           | 58,33      | 24,33 | 29,17      | 58,33            | 85,05           | 255,21                      | 955,21                      |
| Servicios profesionales Contador   | 1                  | 550           | 0,00       | 0     | 0,00       | 0,00             | 0,00            | 0,00                        | 550,00                      |
| Asistente/Contador                 | 1                  | 294           | 24,50      | 24,33 | 12,25      | 24,50            | 35,72           | 121,30                      | 415,30                      |
| Administrador Servicios operativos | 1                  | 522,5         | 43,54      | 24,33 | 21,77      | 43,54            | 63,48           | 196,67                      | 719,17                      |
| <b>Total Sueldo Básico</b>         | <b>4</b>           | <b>700</b>    |            |       |            |                  |                 | <b>Total Sueldo Mensual</b> | <b>2.639,68</b>             |
|                                    |                    |               |            |       |            |                  |                 | <b>Total Sueldo Anual</b>   | <b>31676,19</b>             |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 49: Sueldos mano de obra indirecta**

| Sueldos Mano de Obra Indirecta |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
|--------------------------------|--------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Año: 2012                      |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
| (cifras en dólares)            |                    |               |            |       |            |                  |                 |                             |                             |
| Cargo                          | Número de Personal | Sueldo Básico | BENEFICIOS |       |            |                  |                 | Total Beneficios            | Total sueldo más beneficios |
|                                |                    |               | 13ro       | 14to  | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal |                             |                             |
| Guardias                       | 2                  | 592           | 49,33      | 24,33 | 24,67      | 49,33            | 71,93           | 219,59                      | 811,59                      |
| <b>Total Sueldo Básico</b>     | <b>2</b>           | <b>592</b>    |            |       |            |                  |                 | <b>Total Sueldo Mensual</b> | <b>811,59</b>               |
|                                |                    |               |            |       |            |                  |                 | <b>Total Sueldo Anual</b>   | <b>9739,10</b>              |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## Materiales

Los materiales o suministros son los elementos básicos que se transforman en productos terminados a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción o servicio (GestioPolis, 2001).

### Costos indirectos: herramientas, equipos, muebles y enseres

Es aquel que no se puede identificar específicamente con un producto, proceso, trabajo o centro de responsabilidad.

**Cuadro No. 50: Terreno**

| <b>TERRENO</b>                      |                 |                       |                     |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Descripción</b>                  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>        |
| Terreno en la Parroquia de Zumbahua | 10000 m2        | \$ 6,50               | \$ 65.000,00        |
| <b>TOTAL</b>                        |                 |                       | <b>\$ 65.000,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 51: Maquinaria y equipos de la sala hidromasaje**

| <b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LA SALA HIDROMASAJE</b> |                 |                       |                     |
|--|-----------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Descripción</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>        |
| Tina hidromasaje 8 personas                        | 5               | \$ 3.800,00           | \$ 19.000,00        |
| Juego tina hidromasaje temple cromo                | 5               | \$ 425,40             | \$ 2.127,00         |
| Calefón  | 3               | \$ 483,00             | \$ 1.449,00         |
| <b>TOTAL</b>                                       |                 |                       | <b>\$ 22.576,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 52: Muebles enseres y equipos habitaciones**

| <b>MUEBLES ENSERES Y EQUIPOS HABITACIONES</b> |                 |                       |                    |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                            | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Cama de 2 plazas con velador incluido         | 8               | \$ 180,00             | \$ 1.440,00        |
| Camas literas                                 | 9               | \$ 220,00             | \$ 1.980,00        |
| Armarios móviles                              | 14              | \$ 150,00             | \$ 2.100,00        |
| Mini salas                                    | 3               | \$ 300,00             | \$ 900,00          |
| Colchón continental 1 y media plaza           | 18              | \$ 183,56             | \$ 3.304,08        |
| Colchón continental 2 plazas                  | 8               | \$ 234,96             | \$ 1.879,68        |
| TV 22" LCD MD USB                             | 8               | \$ 503,99             | \$ 4.031,92        |
| <b>TOTAL</b>                                  |                 |                       | <b>\$ 4.031,92</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 53: Muebles y equipos recepción**

| <b>MUEBLES Y EQUIPOS RECEPCIÓN</b>                       |                 |                       |                    |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                                       | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Módulo de Trabajo En L                                   | 1               | \$ 190,00             | \$ 190,00          |
| Sillón doble   | 1               | \$ 120,00             | \$ 120,00          |
| Archivador   | 1               | \$ 120,00             | \$ 120,00          |
| Teléfono Panasonic KX-TG6541                             | 1               | \$ 89,00              | \$ 89,00           |
| Caja Registradora  | 1               | \$ 320,00             | \$ 320,00          |
| Silla Para Espera Bi Y Tri Personal Tipo Tandem Tapizada | 2               | \$ 86,00              | \$ 172,00          |
| <b>TOTAL</b>   |                 |                       | <b>\$ 1.011,00</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 54: Muebles y equipos sala de estar**

| <b>MUEBLES Y EQUIPOS SALA DE ESTAR</b>                        |                 |                       |                    |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Comedor para STAR Mesa Y 6 Sillas Modernas Minimalistas Recto | 1               | \$ 580,00             | \$ 580,00          |
| TV 40" LCD MD USB   | 1               | \$ 1.007,99           | \$ 1.007,99        |
| Sofá para 3 personas  | 1               | \$ 420,00             | \$ 420,00          |
| Sofá individual   | 3               | \$ 180,00             | \$ 540,00          |
| Sofá doble  | 2               | \$ 350,00             | \$ 700,00          |
| Minicomponente 100W, USB, CD, Radio                           | 1               | \$ 199,79             | \$ 199,79          |
| Mesa central  | 1               | \$ 120,00             | \$ 120,00          |
| Centro de entretenimiento                                     | 1               | \$ 450,00             | \$ 450,00          |
| Librero Lineal Moderno Minimalista L005                       | 1               | \$ 300,00             | \$ 300,00          |
| LG CINE DH3120S CASA  | 1               | \$ 171,00             | \$ 171,00          |
| <b>TOTAL</b>  |                 |                       | <b>\$ 2.900,79</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 55: Muebles y enseres administración**

| <b>MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN</b>                     |                 |                       |                    |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Módulos   | 3               | \$ 190,50             | \$ 571,50          |
| Silla Malla Alta Con Apoya Cabezas Regulable Y Apoyo Lumbar | 3               | \$ 156,00             | \$ 468,00          |
| Archivador vertical   | 3               | \$ 120,00             | \$ 360,00          |
| Silla Con Brazos Tapizadas En Tela O Cuerina Varios Colores | 3               | \$ 32,14              | \$ 96,42           |
| <b>TOTAL</b>  |                 |                       | <b>\$ 1.495,92</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores



**Cuadro No. 56: Equipos de oficina**

| <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>           |                 |                       |                  |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>     |
| Teléfono Panasonic KX-TG4023<br>x 3 | 1               | \$ 110,00             | \$ 110,00        |
| Impresora matricial                 | 1               | \$ 205,00             | \$ 205,00        |
| <b>TOTAL</b>                        |                 |                       | <b>\$ 315,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 57: Equipos de computación**

| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>              |                 |                       |                    |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                         | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Computadora de Escritorio<br>TOSHIBA DX735 | 4               | \$ 799,00             | \$ 3.196,00        |
| Impresora multifunción/fax/ scanner        | 1               | \$ 405,50             | \$ 405,50          |
| <b>TOTAL</b>                               |                 |                       | <b>\$ 3.601,50</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 58: Muebles y equipos guardianía**

| <b>MUEBLES Y EQUIPOS GURDIANIA</b> |                 |                       |                  |
|------------------------------------|-----------------|-----------------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b>     |
| Escritorio                         | 1               | \$ 300,00             | \$ 300,00        |
| Silla                              | 2               | \$ 25,50              | \$ 51,00         |
| Teléfono DTP215BLK<br>ID/PANTALLA  | 1               | \$ 21,90              | \$ 21,90         |
| <b>TOTAL</b>                       |                 |                       | <b>\$ 372,90</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 59: Equipos de seguridad contra incendios**

| <b>EQUIPOS DE SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS</b> |                 |                 |                        |                 |                  |
|--|-----------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                           | <b>Cantidad</b> | <b>Unidades</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>     |
| Extintores CO3                               | 2               | Unidades        | \$ 60,00               | \$ 10,00        | \$ 120,00        |
| Tanque de Reserva 1000 lt                    | 1               | Unidades        | \$ 100,00              | \$ 8,33         | \$ 100,00        |
| <b>TOTAL</b>                                 |                 |                 |                        | <b>\$ 18,33</b> | <b>\$ 220,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## Materiales directos

Son aquellos que pueden identificarse con la producción de un artículo terminado, que pueden asociarse fácilmente al producto y que representan un costo importante del producto terminado (GestioPolis, 2001).

**Cuadro No. 60: Materiales de hidromasaje**

| <b>MATERIALES DE HIDROMASAJE</b> |                 |                       |                 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| <b>Descripción</b>               | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>    |
| Gorros de baño                   | 20              | \$ 3,50               | \$ 70,00        |
| <b>TOTAL</b>                     |                 |                       | <b>\$ 70,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 61: Materiales de hospedaje**

| <b>MATERIALES DE HOSPEDAJE</b> |                 |                       |                   |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Descripción</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>      |
| Cobija tigre 1 y media plaza   | 18              | \$ 15,00              | \$ 270,00         |
| Cobija tigre 2 plazas          | 8               | \$ 20,00              | \$ 160,00         |
| Espejos                        | 12              | \$ 25,00              | \$ 300,00         |
| Sábanas 2 plazas               | 8               | \$ 78,99              | \$ 631,92         |
| Sábana 1 y media plaza         | 18              | \$ 69,62              | \$ 1.253,16       |
| Cubrecama 2 plazas             | 8               | \$ 159,26             | \$ 1.274,08       |
| Cubrecama 1 y media plaza      | 18              | \$ 107,99             | \$ 1.943,82       |
| Almohadas                      | 34              | \$ 4,44               | \$ 150,96         |
| Cortina de baño                | 9               | \$ 5,28               | \$ 47,52          |
| <b>TOTAL</b>                   |                 |                       | <b>\$6.031,46</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 62: Servicios básicos**

| <b>SERVICIOS BÁSICOS</b> |                      |                    |
|--------------------------|----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>       | <b>Valor Mensual</b> | <b>Valor Anual</b> |
| Luz eléctrica            | \$ 120,00            | \$ 720,00          |
| Agua potable             | \$ 25,00             | \$ 300,00          |
| Servicio de Cable        | \$ 297,36            | \$ 3.568,32        |
| Teléfono                 | \$ 30,00             | \$ 360,00          |
| <b>TOTAL</b>             | <b>\$ 472,36</b>     | <b>\$ 4.948,32</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 63: Útiles de aseo**

| <b>UTILES DE ASEO</b>     |               |                 |                       |                   |
|---------------------------|---------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Descripción</b>        | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b>      |
| Escoba                    | Unidades      | 10              | \$ 1,00               | \$ 10,00          |
| Trapeador                 | Unidades      | 10              | \$ 1,50               | \$ 15,00          |
| Jabón liquido             | Galón         | 3               | \$ 10,00              | \$ 30,00          |
| Antihongos hidromasaje    | Galones       | 5               | \$ 12,00              | \$ 60,00          |
| Antibacterial hidromasaje | Galones       | 5               | \$ 15,00              | \$ 75,00          |
| Desinfectante             | Litros        | 8               | \$ 6,70               | \$ 53,60          |
| Basureros GRANDES         | Unidades      | 15              | \$ 22,39              | \$ 335,85         |
| Basureros PEQUEÑOS        | Unidades      | 24              | \$ 17,33              | \$ 415,92         |
| Cloro                     | Galón         | 6               | \$ 4,95               | \$ 29,70          |
| rollo de papel higiénico  | Docena        | 3               | \$ 5,04               | \$ 15,12          |
| cepillo para sanitarios   | Unidades      | 6               | \$ 2,50               | \$ 15,00          |
| balde                     | Unidades      | 4               | \$ 3,54               | \$ 14,16          |
| Toalla cuerpo             | Unidades      | 15              | \$ 9,00               | \$ 135,00         |
| Toalla tocador            | Unidades      | 40              | \$ 9,89               | \$ 395,60         |
| Recogedor de basura       | Unidades      | 4               | \$ 1,45               | \$ 5,80           |
| limpiador de vidrios      | Unidades      | 5               | \$ 5,00               | \$ 25,00          |
| Detergente                | 5 kilos       | 2               | \$ 7,45               | \$ 14,90          |
| <b>TOTAL</b>              |               |                 | <b>\$ 134,74</b>      | <b>\$1.645,65</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 64: Útiles de oficina**

| <b>UTILES DE OFICINA</b> |  |                       |                  |
|--------------------------|--|-----------------------|------------------|
| <b>Cantidad</b>          | <b>Descripción</b>                           | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>     |
| 6                        | Perforadora                                  | \$ 6,24               | \$ 37,44         |
| 6                        | caja de grapas x1000                         | \$ 0,22               | \$ 1,32          |
| 6                        | Grapadoras                                   | \$ 3,14               | \$ 18,84         |
| 6                        | Saca grapas                                  | \$ 0,30               | \$ 1,80          |
| 2                        | Caja de lápices x 12 unidades                | \$ 3,19               | \$ 6,38          |
| 6                        | Cajas de clip x 80 unidades                  | \$ 1,27               | \$ 7,62          |
| 4                        | Archivadores de escritorio                   | \$ -                  | \$ -             |
| 2                        | Cajas de esferos varios colores x 6 unidades | \$ 2,15               | \$ 4,30          |
| 6                        | Cinta adhesiva                               | \$ 0,48               | \$ 2,88          |
| 4                        | Caja de marcadores x 2 unidades              | \$ 2,45               | \$ 9,80          |
| 6                        | Porta scotch                                 | \$ 2,49               | \$ 14,94         |
| 6                        | Tijeras                                      | \$ 0,81               | \$ 4,86          |
| 12                       | Cuadernos académicos                         | \$ 1,28               | \$ 15,36         |
| 6                        | Calculadoras                                 | \$ 5,06               | \$ 30,36         |
| 2                        | Cajas de resaltadores x 3 unidades           | \$ 2,02               | \$ 4,04          |
| 6                        | Resmas de hojas                              | \$ 3,80               | \$ 22,80         |
| 1                        | Pizarra de tiza liquida                      | \$ 40,00              | \$ 40,00         |
| <b>TOTAL</b>             |  | <b>\$ 74,90</b>       | <b>\$ 222,74</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 65: Insumos de seguridad industrial**

| <b>INSUMOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL</b> |                 |                 |                        |                 |                  |
|--|-----------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                     | <b>Cantidad</b> | <b>Unidades</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>     |
| Uniforme                               | 11              | Unidades        | \$ 35,00               | \$ 32,08        | \$ 385,00        |
| Malla cubre cabelle                    | 7               | Unidades        | \$ 3,60                | \$ 2,10         | \$ 25,20         |
| Guantes                                | 21              | Unidades        | \$ 1,58                | \$ 2,77         | \$ 33,18         |
| Caja mascarilla x 50 unidades          | 3               | Unidades        | \$ 5,60                | \$ 1,40         | \$ 16,80         |
| <b>TOTAL</b>                           |                 |                 |                        | <b>\$ 38,35</b> | <b>\$ 460,18</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 66: Reparación y mantenimiento maquinaria**

| <b>REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA</b> |                 |                  |
|--|-----------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                           | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>     |
| 2% Maquinaria Equipo                         | \$ 37,63        | \$ 451,52        |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>\$ 37,63</b> | <b>\$ 451,52</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 67: Seguro planta maquinaria y equipo**

| <b>SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO</b> |                  |                    |
|--|------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                       | <b>Mensual</b>   | <b>Anual</b>       |
| Seguros Siniestros                       | \$ 183,33        | \$ 2.200,00        |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>\$ 183,33</b> | <b>\$ 2.200,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 68: Adecuaciones y arreglos de planta**

| <b>ADECUACIONES Y ARREGLOS DE PLANTA</b> |                 |                  |
|--|-----------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                       | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>     |
| Infraestructura                          | \$ 50,00        | \$ 600,00        |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>\$ 50,00</b> | <b>\$ 600,00</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 69: Mantenimiento y reparación muebles y equipos**

| <b>MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN MUEBLES Y EQUIPOS</b> |                 |                  |
|---|-----------------|------------------|
| <b>Descripción</b>                                  | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>     |
| 2% Muebles y Equipos Servicio                       | \$ 13,86        | \$ 166,33        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>\$ 13,86</b> | <b>\$ 166,33</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 70: Gastos de ventas**

| <b>GASTO DE VENTAS</b>         |                 |                 |                        |                  |                   |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|------------------------|------------------|-------------------|
| <b>Descripción</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Unidades</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Mensual</b>   | <b>Anual</b>      |
| Publicidad medios comunicación | 1               | UNIDADES        | \$ 1.005,00            | \$ 83,75         | \$ 1.005,00       |
| Papelería comercial            | 1               | UNIDADES        | \$ 850,00              | \$ 70,83         | \$ 850,00         |
| <b>TOTAL</b>                   |                 |                 |                        | <b>\$ 154,58</b> | <b>\$1.855,00</b> |

**Fuente: Investigación propia**

**Elaborado por: Los autores**

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

#### **Creación:**

Resolución No. 066 del 11 de diciembre de 1996 - Registro Oficial N° 92 del 19 de Diciembre de 1996

#### **Extensión:**

149.900 hectáreas.

#### **Ubicación:**

Localizada en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, la Reserva Ecológica Los Ilinizas está ubicada en el sector Centro Sierra y en particular en la Cordillera Occidental de los Andes, entre los sectores de la Cordillera Lelia, Cerros Ilinizas, El Corazón, Jaragua Alto, Tenufuerte y la Laguna Quilotoa (MAE, 1996), entre los ríos Toachi y Angamarca.

#### **Rango altitudinal:**

Se encuentra en un rango altitudinal que va de los 800 a los 5.265 msnm.

#### **Precipitación:**

500 – 3000 mm, Quilotoa con un radio de 500 metros alrededor de ella.

#### **Geología:**

Estribaciones exteriores de la cordillera Occidental de los Andes.

Con tres sub paisajes: estribaciones altas, estribaciones medias y estribaciones bajas; Sierra alta; Vertientes interiores de la cordillera Occidental de los Andes: con dos sub paisajes: vertientes altas, y vertientes medias.

### **Clima:**

En la zona subtropical, la temperatura varía de 22°C a 10°C, mientras que en la zona andina la temperatura varía de 18°C a 2°C.

La zona de estudio se ve claramente influenciada por dos pisos climáticos una zona de alta montaña con una temperatura de 8 a 10 grados y otra por la zona subtropical entre 18 y 20 grados.

La humedad relativa promedio anual del aire es del 87%.

### **Tipos de vegetación:**

Bosque siempre verde pie-montano; Bosque siempre verde montano bajo; Bosque de neblina montano; Bosque siempre verde montano alto; Páramo herbáceo; Páramo seco; Gelidofita

### **Flora:**

Una de las características que aumenta la importancia en los esfuerzos de conservación de un área protegida es la existencia de especies endémicas y aún más si están local y globalmente amenazadas. Es por esto que con base en el Libro Rojo de Plantas Endémicas del Ecuador (Valencia et al. 2000) se enfatiza la posible existencia de 292 especies endémicas para la RELI, entre ellas 41 confirmadas.

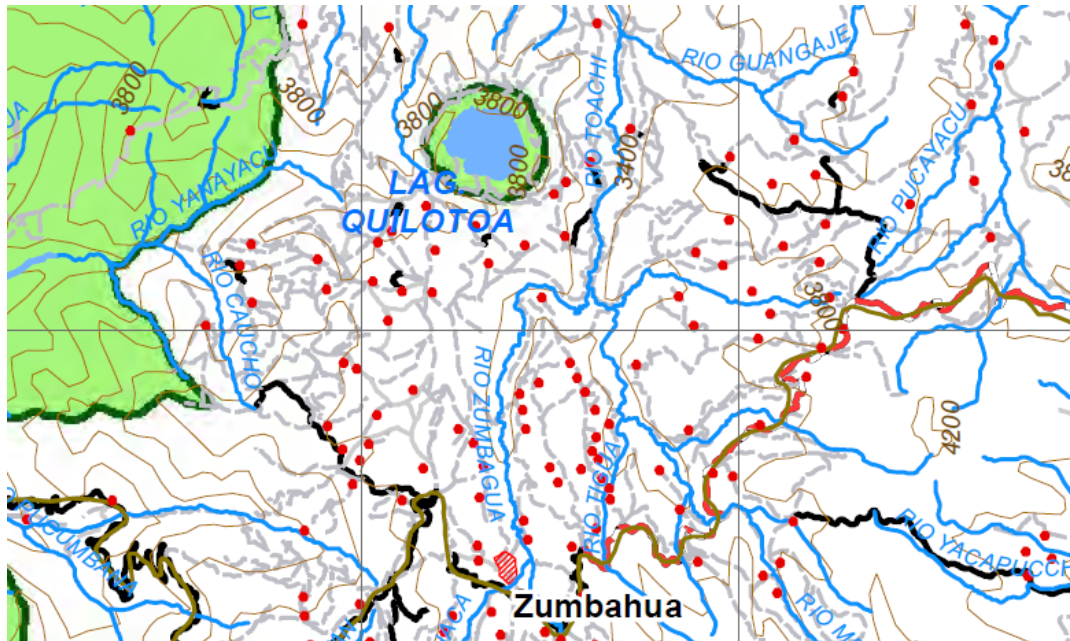
### **Fauna:**

Se pudo obtener un listado de 386 especies de aves agrupadas en 50 familias. Para los anfibios se obtuvo una lista de 66 especies, agrupando a 43 anfibios y

23 reptiles. En cuanto a mamíferos silvestres se registraron 64 especies agrupadas en 11 órdenes, 26 familias y 49 géneros.

### Cómo llegamos:

Gráfico No. 31: Como Llegamos



Existen algunos accesos que llevan hasta los límites o el interior de la Reserva. Para llegar a la Laguna de Quilotoa desde Quito se debe tomar la panamericana sur hacia la ciudad de Latacunga (95 km). Al llegar al primer semáforo se gira a la derecha y se toma la vía a Pujilí y se continúa hacia el poblado de Zumbahua (66 km). Normalmente se encuentran en muy mal estado y todos requieren de vehículos doble tracción. La asesoría de los lugareños es de gran ayuda para internarse en la zona (Ambiente).

La zona comprendida entre la Cordillera de Zarapullo y la de Tenufuerte que involucra a los cerros Ilinizas, Corazón y a la laguna del cráter Quilotoa, tiene una extensión aproximada de 156.900 has., es un área muy importante debido a la riqueza biológica de sus bosques occidentales; principalmente de los bosques de ceja andina y bosques nublados que constituyen formaciones vegetales muy



especiales por su alta productividad biológica; son el hábitat de numerosas especies endémicas de gran valor ecológico, alimenticio y comercial.

Esta área se puede convertir en un espacio trascendental para la conservación de la cuenca receptora del Toachi y Pilatón. Permitiendo que se mantenga la vida útil del Proyecto Hidroeléctrico que el Consejo Provincial de Pichincha pretende construir aguas abajo. Por sus características ecológicas, el área también puede ser utilizada con fines de investigación, educación, recreación y turismo. Sin embargo de que ciertas áreas como la Cantera, Cerro Azul, las Pampas, Zarpullo, están sujetas a diferentes presiones humanas que amenazan la integridad del ecosistema, con graves efectos ecológicos, económicos y sociales.

En la zona del Quilotoa, la presencia del MAE es nula, a pesar de que la zona está dedicada a las actividades de turismo. Estas actividades se manejan de forma convencional sin considerar que es parte del Área Protegida. El MITUR desarrolla gestión por lo menos con dos grupos locales que impulsan el turismo local. Es evidente la necesidad de desarrollar un trabajo interministerial que permita fortalecer y desarrollar las actividades señaladas, dentro de un marco de gestión legal.

La laguna Quilotoa y sus alrededores, que forma parte de la REI, no tiene ningún tipo de gestión y/o presencia de la autoridad ambiental en este caso el MAE. La actual gestión y administración de este centro turístico lo han tomado las comunidades indígenas, que con el apoyo de otras organizaciones, especialmente el Ministerio de Turismo, están desarrollando una prometedora gestión turística de la zona, incluso tienen establecidas tasas de ingreso a estos lugares.

La laguna del Quilotoa está ubicada a 15 kilómetros del poblado de Zumbahua, se trata de una formación que se asienta en el fondo del cráter del mismo nombre, en la cordillera de Chugchilán (Ambiente).

En la actualidad la laguna del Quilotoa y sus alrededores, está siendo manejada por los comuneros, los mismos que mediante gestión propia y con el apoyo del Consejo Provincial de Cotopaxi y el respaldo de la Junta Parroquial de Zumbahua, han firmado un convenio de cooperación con la Organización

Maquita Cusunchig (MCCH), y el Ministerio de Turismo, para ejecutar un proyecto de desarrollo, por un período de 5 años y con un monto de \$ 5 millones de dólares. Éste proyecto está orientado hacia el fortalecimiento de actividades relacionadas con el turismo (infraestructura, capacitación, promoción) y también el apoyo a actividades agro productivas a 6 comunidades cercanas.

En la actualidad disponen de infraestructura física turística (hospedaje, comedores, cabañas promocionales de artesanías, sanitarios, información y rotulación). La laguna del Quilotoa, tiene 2 accesos carrozables, la primera es una vía pavimentada que llega a la comunidad, mientras que el otro acceso es por el sector de Macapuma, con una vía lastrada en condiciones aceptables.

El primer acceso al sector de la Laguna, está siendo controlado por la organización comunitaria, ellos cobran la entrada de \$1 para nacionales y \$2 para extranjeros, esta actividad está regulada por el MINTUR y de acuerdo a los datos de la organización se tiene un promedio de 600 visitantes mensuales.

El segundo acceso, por el sector de Macapuma hacia la Reserva Shalalá, está siendo controlado por una organización de 5 comunidades y disponen de un centro turístico, el mismo que pese a que fue construido hace 10 años, no ha podido funcionar de manera continua y adecuada por una serie de problemas internos y de rencillas con las comunidades cercanas, en la actualidad se han llegado a acuerdos y existe el compromiso de sacar adelante este proyecto (Ambiente).

Es importante considerar la ubicación estratégica no solo de la laguna del Quilotoa, sino de la zona de Zumbahua, la misma que en la actualidad tiene un sistema socio-organizativo fuerte y por lo tanto esta es una oportunidad que tiene que ser analizada.

Las zonas Corazón, los Ilinizas y el Quilotoa, sobre los 3 400 msnm, se han desarrollado encima de materiales volcánicos recientes, cubiertos con proyecciones volcánicas, que han dado lugar a suelos negros, húmedos y orgánicos, cubiertos con una vegetación herbácea natural de pajonal (MAE 1996).

“Volcán Quilotoa: volcán activo con un cráter y una caldera redonda. Su última erupción ocurrió aproximadamente hace 800 años y los flujos de lanares causadas por erupciones pasadas son visibles al norte del mismo” (Manrique 2006).

Laguna de Quilotoa (3 500 msnm): Es una laguna de origen volcánico, con un espejo de agua de 3,10 km<sup>2</sup>. La precipitación media anual en el sector es de 1 000 mm y la temperatura media de 12,5 °C. Sus aguas verdes y su forma redondeada tan particular, son fáciles de reconocer incluso desde el aire.

En un día despejado es posible ubicarla desde un avión comercial que se aproxime a Quito por el sur. En tierra, se puede llegar por la vía que conduce a Pujilí, cerca de 10 km de la población de Zumbahua, que se ubica sobre la vía Latacunga-Quevedo.

- Para la eliminación del impacto ambiental en nuestro complejo hemos propuesto las siguientes estrategias:
- Se recibirá los desechos de acuerdo a su tipo.
- Se destinará una área para la siembra de bosques, jardines y espacios verdes para el relax (Ambiente).
- El estilo de arquitectura guardará armonía con el ecosistema.
- Existirán avisos que alerten a los visitantes e incentiven a cuidar la naturaleza.

En este caso al encontrarse el Complejo Turístico ubicado en un área protegida el mismo que obtendrá desechos sólidos de carácter doméstico y es por ello que hemos clasificado de la siguiente manera:

- Papeles
- Vidrio
- Basura orgánica
- Envolturas que no pueden ser separadas, madera, metal, cables, plásticos gruesos y materiales duros de embalaje, objetos infectos contagiosos

(Toallas sanitarias, papel higiénico, pañuelos faciales, condones, jeringas, agujas, hojas de afeitar, pastillas, etc.).

Los desechos y basura los hemos clasificados como basura orgánica, y es por ello que el impacto ambiental producido por estos desechos no causan ningún daño ambiental, no hay riesgos para la salud humana o animal; además toda la Basura Orgánica producida por el complejo turístico, será entregada a diferentes comuneros, estas personas utilizan los desperdicios como fuente de abono y como alimento para porcinos, fuente importante de subsistencia para estas familias.

Entregaremos al recolector de Basura Municipal, la basura en sus respectivos tachos separados según la clasificación que mencionamos anteriormente. Las botellas de vidrio, plástico, cartones y papeles en buen estado, son manejados por Botelleros y personas que se dedican a la recolección, algunos comuneros suelen pedir esta clase de desechos para comercializarlos y de esta manera reintroducir al ciclo productivo (Ambiente).

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio es importante para saber la factibilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y de esta manera determinamos cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas. (LuisFer, 2012)

El estudio técnico, administrativo, leal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer can rentable es su oportunidad de negocio.

#### **5.1. Presupuestos**

El presupuesto nos servirá para saber el cálculo anticipado de los ingresos y gastos del presente proyecto.

De esta manera al finalizar cada año podremos formular un plan o programa de mejoras o cambios para nuestro complejo.

#### **5.2. Presupuesto de inversión**

Tenemos la siguiente clasificación:

#### **5.3. Activo fijos**

Para determinar los Activos Fijos de nuestro complejo hemos tomado en cuenta todo lo que representa los requisitos físicos que son esenciales para la puesta en marcha de nuestro complejo.

**Cuadro No. 71: Inversión inicial del proyecto**

| <b>Inversión Inicial del Proyecto</b> |                      |
|---------------------------------------|----------------------|
| <b>Detalle</b>                        | <b>Valor</b>         |
| Inversión en Activos Fijos            | \$ 267.476,53        |
| Inversión Capital de Trabajo          | \$ 8.409,30          |
| <b>Total</b>                          | <b>\$ 275.885,83</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 72: Presupuesto de inversiones**

| <b>“COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” PRESUPUESTO DE INVERSIONES</b> |                  |                     |                      |
|---|------------------|---------------------|----------------------|
| <b>EN DÓLARES</b>   |                  |                     |                      |
| <b>Descripción</b>  | <b>Sub-Total</b> | <b>Total Anual</b>  | <b>Total Mensual</b> |
| <b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>  |                  |                     |                      |
| <b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>                                       |                  |                     |                      |
| <b>TERRENO</b>  | \$ 65,000.00     | \$ 65,000.00        |                      |
| <b>INFRAESTRUCTURA</b>  | \$ 166,171.50    | \$166,171.50        |                      |
| <b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LA SALA HIDROMASAJE</b>                      |                  | <b>\$ 22,576.00</b> |                      |
| Tina hidromasaje 8 personas   | \$ 19,000.00     |                     |                      |
| Juego tina hidromasaje temple cromo                                     | \$ 2,127.00      |                     |                      |
| Calefón   | \$ 1,449.00      |                     |                      |
| <b>MUEBLES Y EQUIPOS SERVICIO</b>                                       |                  | <b>\$ 8,316.61</b>  |                      |
| Muebles enseres y equipos habitaciones                                  | \$ 4,031.92      |                     |                      |
| Muebles y equipos recepción   | \$ 1,011.00      |                     |                      |
| Muebles y equipos guardianía  | \$ 372.90        |                     |                      |
| Muebles y equipos sala de estar   | \$ 2,900.79      |                     |                      |
| <b>MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS ADMINISTRACION</b>                        |                  | <b>\$ 5,412.42</b>  |                      |
| Muebles y enseres administración  | \$ 1,495.92      |                     |                      |
| Equipos de oficina  | \$ 315.00        |                     |                      |
| Equipos de computación  | \$ 3,601.50      |                     |                      |
| <b>TOTAL INVERSIONES PROPIEDAD , PLANTA Y EQUIPO</b>                    |                  | <b>\$267,476.53</b> | <b>\$21,984.37</b>   |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

| <b>“COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA” PRESUPUESTO DE INVERSIONES</b> |                 |                     |                      |
|---|-----------------|---------------------|----------------------|
| <b>EN DÓLARES</b>   |                 |                     |                      |
| <b>Descripción</b>  | <b>Subtotal</b> | <b>Total Anual</b>  | <b>Total Mensual</b> |
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b>   |                 |                     |                      |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>   |                 |                     |                      |
| <b>COSTO PRIMO</b>  |                 | <b>\$ 45,185.51</b> | <b>\$ 3,713.88</b>   |
| Insumos   | \$ 6,101.46     |                     | \$ 501.49            |
| Mano de obra directa  | \$ 39,084.05    |                     | \$ 3,212.39          |
| <b>COSTOS INDIRECTOS DE SERVICIO</b>                                    |                 | <b>\$ 22,410.48</b> | <b>\$ 1,841.96</b>   |
| Insumos indirectos  | \$ -            |                     |                      |
| Depreciaciones infraestructura  | \$ 7,893.15     |                     |                      |
| Depreciaciones maquinaria y equipo                                      | \$ 2,031.84     |                     |                      |
| Depreciaciones muebles y equipo de servicio                             | \$ 748.49       |                     |                      |
| Equipo de seguridad contra incendios                                    | \$ 220.00       |                     |                      |
| Servicios básicos   | \$ 4,948.32     |                     |                      |
| Gastos de constitución  | \$ 1,045.00     |                     |                      |
| Útiles de aseo  | \$ 1,645.65     |                     |                      |
| Insumos de seguridad industrial   | \$ 460.18       |                     |                      |
| Reparación y mantenimiento maquinaria                                   | \$ 451.52       |                     |                      |
| Seguro planta maquinaria y equipo                                       | \$ 2,200.00     |                     |                      |
| Adecuaciones y arreglos de planta                                       | \$ 600.00       |                     |                      |
| Mantenimiento y reparación muebles y equipos                            | \$ 166.33       |                     |                      |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>   |                 | <b>\$ 32,862.20</b> | <b>\$ 2,701.00</b>   |
| Sueldo personal administrativo  | \$ 31,676.19    |                     |                      |
| Útiles de oficina   | \$ 222.74       |                     |                      |
| Depreciación muebles y enseres  | \$ 134.63       |                     |                      |
| Depreciación equipos de oficina   | \$ 28.35        |                     |                      |
| Depreciación equipos de computación                                     | \$ 800.29       |                     |                      |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>   |                 | <b>\$ 1,855.00</b>  | <b>\$ 152.47</b>     |
| Publicidad  | \$ 1,855.00     |                     |                      |
| <b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>                                   |                 | <b>\$102,313.19</b> | <b>\$ 8,409.30</b>   |
| <b>TOTAL INVERSIONES</b>  |                 | <b>\$369,789.72</b> | <b>\$ 21,984.37</b>  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

#### 5.4. Capital de trabajo

Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo.

El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella (Definición de, 2008).

**Cuadro No. 73: Resumen capital de trabajo**

| <b>Resumen Capital de Trabajo<br/>(Año 2013, en dólares)</b> |                      |                    |
|--|----------------------|--------------------|
| <b>Detalle</b>   | <b>Anual</b>         | <b>Mensual</b>     |
| INSUMOS  | \$ 6,101.46          | \$ 501.49          |
| MANO DE OBRA DIRECTA   | \$ 39,084.05         | \$ 3,212.39        |
| COSTOS INDIRECTOS DE SERVICIO                                | \$ 22,410.48         | \$ 1,841.96        |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS                                       | \$ 32,862.20         | \$ 2,701.00        |
| GASTOS DE VENTAS   | \$ 1,855.00          | \$ 152.47          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 102,313.19</b> | <b>\$ 8,409.30</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

La diferencia del capital del Trabajo la medimos mediante la siguiente fórmula:

$$DKT = \frac{KT * 30}{365}$$

### 5.5. Depreciaciones

Consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos, Ver nuestro apartado de métodos de depreciación, y que deben recogerse en los libros contables (Depreciación, 2011).



**Cuadro No. 74: Depreciación activos fijos**

| <b>DEPRECIACIONES OPERACIÓN</b>                    |                 |                       |                      |                       |                       |                           |
|--|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| <b>Descripción</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b>   | <b>Valor Residual</b> | <b>% Depreciación</b> | <b>Depreciación Anual</b> |
| <b>INFRAESTRUCTURA</b>                             | 1               | \$ 166,171.50         | <b>\$ 166,171.50</b> | \$ 8,308.58           | 5%                    | <b>\$ 7,893.15</b>        |
| <b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LA SALA HIDROMASAJE</b> |                 |                       |                      |                       |                       |                           |
| Para hidromasaje                                   | 1               | \$ 22,576.00          | <b>\$ 22,576.00</b>  | \$ 2,257.60           | 10%                   | <b>\$ 2,031.84</b>        |
| <b>TOTAL</b>                                       |                 |                       | <b>\$ 22,576.00</b>  | <b>\$ 2,257.60</b>    |                       | <b>\$ 2,031.84</b>        |
| <b>MUEBLES Y EQUIPOS SERVICIO</b>                  |                 |                       |                      |                       |                       |                           |
| Muebles enseres y equipos habitaciones             | 1               | \$ 4,031.92           | <b>\$ 4,031.92</b>   | \$ 403.19             | 10%                   | <b>\$ 362.87</b>          |
| Muebles y equipos recepción                        | 1               | \$ 1,011.00           | <b>\$ 1,011.00</b>   | \$ 101.10             | 10%                   | <b>\$ 90.99</b>           |
| Muebles y equipos guardianía                       | 1               | \$ 372.90             | <b>\$ 372.90</b>     | \$ 37.29              | 10%                   | <b>\$ 33.56</b>           |
| Muebles y equipos sala de estar                    | 1               | \$ 2,900.79           | <b>\$ 2,900.79</b>   | \$ 290.08             | 10%                   | <b>\$ 261.07</b>          |
| <b>TOTAL</b>                                       |                 |                       | <b>\$ 8,316.61</b>   | <b>\$ 831.66</b>      |                       | <b>\$ 748.49</b>          |
|  |                 |                       | <b>\$ 197,064.11</b> |                       |                       |                           |
| <b>TOTAL GENERAL</b>                               |                 |                       |                      |                       |                       | <b>10673.48</b>           |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 75: Depreciación operaciones**

| <b>DEPRECIACIONES OPERACIÓN</b>                  |                 |                       |                    |                       |                       |                           |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| <b>Descripción</b>                               | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> | <b>Valor Residual</b> | <b>% Depreciación</b> | <b>Depreciación Anual</b> |
| <b>MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS ADMINISTRACION</b> |                 |                       |                    |                       |                       |                           |
| Muebles y enseres administración                 | 1               | \$ 1,495.92           | <b>\$ 1,495.92</b> | \$ 149.59             | 10%                   | <b>\$ 134.63</b>          |
| Equipos de oficina                               | 1               | \$ 315.00             | <b>\$ 315.00</b>   | \$ 31.50              | 10%                   | <b>\$ 28.35</b>           |
| Equipos de computación                           | 1               | \$ 3,601.50           | <b>\$ 3,601.50</b> | \$ 1,200.38           | 33%                   | <b>\$ 800.29</b>          |
| <b>TOTAL</b>                                     |                 |                       | <b>\$ 5,412.42</b> | <b>\$ 1,381.47</b>    |                       | <b>\$ 963.28</b>          |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 76: Activos diferidos**

| <b>GASTOS DE CONSITUCIÓN</b>   |                 |                       |                   |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Descripción</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>      |
| Gastos de constitución         | 1               |                       |                   |
| Estatuto de constitución       | 1               | \$ 300,00             | \$ 300,00         |
| Inscripción Súper Compañías    | 1               | \$ 200,00             | \$ 200,00         |
| Inscripción Registro mercantil | 1               | \$ 200,00             | \$ 200,00         |
| Obtención Ruc                  | 1               | \$ -                  | \$ -              |
| Obtención permiso municipal    | 1               | \$ 15,00              | \$ 15,00          |
| Obtención permiso de bomberos  | 1               | \$ 180,00             | \$ 180,00         |
| Honorarios abogado             | 1               | \$ 500,00             | \$ 500,00         |
| Publicación diario el comercio | 1               | \$ 50,00              | \$ 50,00          |
| <b>TOTAL</b>                   |                 | <b>\$ 1.045,00</b>    | <b>\$1.045,00</b> |

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**

**Cuadro No. 77: Presupuesto de ingresos**

| PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERATIVOS ANUALES |             |                 |       |        |              |                 |        |              |                 |        |              |                 |        |              |                 |        |              |
|--|-------------|-----------------|-------|--------|--------------|-----------------|--------|--------------|-----------------|--------|--------------|-----------------|--------|--------------|-----------------|--------|--------------|
| EN DÓLARES                                 |             |                 |       |        |              |                 |        |              |                 |        |              |                 |        |              |                 |        |              |
| AÑO  |             | 2013            |       |        | 2014         |                 |        | 2015         |                 |        | 2016         |                 |        | 2017         |                 |        |              |
| Producto                                   | Escenario   | Precio Unitario |       | Ventas | Dólares      | Precio Unitario | Ventas | Dólares      | Precio Unitario | Ventas | Dólares      | Precio Unitario | Ventas | Dólares      | Precio Unitario | Ventas | Dólares      |
| Alojamiento                                | ESC. NORMAL | 30,00           | C/AÑO | 8687   | 260610       | 30,00           | 9928   | 297840       | 30,00           | 11169  | 335070       | 30,00           | 12410  | 372300       | 30,00           | 12410  | 372300       |
|  |             |                 |       | 8687   | \$260.610,00 |                 | 9928   | \$297.840,00 |                 | 11169  | \$335.070,00 |                 | 12410  | \$372.300,00 |                 | 12410  | \$372.300,00 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 78: Presupuesto de ingresos complementarios anuales**

| PRESUPUESTO DE INGRESOS COMPLEMENTARIOS ANUALES |             |                 |       |        |            |                 |        |            |                 |        |            |                 |        |            |                 |        |             |
|---|-------------|-----------------|-------|--------|------------|-----------------|--------|------------|-----------------|--------|------------|-----------------|--------|------------|-----------------|--------|-------------|
| EN DÓLARES                                      |             |                 |       |        |            |                 |        |            |                 |        |            |                 |        |            |                 |        |             |
| AÑO   |             | 2013            |       |        | 2014       |                 |        | 2015       |                 |        | 2016       |                 |        | 2017       |                 |        |             |
| Producto  | Escenario   | Precio Unitario |       | Ventas | Dólares    | Precio Unitario | Ventas | Dólares    | Precio Unitario | Ventas | Dólares    | Precio Unitario | Ventas | Dólares    | Precio Unitario | Ventas | Dólares     |
| Arriendo Restaurant                             | ESC. NORMAL | 320,00          | C/AÑO | 12     | 3840       | 400,00          | 12     | 4800       | 500,00          | 12     | 6000       | 500,00          | 12     | 6000       | 600,00          | 12     | 7200        |
|   |             |                 |       |        | \$3.840,00 |                 |        | \$4.800,00 |                 |        | \$6.000,00 |                 |        | \$6.000,00 |                 |        | \$ 7.200,00 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## 5.6. Total ingresos

Los ingresos que determinamos es considerando la capacidad instalada en nuestro complejo y la demanda insatisfecha por ello determinamos que el precio de alojamiento personas es de \$30 incluido los servicios de hidromasaje y hospedaje, ya que lo que corresponde al restaurante está a cargo de un catering independiente que prestará sus servicios en las instalaciones que se arrendaron para este servicio,

Por ello otros ingresos son los que recibimos por parte del arriendo del restaurante al catering que brindará este servicio.

**Cuadro No. 79: Plan de operación considerando capacidad instalada y demanda insatisfecha**

| PLAN DE OPERACION CONSIDERANDO CAPACIDAD INSTALADA Y DEMANDA INSATISFECHA |                     |                  |        |         |        |
|---|---------------------|------------------|--------|---------|--------|
| Año   | Capacidad Instalada | % de Utilización | ANUAL  | MENSUAL | DIARIA |
| 2013  | 12.410              | 70%              | 8.687  | 724     | 24     |
| 2014  | 12.410              | 80%              | 9.928  | 827     | 28     |
| 2015  | 12.410              | 90%              | 11.169 | 931     | 31     |
| 2016  | 12.410              | 100%             | 12.410 | 1.034   | 34     |
| 2017  | 12.410              | 100%             | 12.410 | 1.034   | 34     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 80: Total ingresos**

| TOTAL INGRESOS |                                 |
|----------------|---------------------------------|
| Año            | Operacionales + Complementarios |
|                | ANUAL                           |
| 2013           | \$ 264.450,00                   |
| 2014           | \$ 302.640,00                   |
| 2015           | \$ 341.070,00                   |
| 2016           | \$ 378.300,00                   |
| 2017           | \$ 379.500,00                   |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 81: Detalle de ingresos**

| <b>INGRESOS</b> |                      |                        |               |
|-----------------|----------------------|------------------------|---------------|
| <b>AÑO</b>      | <b>OPERACIONALES</b> | <b>COMPLEMENTARIOS</b> | <b>TOTAL</b>  |
| 2013            | \$ 260,610.00        | \$ 3,840.00            | \$ 264,450.00 |
| 2014            | \$ 297,840.00        | \$ 4,800.00            | \$ 302,640.00 |
| 2015            | \$ 335,070.00        | \$ 6,000.00            | \$ 341,070.00 |
| 2016            | \$ 372,300.00        | \$ 7,200.00            | \$ 379,500.00 |
| 2017            | \$ 372,300.00        | \$ 7,200.00            | \$ 379,500.00 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

El Presupuesto Total de Ingresos, corresponde a la suma de todos los ingresos que tenemos tanto por el alojamiento como por el arrendamiento del restaurante, como se puede observar los ingresos son bastante representativos, pues cabe considerar que el número de clientes puede variar dependiendo de la temporada, es así que en época de vacaciones de la Región Sierra la afluencia de clientes puede incrementar considerablemente.

#### **5.7. Presupuesto de costos**

E la actividad productiva que en nuestro caso al prestar un servicio se generan costos, y es por ello que entendemos que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

Dentro los elementos del costo tenemos (los cuales constituyen el costo de producción):

- **Costo de la mano de obra directa**

Se relaciona con el personal que trabaja directamente con la atención al cliente y la remuneración que percibe por dicha actividad, así tenemos a las camareras, cajeras, recepcionista, etc.

- **Costo de insumos**

Constituida por el valor monetario de la materia prima o insumos que se consume en el proceso de servicio.

- **Costo Indirecto de fabricación (Cif)**

Son los recursos que participan indirectamente en la prestación del servicio, así tenemos: seguro, mantenimiento, artículos de limpieza, depreciación, etc.

**Cuadro No. 82: Presupuesto de costos**

| Descripción                                 | AÑO 2013     |                  |             | AÑO 2014     |                  |             | AÑO 2015     |                  |             |
|---|--------------|------------------|-------------|--------------|------------------|-------------|--------------|------------------|-------------|
|   | Costos Fijos | Costos Variables | Costo Total | Costos Fijos | Costos Variables | Costo Total | Costos Fijos | Costos Variables | Costo Total |
| <b>COSTOS DE PRODUCCIÓN/OPERACIÓN</b>       |              |                  |             |              |                  |             |              |                  |             |
| <b>Costo Primo</b>                          |              |                  |             |              |                  |             |              |                  |             |
| INSUMOS                                     |              | 6101,46          | 6101,46     |              | 6406,53          | 6406,53     |              | 6726,86          | 6726,86     |
| MANO DE OBRA DIRECTA                        |              | 39084,05         | 39084,05    |              | 42992,4528       | 42992,45    |              | 47291,69808      | 47291,70    |
| <b>Costos Indirectos de Fabricación</b>     | 17462,16     | 4948,32          | 22410,48    | 16473,35     | 5195,74          | 21669,08    | 16763,34     | 5455,52          | 22218,86    |
| INSUMOS INDIRECTOS                          |              | 0,00             | 0,00        |              | 0,00             | 0,00        |              | 0,00             | 0,00        |
| Depreciaciones infraestructura              | 7893,15      |                  | 7893,15     | 7893,15      |                  | 7893,15     | 7893,15      |                  | 7893,15     |
| Depreciaciones maquinaria y equipo          | 2031,84      |                  | 2031,84     | 2031,84      |                  | 2031,84     | 2031,84      |                  | 2031,84     |
| Depreciaciones muebles y equipo de servicio | 748,49       |                  | 748,49      | 748,49       |                  | 748,49      | 748,49       |                  | 748,49      |
| Equipo de seguridad contra incendios        | 220,00       |                  | 220,00      |              |                  |             |              |                  |             |
| SERVICIOS BASICOS                           |              | 4948,32          | 4948,32     |              | 5195,74          | 5195,74     |              | 5455,52          | 5455,52     |
| Gastos De Constitución                      | 1045,00      |                  | 1045,00     | 0,00         |                  | 0,00        | 0,00         |                  | 0,00        |
| UTILES DE ASEO                              | 1645,65      |                  | 1645,65     | 1727,9325    |                  | 1727,93     | 1814,329125  |                  | 1814,33     |
| INSUMOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL             | 460,18       |                  | 460,18      | 483,19       |                  | 483,19      | 507,34845    |                  | 507,35      |
| REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA       | 451,52       |                  | 451,52      | 474,10       |                  | 474,10      | 497,8008     |                  | 497,80      |



|  |                 |                 |                  |                 |                 |                  |                 |                 |                  |
|--|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO            | 2200            |                 | 2200,00          | 2310,00         |                 | 2310,00          | 2425,5          |                 | 2425,50          |
| ADECUACIONES Y ARREGLOS DE PLANTA            | 600             |                 | 600,00           | 630,00          |                 | 630,00           | 661,5           |                 | 661,50           |
| MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN MUEBLES Y EQUIPOS | 166,3322        |                 | 166,33           | 174,65          |                 | 174,65           | 183,3812505     |                 | 183,38           |
| <b>SUB TOTAL</b>                             | <b>17462,16</b> | <b>50133,83</b> | <b>67595,99</b>  | <b>16473,35</b> | <b>54594,72</b> | <b>71068,07</b>  | <b>16763,34</b> | <b>59474,08</b> | <b>76237,42</b>  |
| <b>COSTOS DE DISTRIBUCIÓN</b>                |                 |                 |                  |                 |                 |                  |                 |                 |                  |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                | <b>32862,20</b> | <b>0,00</b>     | <b>32862,20</b>  | <b>36040,96</b> | <b>0,00</b>     | <b>36040,96</b>  | <b>39537,03</b> | <b>0,00</b>     | <b>39537,03</b>  |
| SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO               | 31676,19        |                 | 31676,19         | 34843,81        |                 | 34843,81         | 38328,19        |                 | 38328,19         |
| UTILES DE OFICINA                            | 222,74          |                 | 222,74           | 233,877         |                 | 233,88           | 245,57          |                 | 245,57           |
| Depreciación muebles y enseres               | 134,63          |                 | 134,63           | 134,63          |                 | 134,63           | 134,63          |                 | 134,63           |
| Depreciación equipos de oficina              | 28,35           |                 | 28,35            | 28,35           |                 | 28,35            | 28,35           |                 | 28,35            |
| Depreciación equipos de computación          | 800,29          |                 | 800,29           | 800,29          |                 | 800,29           | 800,29          |                 | 800,29           |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>                      | <b>1855,00</b>  | <b>0,00</b>     | <b>1855,00</b>   | <b>1947,75</b>  | <b>0,00</b>     | <b>1947,75</b>   | <b>2045,14</b>  | <b>0,00</b>     | <b>2045,14</b>   |
| PUBLICIDAD                                   | 1855,00         |                 | 1855,00          | 1947,75         |                 | 1947,75          | 2045,14         |                 | 2045,14          |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                    | <b>14211,18</b> | <b>0,00</b>     | <b>14211,18</b>  | <b>11606,22</b> | <b>0,00</b>     | <b>11606,22</b>  | <b>8728,49</b>  | <b>0,00</b>     | <b>8728,49</b>   |
| Intereses De Préstamo                        | 14211,18        |                 | 14211,18         | 11606,22        |                 | 11606,22         | 8728,49         |                 | 8728,49          |
| <b>SUB TOTAL</b>                             | <b>48928,39</b> | <b>0,00</b>     | <b>48928,39</b>  | <b>49594,93</b> | <b>0,00</b>     | <b>49594,93</b>  | <b>50310,66</b> | <b>0,00</b>     | <b>50310,66</b>  |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>66390,55</b> | <b>50133,83</b> | <b>116524,38</b> | <b>66068,28</b> | <b>54594,72</b> | <b>120663,00</b> | <b>67074,00</b> | <b>59474,08</b> | <b>126548,08</b> |

| Descripción                                 | AÑO 2016        |                  |                 | AÑO 2017        |                  |                 |
|---|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|
|   | Costos Fijos    | Costos Variables | Costo Total     | Costos Fijos    | Costos Variables | Costo Total     |
| <b>COSTOS DE PRODUCCIÓN/OPERACIÓN</b>       |                 |                  |                 |                 |                  |                 |
| <b>Costo Primo</b>                          |                 |                  |                 |                 |                  |                 |
| INSUMOS                                     |                 | 7063.20          | 7063.20         |                 | 7416.36          | 7416.36         |
| MANO DE OBRA DIRECTA                        |                 | 52020.86789      | 52020.87        |                 | 57222.95468      | 57222.95        |
| <b>Costos Indirectos de Fabricación</b>     | <b>17067.83</b> | <b>5728.30</b>   | <b>22796.13</b> | <b>17387.55</b> | <b>6014.71</b>   | <b>23402.27</b> |
| INSUMOS INDIRECTOS                          |                 | 0.00             | 0.00            |                 | 0.00             | 0.00            |
| Depreciaciones infraestructura              | 7893.15         |                  | 7893.15         | 7893.15         |                  | 7893.15         |
| Depreciaciones maquinaria y equipo          | 2031.84         |                  | 2031.84         | 2031.84         |                  | 2031.84         |
| Depreciaciones muebles y equipo de servicio | 748.49          |                  | 748.49          | 748.49          |                  | 748.49          |
| Equipo De Seguridad Contra Incendios        |                 |                  |                 |                 |                  |                 |
| <b>SERVICIOS BASICOS</b>                    |                 | 5728.30          | 5728.30         |                 | 6014.713887      | 6014.71         |
| Gastos De Constitución                      | 0.00            |                  | 0.00            | 0               |                  | 0.00            |
| UTILES DE ASEO                              | 1905.04558      |                  | 1905.05         | 2000.29786      |                  | 2000.30         |
| INSUMOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL             | 532.715873      |                  | 532.72          | 559.351666      |                  | 559.35          |
| REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA       | 522.69084       |                  | 522.69          | 548.825382      |                  | 548.83          |
| SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO           | 2546.775        |                  | 2546.78         | 2674.11375      |                  | 2674.11         |

|  |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| ADECUACIONES Y ARREGLOS DE PLANTA            | 694.575                |                        | 694.58                 | 729.30375              |                        | 729.30                 |
| MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN MUEBLES Y EQUIPOS | 192.550313             |                        | 192.55                 | 202.177829             |                        | 202.18                 |
| <b><i>SUB TOTAL</i></b>                      | <b><i>17067.83</i></b> | <b><i>64812.37</i></b> | <b><i>81880.20</i></b> | <b><i>17387.55</i></b> | <b><i>70654.03</i></b> | <b><i>88041.58</i></b> |
| <b>COSTOS DE DISTRIBUCIÓN</b>                |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                | <b>43382.13</b>        | <b>0.00</b>            | <b>43382.13</b>        | <b>47611.12</b>        | <b>0.00</b>            | <b>47611.12</b>        |
| SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO               | 42161.00               |                        | 42161.00               | 46377.11               |                        | 46377.11               |
| UTILES DE OFICINA                            | 257.85                 |                        | 257.85                 | 270.74                 |                        | 270.74                 |
| Depreciación muebles y enseres               | 134.63                 |                        | 134.63                 | 134.63                 |                        | 134.63                 |
| Depreciación equipos de oficina              | 28.35                  |                        | 28.35                  | 28.35                  |                        | 28.35                  |
| Depreciación equipos de computación          | 800.29                 |                        | 800.29                 | 800.29                 |                        | 800.29                 |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>                      | <b>2147.39</b>         | <b>0.00</b>            | <b>2147.39</b>         | <b>2254.76</b>         | <b>0.00</b>            | <b>2254.76</b>         |
| PUBLICIDAD                                   | 2147.39438             |                        | 2147.39                | 2254.76                |                        | 2254.76                |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                    | <b>5549.41</b>         | <b>0.00</b>            | <b>5549.41</b>         | 2037.45                | <b>0.00</b>            | <b>2037.45</b>         |
| Intereses De Préstamo                        | 5549.41                |                        | 5549.41                | 2037.45                |                        | 2037.45                |
| <b><i>SUB TOTAL</i></b>                      | <b><i>51078.94</i></b> | <b><i>0.00</i></b>     | <b><i>51078.94</i></b> | <b><i>51903.34</i></b> | <b><i>0.00</i></b>     | <b><i>51903.34</i></b> |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>68146.77</b>        | <b>64812.37</b>        | <b>132959.14</b>       | <b>69290.89</b>        | <b>70654.03</b>        | <b>139944.92</b>       |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

INCREMENTO 5 % INFLACIÓN

INCREMENTO 10%



**Cuadro No. 83: Costo unitario**

| <b>COSTO UNITARIO</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Descripción</b>    | <b>Año 2013</b> | <b>Año 2014</b> | <b>Año 2015</b> | <b>Año 2016</b> | <b>Año 2017</b> |
| Costo total           | \$ 116.524,38   | \$ 120.663,00   | \$ 126.548,08   | \$ 132.959,14   | \$ 139.944,92   |
| Hospedaje             | \$ 8.687,00     | \$ 9.928,00     | \$ 11.169,00    | \$ 12.410,00    | \$ 12.410,00    |
| <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>\$ 13,41</b> | <b>\$ 12,15</b> | <b>\$ 11,33</b> | <b>\$ 10,71</b> | <b>\$ 11,28</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

### 5.8. Estructura de financiamiento

Por otro lado el 44% del proyecto será financiado por las aportaciones de los 4 socios que mantenemos, los mismo que harán aportaciones equitativas.

Aquí podemos detallar que el 56% de nuestro proyecto será financiado por el Banco Nacional de Fomento mediante un crédito el mismo que esta institución brinda para proyectos turísticos, y que mantiene una tasa del 10% y será financiada para un plazo de 5 años.

**Cuadro No. 84: Financiamiento**

| <b>FINANCIAMIENTO</b>                               |  |                      |                      |
|---|--|----------------------|----------------------|
| <b>Tipo de Capital</b>                              |  | <b>Cantidad</b>      | <b>Porcentaje</b>    |
| <b>Capital Propio</b>                               |  | <b>\$ 122.576,96</b> | <b>44%</b>           |
| Cristian Pujota                                     |  | \$ 30.644,24         | 25%                  |
| Diana Valencia                                      |  | \$ 30.644,24         | 25%                  |
| Socio 1   |  | \$ 30.644,24         | 25%                  |
| Socio 2   |  | \$ 30.644,24         | 25%                  |
| <b>Capital Externo ( Banco Nacional de Fomento)</b> |  | <b>\$ 153.308,87</b> | <b>56%</b>           |
| <b>TOTAL DE FINANCIAMIENTOS</b>                     |  | <b>100%</b>          | <b>\$ 275.885,83</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 85: Resumen amortización de crédito**

| <b>RESUMEN AMORTIZACION DE CRÉDITO</b> |                      |                     |                      |
|--|----------------------|---------------------|----------------------|
| <b>Año</b>                             | <b>Capital</b>       | <b>Interés</b>      | <b>Total</b>         |
| <b>2013</b>                            | \$ 24.877,14         | \$ 14.211,18        | \$ 39.088,33         |
| <b>2014</b>                            | \$ 27.482,10         | \$ 11.606,22        | \$ 39.088,33         |
| <b>2015</b>                            | \$ 30.359,84         | \$ 8.728,49         | \$ 39.088,33         |
| <b>2016</b>                            | \$ 33.538,91         | \$ 5.549,41         | \$ 39.088,33         |
| <b>2017</b>                            | \$ 37.050,87         | \$ 2.037,45         | \$ 39.088,33         |
| <b>TOTAL GENERAL</b>                   | <b>\$ 153.308,87</b> | <b>\$ 42.132,76</b> | <b>\$ 195.441,63</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 86: Financiamiento del proyecto**

Monto Crédito 153308,87  
 Tasa Efectiva 10,00% anual  
 Tasa Interés 0,83% mensual  
 Plazo 5 años  
 Periodos 12 meses  
 Cuotas 60 meses

$$A = P \left( \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

$$A = 147,400 \left( \frac{0.0083(1+0.0083)^{60}}{(1+0.0083)^{60} - 1} \right)$$

| Periodo      | Periodo | Cuotas      | Interés     | Capital     | Saldo         | Interés             | Capital             |
|--------------|---------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------------|---------------------|
| AÑO          | Mes     | USD \$      | Sobre Saldo | USD \$      | USD \$        | Anual               | Anual               |
|              | 0       |             |             |             | \$ 153.308,87 |                     |                     |
| <b>AÑO 1</b> | 1       | \$ 3.257,36 | \$ 1.277,57 | \$ 1.979,79 | \$ 151.329,09 |                     |                     |
|              | 2       | \$ 3.257,36 | \$ 1.261,08 | \$ 1.996,28 | \$ 149.332,80 |                     |                     |
|              | 3       | \$ 3.257,36 | \$ 1.244,44 | \$ 2.012,92 | \$ 147.319,88 |                     |                     |
|              | 4       | \$ 3.257,36 | \$ 1.227,67 | \$ 2.029,69 | \$ 145.290,19 |                     |                     |
|              | 5       | \$ 3.257,36 | \$ 1.210,75 | \$ 2.046,61 | \$ 143.243,58 |                     |                     |
|              | 6       | \$ 3.257,36 | \$ 1.193,70 | \$ 2.063,66 | \$ 141.179,91 |                     |                     |
|              | 7       | \$ 3.257,36 | \$ 1.176,50 | \$ 2.080,86 | \$ 139.099,05 |                     |                     |
|              | 8       | \$ 3.257,36 | \$ 1.159,16 | \$ 2.098,20 | \$ 137.000,85 |                     |                     |
|              | 9       | \$ 3.257,36 | \$ 1.141,67 | \$ 2.115,69 | \$ 134.885,16 |                     |                     |
|              | 10      | \$ 3.257,36 | \$ 1.124,04 | \$ 2.133,32 | \$ 132.751,85 |                     |                     |
|              | 11      | \$ 3.257,36 | \$ 1.106,27 | \$ 2.151,10 | \$ 130.600,75 |                     |                     |
|              | 12      | \$ 3.257,36 | \$ 1.088,34 | \$ 2.169,02 | \$ 128.431,73 | <b>\$ 14.211,18</b> | <b>\$ 24.877,14</b> |
| <b>AÑO 2</b> | 13      | \$ 3.257,36 | \$ 1.070,26 | \$ 2.187,10 | \$ 126.244,63 |                     |                     |
|              | 14      | \$ 3.257,36 | \$ 1.052,04 | \$ 2.205,32 | \$ 124.039,31 |                     |                     |

|              |    |             |             |             |               |                     |                     |
|--------------|----|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------------|---------------------|
|              | 15 | \$ 3.257,36 | \$ 1.033,66 | \$ 2.223,70 | \$ 121.815,61 |                     |                     |
|              | 16 | \$ 3.257,36 | \$ 1.015,13 | \$ 2.242,23 | \$ 119.573,38 |                     |                     |
|              | 17 | \$ 3.257,36 | \$ 996,44   | \$ 2.260,92 | \$ 117.312,47 |                     |                     |
|              | 18 | \$ 3.257,36 | \$ 977,60   | \$ 2.279,76 | \$ 115.032,71 |                     |                     |
|              | 19 | \$ 3.257,36 | \$ 958,61   | \$ 2.298,75 | \$ 112.733,96 |                     |                     |
|              | 20 | \$ 3.257,36 | \$ 939,45   | \$ 2.317,91 | \$ 110.416,05 |                     |                     |
|              | 21 | \$ 3.257,36 | \$ 920,13   | \$ 2.337,23 | \$ 108.078,82 |                     |                     |
|              | 22 | \$ 3.257,36 | \$ 900,66   | \$ 2.356,70 | \$ 105.722,12 |                     |                     |
|              | 23 | \$ 3.257,36 | \$ 881,02   | \$ 2.376,34 | \$ 103.345,77 |                     |                     |
|              | 24 | \$ 3.257,36 | \$ 861,21   | \$ 2.396,15 | \$ 100.949,63 | <b>\$ 11.606,22</b> | <b>\$ 27.482,10</b> |
| <b>AÑO 3</b> | 25 | \$ 3.257,36 | \$ 841,25   | \$ 2.416,11 | \$ 98.533,51  |                     |                     |
|              | 26 | \$ 3.257,36 | \$ 821,11   | \$ 2.436,25 | \$ 96.097,26  |                     |                     |
|              | 27 | \$ 3.257,36 | \$ 800,81   | \$ 2.456,55 | \$ 93.640,71  |                     |                     |
|              | 28 | \$ 3.257,36 | \$ 780,34   | \$ 2.477,02 | \$ 91.163,69  |                     |                     |
|              | 29 | \$ 3.257,36 | \$ 759,70   | \$ 2.497,66 | \$ 88.666,03  |                     |                     |
|              | 30 | \$ 3.257,36 | \$ 738,88   | \$ 2.518,48 | \$ 86.147,55  |                     |                     |
|              | 31 | \$ 3.257,36 | \$ 717,90   | \$ 2.539,46 | \$ 83.608,09  |                     |                     |
|              | 32 | \$ 3.257,36 | \$ 696,73   | \$ 2.560,63 | \$ 81.047,46  |                     |                     |
|              | 33 | \$ 3.257,36 | \$ 675,40   | \$ 2.581,96 | \$ 78.465,50  |                     |                     |
|              | 34 | \$ 3.257,36 | \$ 653,88   | \$ 2.603,48 | \$ 75.862,02  |                     |                     |
|              | 35 | \$ 3.257,36 | \$ 632,18   | \$ 2.625,18 | \$ 73.236,84  |                     |                     |
|              | 36 | \$ 3.257,36 | \$ 610,31   | \$ 2.647,05 | \$ 70.589,79  | <b>\$ 8.728,49</b>  | <b>\$ 30.359,84</b> |
| <b>AÑO 4</b> | 37 | \$ 3.257,36 | \$ 588,25   | \$ 2.669,11 | \$ 67.920,67  |                     |                     |
|              | 38 | \$ 3.257,36 | \$ 566,01   | \$ 2.691,35 | \$ 65.229,32  |                     |                     |
|              | 39 | \$ 3.257,36 | \$ 543,58   | \$ 2.713,78 | \$ 62.515,54  |                     |                     |
|              | 40 | \$ 3.257,36 | \$ 520,96   | \$ 2.736,40 | \$ 59.779,14  |                     |                     |

|                                  |    |                      |                     |                      |              |                     |                      |
|----------------------------------|----|----------------------|---------------------|----------------------|--------------|---------------------|----------------------|
|                                  | 41 | \$ 3.257,36          | \$ 498,16           | \$ 2.759,20          | \$ 57.019,94 |                     |                      |
|                                  | 42 | \$ 3.257,36          | \$ 475,17           | \$ 2.782,19          | \$ 54.237,74 |                     |                      |
|                                  | 43 | \$ 3.257,36          | \$ 451,98           | \$ 2.805,38          | \$ 51.432,36 |                     |                      |
|                                  | 44 | \$ 3.257,36          | \$ 428,60           | \$ 2.828,76          | \$ 48.603,61 |                     |                      |
|                                  | 45 | \$ 3.257,36          | \$ 405,03           | \$ 2.852,33          | \$ 45.751,28 |                     |                      |
|                                  | 46 | \$ 3.257,36          | \$ 381,26           | \$ 2.876,10          | \$ 42.875,18 |                     |                      |
|                                  | 47 | \$ 3.257,36          | \$ 357,29           | \$ 2.900,07          | \$ 39.975,11 |                     |                      |
|                                  | 48 | \$ 3.257,36          | \$ 333,13           | \$ 2.924,23          | \$ 37.050,87 | <b>\$ 5.549,41</b>  | <b>\$ 33.538,91</b>  |
| <b>AÑO 5</b>                     | 49 | \$ 3.257,36          | \$ 308,76           | \$ 2.948,60          | \$ 34.102,27 |                     |                      |
|                                  | 50 | \$ 3.257,36          | \$ 284,19           | \$ 2.973,17          | \$ 31.129,10 |                     |                      |
|                                  | 51 | \$ 3.257,36          | \$ 259,41           | \$ 2.997,95          | \$ 28.131,14 |                     |                      |
|                                  | 52 | \$ 3.257,36          | \$ 234,43           | \$ 3.022,93          | \$ 25.108,21 |                     |                      |
|                                  | 53 | \$ 3.257,36          | \$ 209,24           | \$ 3.048,13          | \$ 22.060,09 |                     |                      |
|                                  | 54 | \$ 3.257,36          | \$ 183,83           | \$ 3.073,53          | \$ 18.986,56 |                     |                      |
|                                  | 55 | \$ 3.257,36          | \$ 158,22           | \$ 3.099,14          | \$ 15.887,42 |                     |                      |
|                                  | 56 | \$ 3.257,36          | \$ 132,40           | \$ 3.124,97          | \$ 12.762,45 |                     |                      |
|                                  | 57 | \$ 3.257,36          | \$ 106,35           | \$ 3.151,01          | \$ 9.611,45  |                     |                      |
|                                  | 58 | \$ 3.257,36          | \$ 80,10            | \$ 3.177,27          | \$ 6.434,18  |                     |                      |
|                                  | 59 | \$ 3.257,36          | \$ 53,62            | \$ 3.203,74          | \$ 3.230,44  |                     |                      |
|                                  | 60 | \$ 3.257,36          | \$ 26,92            | \$ 3.230,44          | \$ 0,00      | <b>\$ 2.037,45</b>  | <b>\$ 37.050,87</b>  |
| <b>PAGO AL FINAL DEL CREDITO</b> |    | <b>\$ 195.441,63</b> | <b>\$ 42.132,76</b> | <b>\$ 153.308,87</b> |              | <b>\$ 42.132,76</b> | <b>\$ 153.308,87</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores



**Cuadro No. 87: Punto de equilibrio**

| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> |                     |                     |                     |                     |                     |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>         | <b>AÑO 2013</b>     | <b>AÑO 2014</b>     | <b>AÑO 2015</b>     | <b>AÑO 2016</b>     | <b>AÑO 2017</b>     |
| COSTOS FIJOS               | 66390,55            | 66068,28            | 67074,00            | 68146,77            | 69290,89            |
| COSTOS VARIABLES           | 50133,83            | 54594,72            | 59474,08            | 64812,37            | 70654,03            |
| INGRESOS                   | 260610,00           | 297840,00           | 335070,00           | 372300,00           | 372300,00           |
| UNIDADES                   | 8687,00             | 9928,00             | 11169,00            | 12410,00            | 12410,00            |
| <b>FUNCION DE INGRESOS</b> | <b>\$ 82.204,28</b> | <b>\$ 80.896,85</b> | <b>\$ 81.548,68</b> | <b>\$ 82.510,78</b> | <b>\$ 85.520,78</b> |
| <b>FUNCION DE SERVICIO</b> | <b>2740</b>         | <b>2697</b>         | <b>2718</b>         | <b>2750</b>         | <b>2851</b>         |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde) (Definición.de, 2008).

EN FUNCION DE INGRESOS 2013

$$PE \$ : \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ingresos})}$$

|                         |              |                |
|-------------------------|--------------|----------------|
| 66390,55                | <b>82204</b> | <b>DÓLARES</b> |
| 1-<br>(50133,83/260610) |              |                |

EN FUNCION DE PRODUCTOS VENDIDOS 2013

$$PEq : \frac{\text{Costos Fijos} * \text{Unidades}}{\text{Ingresos} - \text{Costos Variables}}$$

|                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| 66390,55x8687   | <b>2740 PERSONAS</b> |
| 132300-24085,24 |                      |

Para el caso de nuestro complejo el punto de equilibrio para el primer año se alcanza con la atención de 2740 personas, por lo que este servicio de alojamiento es bastante representativo para el funcionamiento del primer año de funcionamiento del complejo.

| <b>Formula</b> | <b><math>I = CF + CV</math></b>             |
|----------------|---|
|                | <b><math>30q = 66,390.55 + 5,77q</math></b> |
| I              | 30,00                                       |
| CF             | 66.390,55                                   |
| CV             | 5,77  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 88 Cálculo punto de equilibrio**

| <b>Q</b> | <b>Ingresos</b> | <b>Costo Fijo</b> | <b>Costo Variable</b> | <b>Costo Total</b> | <b>Equilibrio</b> |
|----------|-----------------|-------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| 0        | 0               | 66.391            | -                     | 66.391             | -66.390,55        |
| 1.700    | 15.000,00       | 66.391            | 2885,57               | 69.276             | -54.276,12        |
| 1.900    | 21.000,00       | 66.391            | 4039,79               | 70.430             | -49.430,34        |
| 2.100    | 27.000,00       | 66.391            | 5194,02               | 71.585             | -44.584,57        |
| 2.300    | 33.000,00       | 66.391            | 6348,25               | 72.739             | -39.738,80        |
| 2.500    | 39.000,00       | 66.391            | 7502,47               | 73.893             | -34.893,02        |
| 2.740    | 82.204,28       | 66.391            | 15813,73              | 82.204             | -                 |
| 2.900    | 87.000,00       | 66.391            | 16736,28              | 83.127             | 3.873,17          |
| 3.100    | 93.000,00       | 66.391            | 17890,51              | 84.281             | 8.718,94          |
| 3.300    | 99.000,00       | 66.391            | 19044,74              | 85.435             | 13.564,71         |
| 3.500    | 105.000,00      | 66.391            | 20198,96              | 86.590             | 18.410,49         |
| 3.700    | 111.000,00      | 66.391            | 21353,19              | 87,744             | 23,256.26         |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

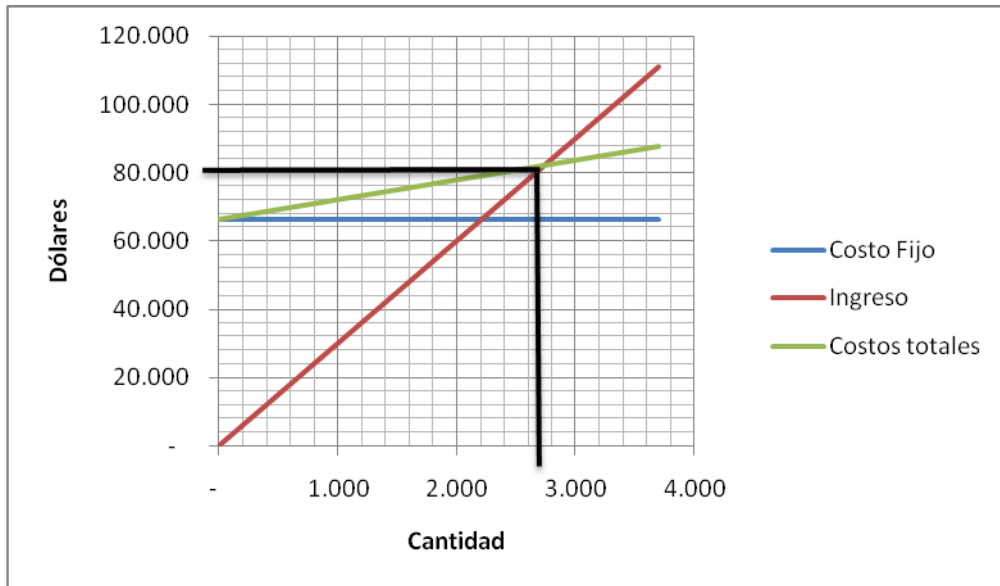
**Cuadro No. 89. Puntos de equilibrio**

$$PVq=CF+CVq \quad 30q = 66,390.55+5,77q$$

| x     | y1         | y2      | y3          |
|-------|------------|---------|-------------|
| q     | Costo Fijo | Ingreso | Costo Total |
| -     | 66.391     | -       | 66.391      |
| 500   | 66.391     | 15.000  | 69.276      |
| 700   | 66.391     | 21.000  | 70.430      |
| 900   | 66.391     | 27.000  | 71.585      |
| 1.100 | 66.391     | 33.000  | 72.739      |
| 1.300 | 66.391     | 39.000  | 73.893      |
| 2.740 | 66.391     | 82.204  | 82.204      |
| 2.900 | 66.391     | 87.000  | 83.127      |
| 3.100 | 66.391     | 93.000  | 84.281      |
| 3.300 | 66.391     | 99.000  | 85.435      |
| 3.500 | 66.391     | 105.000 | 86.590      |
| 3.700 | 66.391     | 111.000 | 87.744      |
| -     | -          | -       | -           |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Gráfico No. 32: Punto de Equilibrio**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El eje horizontal representa las ventas en unidades, y en el vertical, la variable en pesos; los ingresos se muestran calculando diferentes niveles de venta. Uniendo dichos puntos se obtendrá la recta que representa los ingresos, lo mismo sucede con los costos variables en diferentes niveles. Los costos fijos están representados por una recta horizontal dentro de un segmento relevante. Sumando la recta de los costos variables con la de los costos fijos se obtiene la de los costos totales, y el punto donde se intercepta esta última recta con la de los ingresos representa el punto de equilibrio.

**Cuadro No. 90: Estado de resultados**

| <b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b> |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
|---------------------------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| <b>PERIODOS</b>                       | <b>2013</b>      |              | <b>2014</b>      |              | <b>2015</b>      |              | <b>2016</b>      |              | <b>2017</b>      |              |
|                                       | <b>MONTO</b>     | <b>%</b>     | <b>MONTO</b>     | <b>%</b>     | <b>MONTO</b>     | <b>%</b>     | <b>MONTO</b>     | <b>%</b>     | <b>MONTO</b>     | <b>%</b>     |
| Ingresos Operacionales                |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| <b><i>Ingresos</i></b>                |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| Servicios Prestados                   | 260610,00        | 100,00       | 297840,00        | 100,00       | 335070,00        | 100,00       | 372300,00        | 100,00       | 372300,00        | 100,00       |
| Costos y Gastos                       |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| <b><i>Costos</i></b>                  |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| INSUMOS                               | 6101,46          |              | 6406,53          |              | 6726,86          |              | 7063,20          |              | 7416,36          |              |
| Mano de Obra Directa                  | 39084,05         |              | 42992,45         |              | 47291,70         |              | 52020,87         |              | 57222,95         |              |
| Costos Indirectos de Fabricación      | 22410,48         |              | 21669,08         |              | 22218,86         |              | 22796,13         |              | 23402,27         |              |
| Costo de operación                    | 67595,99         | 25,94        | 71068,07         | 23,86        | 76237,42         | 22,75        | 81880,20         | 21,99        | 88041,58         | 23,65        |
| (-) Inventario Final                  | 0,00             |              | 0,00             |              | 0,00             |              | 0,00             |              | 0,00             |              |
| Costo de Ventas                       | 67595,99         | 25,94        | 71068,07         | 23,86        | 76237,42         | 22,75        | 81880,20         | 21,99        | 88041,58         | 23,65        |
|                                       |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>       | <b>193014,01</b> | <b>74,06</b> | <b>226771,93</b> | <b>76,14</b> | <b>258832,58</b> | <b>77,25</b> | <b>290419,80</b> | <b>78,01</b> | <b>284258,42</b> | <b>76,35</b> |
| <b><i>Gastos Operacionales</i></b>    |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| Gastos de administración              | 32862,20         | 12,61        | 36040,96         | 12,10        | 39537,03         | 11,80        | 43382,13         | 11,65        | 47611,12         | 12,79        |
| Gastos de Ventas                      | 1855,00          | 0,71         | 1947,75          | 0,65         | 2045,14          | 0,61         | 2147,39          | 0,58         | 2254,76          | 0,61         |
|                                       |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| <b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b> | <b>158296,81</b> | <b>60,74</b> | <b>188783,22</b> | <b>63,38</b> | <b>217250,41</b> | <b>64,84</b> | <b>244890,27</b> | <b>65,78</b> | <b>234392,53</b> | <b>62,96</b> |
| <b><i>Gastos no Operacionales</i></b> |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |                  |              |
| Gastos financieros                    | 14211,18         | 5,45         | 11606,22         | 3,90         | 8728,49          | 2,60         | 5549,41          | 1,49         | 2037,45          | 0,55         |
| Otros ingresos                        | 3840,00          | 1,47         | 4800,00          | 1,61         | 6000,00          | 1,79         | 6000,00          | 1,61         | 7200,00          | 1,93         |

|                                   |                  |              |                   |              |                   |              |                   |              |                   |              |
|-----------------------------------|------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| Otros egresos                     | 0,00             | 0,00         | 0,00              | 0,00         | 0,00              | 0,00         | 0,00              | 0,00         | 0,00              | 0,00         |
|                                   |                  |              |                   |              |                   |              |                   |              |                   |              |
| UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION | 147925,62        | 56,76        | 181977,00         | 61,10        | 214521,92         | 64,02        | 245340,86         | 65,90        | 239555,08         | 64,34        |
| 15% Participación utilidades      | 22188,84         | 8,51         | 27296,55          | 9,16         | 32178,29          | 9,60         | 36801,13          | 9,88         | 35933,26          | 9,65         |
|                                   |                  |              |                   |              |                   |              |                   |              |                   |              |
| UTILD (PERD) ANTES IMPUESTOS      | 125736,78        | 48,25        | 154680,45         | 51,93        | 182343,63         | 54,42        | 208539,73         | 56,01        | 203621,82         | 54,69        |
| Impuesto a la renta 22%           | 27662,09         | 10,61        | 34029,70          | 11,43        | 40115,60          | 11,97        | 45878,74          | 12,32        | 44796,80          | 12,03        |
|                                   |                  |              |                   |              |                   |              |                   |              |                   |              |
| <b>UTILIDAD PARA DISTRIBUCIÓN</b> | <b>98074,69</b>  | <b>37,63</b> | <b>120650,75</b>  | <b>40,51</b> | <b>142228,03</b>  | <b>42,45</b> | <b>162660,99</b>  | <b>43,69</b> | <b>158825,02</b>  | <b>42,66</b> |
| Reserva legal 5%                  | 4903,73          |              | 6032,54           |              | 7111,40           |              | 8133,05           |              | 7941,25           |              |
| <b>UTILIDAD NETA SOCIOS</b>       | <b>93.170,95</b> | <b>35,8</b>  | <b>114.618,21</b> | <b>38,5</b>  | <b>135.116,63</b> | <b>40,3</b>  | <b>154.527,94</b> | <b>41,5</b>  | <b>150.883,77</b> | <b>40,5</b>  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

El estado de resultados muestra, un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo, generalmente un año, como resultado de sus operaciones (iteso, 2008).

**Cuadro No. 91: Flujo neto de fondos con financiamiento**

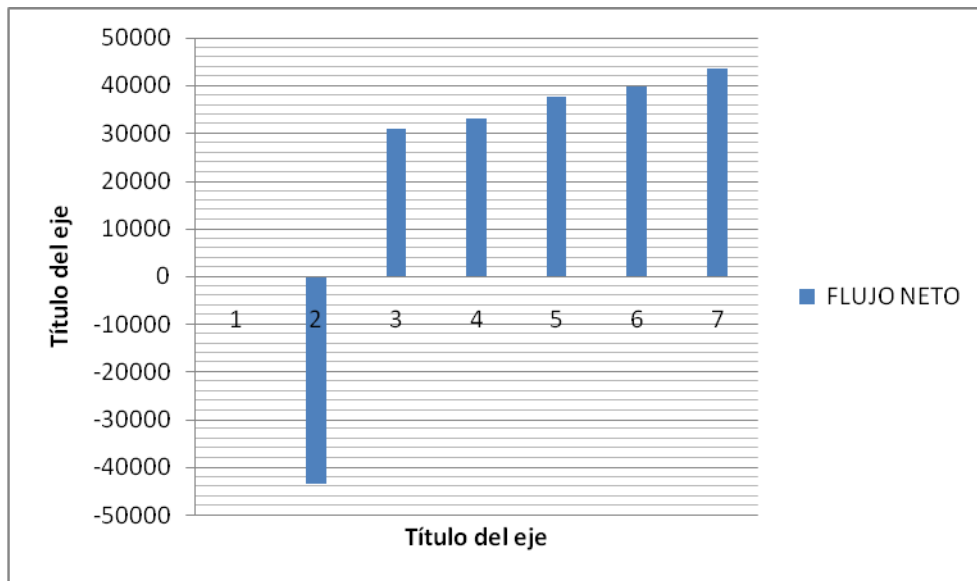
| CONCEPTO                                   | AÑO 0                 | AÑO 2013             | AÑO 2014             | AÑO 2015             | AÑO 2016             | AÑO 2017             |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>INGRESOS</b>                            |                       | <b>\$ 264,450.00</b> | <b>\$ 302,640.00</b> | <b>\$ 341,070.00</b> | <b>\$ 378,300.00</b> | <b>\$ 379,500.00</b> |
| (-) COSTOS                                 |                       | \$ 67,595.99         | \$ 71,068.07         | \$ 76,237.42         | \$ 81,880.20         | \$ 88,041.58         |
| (-) GASTOS OPERACIONALES                   |                       | \$ 34,717.20         | \$ 37,988.71         | \$ 41,582.17         | \$ 45,529.52         | \$ 49,865.89         |
| (-) GASTOS NO OPERACIONALES                |                       | \$ 14,211.18         | \$ 11,606.22         | \$ 8,728.49          | \$ 5,549.41          | \$ 2,037.45          |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>               |                       | <b>\$ 116,524.38</b> | <b>\$ 120,663.00</b> | <b>\$ 126,548.08</b> | <b>\$ 132,959.14</b> | <b>\$ 139,944.92</b> |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS                |                       | \$ 147,925.62        | \$ 181,977.00        | \$ 214,521.92        | \$ 245,340.86        | \$ 239,555.08        |
| (-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES     |                       | \$ 22,188.84         | \$ 27,296.55         | \$ 32,178.29         | \$ 36,801.13         | \$ 35,933.26         |
| UTILIDAD GRAVABLE                          |                       | \$ 125,736.78        | \$ 154,680.45        | \$ 182,343.63        | \$ 208,539.73        | \$ 203,621.82        |
| % IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION |                       | 22%                  | 22%                  | 22%                  | 22%                  | 22%                  |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA                    |                       | \$ 27,662.09         | \$ 34,029.70         | \$ 40,115.60         | \$ 45,878.74         | \$ 44,796.80         |
| (-) RESERVA 5%                             |                       | \$ 4,903.73          | \$ 6,032.54          | \$ 7,111.40          | \$ 8,133.05          | \$ 7,941.25          |
| <b>= UTILIDAD NETA</b>                     |                       | <b>\$ 93,170.95</b>  | <b>\$ 114,618.21</b> | <b>\$ 135,116.63</b> | <b>\$ 154,527.94</b> | <b>\$ 150,883.77</b> |
| (+) DEPRECIACIÓN                           |                       | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         |
| (-) INVERSION INICIAL                      | \$ (275,885.83)       |                      |                      |                      |                      |                      |
| (+) RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO        |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ 8,409.30          |
| (+) PRÉSTAMO                               | \$ 153,308.87         |                      |                      |                      |                      |                      |
| (+) PROVISION INCOBRABLES                  |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 |
| (-)AMORTIZACION PAGO CAPITAL DE PRESTAMO   |                       | \$ 24,877.14         | \$ 27,482.10         | \$ 30,359.84         | \$ 33,538.91         | \$ 37,050.87         |
| (+) VALOR DE SALVAMENTO                    |                       |                      |                      |                      |                      | \$ -                 |
| <b>FLUJO NETO</b>                          | <b>-\$ 275,885.83</b> | <b>\$ 104,807.71</b> | <b>\$ 126,254.97</b> | <b>\$ 146,753.39</b> | <b>\$ 166,164.70</b> | <b>\$ 154,111.22</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores



**Gráfico No. 33: Flujo neto**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

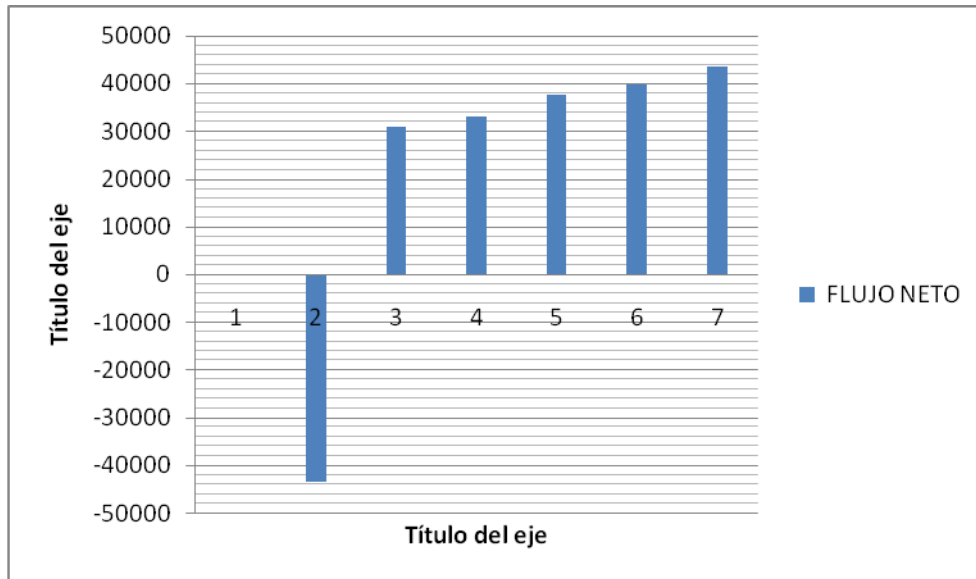
**Cuadro No. 92: Flujo sin financiamiento**

| CONCEPTO                                   | AÑO 0                 | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>INGRESOS</b>                            |                       | <b>\$ 264,450.00</b> | <b>\$ 302,640.00</b> | <b>\$ 341,070.00</b> | <b>\$ 378,300.00</b> | <b>\$ 379,500.00</b> |
| (-) COSTOS                                 |                       | \$ 67,595.99         | \$ 71,068.07         | \$ 76,237.42         | \$ 81,880.20         | \$ 88,041.58         |
| (-) GASTOS OPERACIONALES                   |                       | \$ 34,717.20         | \$ 37,988.71         | \$ 41,582.17         | \$ 45,529.52         | \$ 49,865.89         |
| (-) GASTOS NO OPERACIONALES                |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>               |                       | <b>\$ 102,313.19</b> | <b>\$ 109,056.78</b> | <b>\$ 117,819.59</b> | <b>\$ 127,409.73</b> | <b>\$ 137,907.47</b> |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS                |                       | \$ 162,136.81        | \$ 193,583.22        | \$ 223,250.41        | \$ 250,890.27        | \$ 241,592.53        |
| (-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES     |                       | \$ 24,320.52         | \$ 29,037.48         | \$ 33,487.56         | \$ 37,633.54         | \$ 36,238.88         |
| UTILIDAD GRAVABLE                          |                       | \$ 137,816.28        | \$ 164,545.74        | \$ 189,762.85        | \$ 213,256.73        | \$ 205,353.65        |
| % IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION |                       | 22%                  | 22%                  | 22%                  | 22%                  | 22%                  |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA                    |                       | \$ 30,319.58         | \$ 36,200.06         | \$ 41,747.83         | \$ 46,916.48         | \$ 45,177.80         |
| (-) RESERVA 5%                             |                       | \$ 4,903.73          | \$ 6,032.54          | \$ 7,111.40          | \$ 8,133.05          | \$ 7,941.25          |
| <b>= UTILIDAD NETA</b>                     |                       | <b>\$ 102,592.97</b> | <b>\$ 122,313.14</b> | <b>\$ 140,903.62</b> | <b>\$ 158,207.20</b> | <b>\$ 152,234.60</b> |
| (+) DEPRECIACIÓN                           |                       | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         | \$ 11,636.76         |
| (-) INVERSION INICIAL                      | \$ (275,885.83)       |                      |                      |                      |                      |                      |
| (+) RECUPERACIÓN CAPITAL DE PRESTAMO       |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ 8,409.30          |
| (+) PRÉSTAMO                               | \$ -                  |                      |                      |                      |                      |                      |
| (-)AMORTIZACION PAGO CAPITAL DE PRESTAMO   |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 |
| (+) PROVISION INCOBRABLES                  |                       | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 | \$ -                 |
| (+) VALOR DE SALVAMENTO                    |                       |                      |                      |                      |                      | \$ -                 |
| <b>FLUJO NETO</b>                          | <b>-\$ 275,885.83</b> | <b>\$ 114,229.72</b> | <b>\$ 133,949.90</b> | <b>\$ 152,540.38</b> | <b>\$ 169,843.96</b> | <b>\$ 155,462.05</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

**Gráfico No. 34: Flujo neto**



**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**

Se conoce como flujo de efectivo (o cash flow, en inglés) al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes. (Definición de, 2008)

**Cuadro No. 93: Balance General**

| <b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>                                |                        |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>CONCEPTO</b>  | <b>Pre-Operacional</b> | <b>2013</b>      | <b>2014</b>      | <b>2015</b>      | <b>2016</b>      | <b>2017</b>      |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>  |                        |                  |                  |                  |                  |                  |
| Efectivo y Equivalente   | 8.409,3                | 79.930,6         | 98.772,9         | 116.393,5        | 132.625,8        | 125.469,6        |
| Bancos   |                        | 88.041,1         | 188.084,5        | 307.814,1        | 445.905,8        | 588.035,0        |
| Inversiones  |                        | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              |
| <b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>                                  | <b>8.409,3</b>         | <b>167.971,7</b> | <b>286.857,4</b> | <b>424.207,7</b> | <b>578.531,6</b> | <b>713.504,6</b> |
| <b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>                                     |                        |                  |                  |                  |                  |                  |
| TERRENO  | 65.000,0               | 65.000,0         | 65.000,0         | 65.000,0         | 65.000,0         | 65.000,0         |
| INFRAESTRUCTURA  | 166.171,5              | 166.171,5        | 166.171,5        | 166.171,5        | 166.171,5        | 166.171,5        |
| <i>Depreciación Infraestructura</i>                              |                        | <i>7.893,1</i>   | <i>15.786,3</i>  | <i>23.679,4</i>  | <i>31.572,6</i>  | <i>39.465,7</i>  |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LA SALA HIDROMASAJE                      | 22.576,0               | 22.576,0         | 22.576,0         | 22.576,0         | 22.576,0         | 22.576,0         |
| <i>Depreciación Maquinaria y Equipo de Hidromasaje</i>           |                        | <i>2.031,8</i>   | <i>4.063,7</i>   | <i>6.095,5</i>   | <i>8.127,4</i>   | <i>10.159,2</i>  |
| MUEBLES Y EQUIPOS SERVICIO                                       | 8.316,6                | 8.316,6          | 8.316,6          | 8.316,6          | 8.316,6          | 8.316,6          |
| <i>Depreciación Muebles y Equipos de servicios</i>               |                        | <i>748,5</i>     | <i>1.497,0</i>   | <i>2.245,5</i>   | <i>2.994,0</i>   | <i>3.742,5</i>   |
| MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS ADMINISTRACION                        | 5.412,4                | 5.412,4          | 5.412,4          | 5.412,4          | 5.412,4          | 5.412,4          |
| <i>Depreciación Muebles, Enseres y Equipos de administración</i> |                        | <i>963,3</i>     | <i>1.926,6</i>   | <i>2.889,8</i>   | <i>3.853,1</i>   | <i>4.816,4</i>   |
| <b>SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS</b>                                    | <b>267.476,5</b>       | <b>267.476,5</b> | <b>267.476,5</b> | <b>267.476,5</b> | <b>267.476,5</b> | <b>267.476,5</b> |
| <i>(-) depreciaciones</i>  |                        | <i>11.636,8</i>  | <i>23.273,5</i>  | <i>34.910,3</i>  | <i>46.547,0</i>  | <i>58.183,8</i>  |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>                                       | <b>267.476,5</b>       | <b>255.839,8</b> | <b>244.203,0</b> | <b>232.566,3</b> | <b>220.929,5</b> | <b>209.292,7</b> |
| <b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>                                      | <b>0,0</b>             | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       |
| <b>OTROS ACTIVOS</b>   | <b>0,0</b>             | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       | <b>0,0</b>       |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>  | <b>275.885,8</b>       | <b>423.811,5</b> | <b>531.060,4</b> | <b>656.773,9</b> | <b>799.461,1</b> | <b>922.797,4</b> |

| <b>PASIVO CORRIENTE</b>                              |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Obligaciones bancarias                               | 0,0              | 0,0              | 0,0              |                  | 0,0              | 0,0              |
| Porción corriente deuda de Largo Plazo               | 0,0              | 24.877,1         | 27.482,1         | 30.359,8         | 33.538,9         | 37.050,9         |
| Cuentas y documentos por pagar a proveedores         | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              |
| Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos) | 0,0              | 49.850,9         | 61.326,2         | 72.293,9         | 82.679,9         | 80.730,1         |
| <b>TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES</b>                   | <b>0,0</b>       | <b>74.728,1</b>  | <b>88.808,4</b>  | <b>102.653,7</b> | <b>116.218,8</b> | <b>117.780,9</b> |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>                           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|  | 153.308,9        | 128.431,7        | 100.949,6        | 70.589,8         | 37.050,9         | 0,0              |
| <b>TOTAL DE PASIVOS</b>                              | <b>153.308,9</b> | <b>203.159,8</b> | <b>189.758,0</b> | <b>173.243,5</b> | <b>153.269,7</b> | <b>117.780,9</b> |
| <b>PATRIMONIO</b>                                    |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Capital Social pagado                                | 122.577,0        | 122.577,0        | 122.577,0        | 122.577,0        | 122.577,0        | 122.577,0        |
| Reserva Legal  | 0,0              | 4.903,7          | 10.936,3         | 18.047,7         | 26.180,7         | 34.122,0         |
| Futuras capitalizaciones                             | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              | 0,0              |
| Utilidad (pérdida) retenida                          | 0,0              | 0,0              | 93.171,0         | 207.789,2        | 342.905,8        | 497.433,7        |
| Utilidad (pérdida) neta                              | 0,0              | 93.171,0         | 114.618,2        | 135.116,6        | 154.527,9        | 150.883,8        |
| <b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>                           | <b>122.577,0</b> | <b>220.651,6</b> | <b>341.302,4</b> | <b>483.530,4</b> | <b>646.191,4</b> | <b>805.016,4</b> |
| <b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</b>                  | <b>275.885,8</b> | <b>423.811,5</b> | <b>531.060,4</b> | <b>656.773,9</b> | <b>799.461,1</b> | <b>922.797,4</b> |
| <b>COMPROBACION DEL BALANCE</b>                      | <b>0,0</b>       | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>      |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

## Cuadro No. 94: Evaluación del proyecto

### TMAR del Proyecto

|  |
|--|
| <b>TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO ( TMAR)</b> |
|--|

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>INVERSIONISTA=</b> | <b>TASA DE INFLACIÓN +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO</b> |
| <b>INVERSIONISTA=</b> | <b>5% +8%+16%</b>                                       |
| <b>INVERSIONISTA=</b> | <b>29%</b>  |

| Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento     |                |              |             |
|--|----------------|--------------|-------------|
| Financiamiento                           | % Aportaciones | TMAR         | Ponderación |
| <b>APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS</b> | <b>44%</b>     | <b>29,0%</b> | <b>13%</b>  |
| <b>CREDITO</b>                           | <b>56%</b>     | <b>10,0%</b> | <b>6%</b>   |
| <b>TMAR GLOBAL</b>                       |                |              | <b>18%</b>  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

Representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir:

- La totalidad de la inversión inicial
- Los egresos de operación
- Los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto
- Los impuestos
- La rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido

**Cuadro No. 95: Tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento  
(TMAR)**

| <b>TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO SIN FINANCIAMIENTO<br/>(TMAR)</b> |   |
|---|---|
| <b>INVERSIONISTA=</b>   | <b>TASA DE INFLACIÓN +RIESGO PAIS+<br/>PREMIO DE RIESGO</b> |
| <b>INVERSIONISTA=</b>   | <b>5% +8%+16%</b>   |
| <b>INVERSIONISTA=</b>   | <b>29%</b>  |

| <b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</b>  |                     |              |                    |
|--|---------------------|--------------|--------------------|
| <b>FINANCIAMIENTO :</b>                      | <b>% APORTACION</b> | <b>TMAR</b>  | <b>PONDERACION</b> |
| <b>APORTE DE<br/>ACCIONISTAS/EMPRESARIOS</b> | <b>100%</b>         | <b>29,0%</b> | <b>29%</b>         |
| <b>CREDITO</b>                               | <b>0%</b>           | <b>0,0%</b>  | <b>0%</b>          |
| <b>TMAR GLOBAL</b>                           |                     |              | <b>29%</b>         |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

**Cuadro No. 96: Valor actual neto**

**VALOR ACTUAL NETO**

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

|             |                   | <b>2013</b>                   | <b>2014</b>                   | <b>2015</b>                   | <b>2016</b>                   | <b>2017</b>                   |
|-------------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | $\frac{104807.7}{(1+0,18)^1}$ | $\frac{126255.0}{(1+0,18)^2}$ | $\frac{146753.4}{(1+0,18)^3}$ | $\frac{166164.7}{(1+0,18)^4}$ | $\frac{154111.2}{(1+0,18)^5}$ |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | $\frac{104807.7}{1.18}$       | $\frac{126255.0}{1.3924}$     | $\frac{146753.4}{1.643032}$   | $\frac{166164.7}{1.93877776}$ | $\frac{154111.2}{2.28775776}$ |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | <b>88,820.1</b>               | <b>90,674.4</b>               | <b>89,318.6</b>               | <b>85,705.9</b>               | <b>67,363.4</b>               |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | <b>421,882.4</b>              |                               |                               |                               |                               |
| <b>VAN=</b> | <b>145,996.6</b>  |                               |                               |                               |                               |                               |

Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: que es MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si

dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de nuestro proyecto. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor (C., 2012).

**Cuadro No. 97: Valor actual neto sin financiamiento**

**VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO**

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

|             |                   | <b>2013</b>                   | <b>2014</b>                   | <b>2015</b>                   | <b>2016</b>                   | <b>2017</b>                   |
|-------------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | $\frac{114229.7}{(1+0,29)^1}$ | $\frac{133949.9}{(1+0,29)^2}$ | $\frac{152540.4}{(1+0,29)^3}$ | $\frac{169844.0}{(1+0,29)^4}$ | $\frac{155462.1}{(1+0,29)^5}$ |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | $\frac{114229.7}{1.29}$       | $\frac{133949.9}{1.6641}$     | $\frac{152540.4}{2.146689}$   | $\frac{169844.0}{2.76922881}$ | $\frac{155462.1}{3.57230516}$ |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | <b>88,550.2</b>               | <b>80,493.9</b>               | <b>71,058.4</b>               | <b>61,332.6</b>               | <b>43,518.7</b>               |
| <b>VAN=</b> | <b>-275,885.8</b> | <b>344,953.8</b>              |                               |                               |                               |                               |
| <b>VAN=</b> | <b>69,068.0</b>   |                               |                               |                               |                               |                               |

Por ello podemos verificar que nuestro proyecto tanto con financiamiento como sin financiamiento tendremos incremento que equivale al VPN, y sin financiamiento tenemos un incremento mayor.



**Cuadro No. 98: Tasa Interna de Retorno**

| TASA INTERNA DE RETORNO |               |                       |                 |                       |                |
|-------------------------|---------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|----------------|
| Años                    | FNC           | FACTOR DE ACT.<br>12% | VAN Menor       | FACTOR DE ACT.<br>27% | VAN Mayor      |
| 0                       | -<br>275885.8 |                       | -275885.8       |                       | -275885.8      |
| 2013                    | 104807.7      | 0.892857              | 93578.3         | 0.787402              | 82525.8        |
| 2014                    | 126255.0      | 0.797194              | 100649.7        | 0.620001              | 78278.2        |
| 2015                    | 146753.4      | 0.711780              | 104456.2        | 0.488190              | 71643.5        |
| 2016                    | 166164.7      | 0.635518              | 105600.7        | 0.384402              | 63874.0        |
| 2017                    | 154111.2      | 0.567427              | 87446.8         | 0.302678              | 46646.1        |
|                         | <b>38%</b>    |                       | <b>215845.8</b> |                       | <b>67081.8</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$\text{TIR} = 19 + (34 - 19) \frac{215845.8}{215845.8 - 67081.8}$$

$$\text{TIR} = 27 \frac{215845.8}{148764.1}$$

$$\text{TIR} = 27 \quad 1.45$$

**TIR = 39 %**

| TASA INTERNA DE RETORNO<br>SIN FINANCIAMIENTO |               |                       |              |                       |              |
|---|---------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| AÑOS  | FNC           | FACTOR DE ACT.<br>19% | VAN<br>MENOR | FACTOR DE ACT.<br>57% | VAN<br>MAYOR |
| 0   | -<br>275885.8 |                       | -275885.8    |                       | -275885.8    |
| 2013  | 114229.7      | 0.840336              | 95991.4      | 0.636943              | 72757.8      |
| 2014  | 133949.9      | 0.706165              | 94590.7      | 0.405696              | 54342.9      |
| 2015  | 152540.4      | 0.593416              | 90519.9      | 0.258405              | 39417.2      |
| 2016  | 169844.0      | 0.498669              | 84695.9      | 0.164589              | 27954.5      |
| 2017  | 155462.1      | 0.419049              | 65146.3      | 0.104834              | 16297.7      |
|   | 41%           |                       | 155058.3     |                       | -65115.7     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$\text{TIR} = 20 + (57 - 20) \frac{155058.3}{155058.3 - 65115.7}$$

$$\text{TIR} = 57 \frac{155058.3}{220174.0}$$

$$\text{TIR} = 57 \quad 0.70$$

$$\text{TIR} = 40 \%$$

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido (C., 2012).

Nuestro proyecto es aceptable ya que tanto con financiamiento con sin financiamiento nuestro proyecto tendrá un rendimiento mayor al mínimo requerid

**Cuadro No. 99: Relación Beneficio Costos**

| <b>RELACION BENEFICIO COSTO</b> |                                  |                       |                          |                                  |                          |                            |
|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|
|                                 | <b>ACTUALIZACION COSTO TOTAL</b> |                       |                          | <b>ACTUALIZACION DE INGRESOS</b> |                          |                            |
| <b>AÑOS</b>                     | <b>Costo Total</b>               | <b>Actor ACT. 18%</b> | <b>Costo Actualizado</b> | <b>Ingreso Total</b>             | <b>Actor de ACT. 18%</b> | <b>Ingreso Actualizado</b> |
| 2013                            | 116524                           | 0.844297              | 98381                    | 264450                           | 0.844297                 | 223274                     |
| 2014                            | 120663                           | 0.712837              | 86013                    | 302640                           | 0.712837                 | 215733                     |
| 2015                            | 126548                           | 0.601846              | 76162                    | 341070                           | 0.601846                 | 205272                     |
| 2016                            | 132959                           | 0.508137              | 67561                    | 378300                           | 0.508137                 | 192228                     |
| 2017                            | 139945                           | 0.429018              | 60039                    | 379500                           | 0.429018                 | 162812                     |
|                                 |                                  |                       | <b>388157</b>            |                                  |                          | <b>999319</b>              |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{999319}{388157}$$

|                                  |             |
|----------------------------------|-------------|
| <b>RELACION BENEFICIO COSTO=</b> | <b>2,57</b> |
|----------------------------------|-------------|

En este caso la relación B/C es el resultado de comparar la suma de los Beneficios o Ingresos sobre la suma de los Costos. Este resultado no nos proporciona información de mayor utilidad, puesto que el valor del dinero cambia con el tiempo y al no estar considerado este cambio, no permite tomar decisiones más o menos cercanas a escenarios reales (García, 2012).

En nuestro proyecto la relación beneficio/costo es de \$2.57 dólares, lo que nos indica que por cada dólar que se invierta en este proyecto, tendremos \$1.57 centavos de dólar de ganancia.

**Cuadro No. 100: Periodo real de recuperación o PAYBACK**

**PERIODO REAL DE RECUPERACION O PAYBACK**

| <b>Años</b>  | <b>Inversión</b> | <b>Flujo Neto</b> |
|--------------|------------------|-------------------|
| 2013         | 275885.83        | 104807.7          |
| 2014         |                  | 126255.0          |
| 2015         |                  | 146753.4          |
| 2016         |                  | 166164.7          |
| 2017         |                  | 154111.2          |
| <b>TOTAL</b> |                  | <b>698092.0</b>   |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$\text{PERIODO DE RECUPERACION} = \frac{\text{FLUJO NETO-INVERSION}}{\text{FLUJO NETO(ULTIMO AÑO)}}$$

$$\text{PERIODO DE RECUPERACION} = \frac{553192,4-275885,83}{154111.2}$$

$$\text{PERIODO DE RECUPERACION} = \frac{422206.15}{154111.2}$$

|  |              |              |
|--|--------------|--------------|
| <b>PERIODO DE RECUPERACION=</b>                                | <b>2.74</b>  | <b>AÑOS</b>  |
| <b>0,21 X 12</b>   | <b>2.52</b>  | <b>MESES</b> |
| <b>0,52 X 30</b>   | <b>14.40</b> | <b>DIAS</b>  |
| <b>LA INVERSION SER RECUPERARA EN 2 AÑOS 2 MESES Y 14 DIAS</b> |              |              |

**Cuadro No. 101: Análisis de sensibilidad en los costos**

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 5% EN LOS COSTOS |                      |                          |                  |               |             |              |             |              |
|---|----------------------|--------------------------|------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| Años  | Costo Total Original | Costo Total Incrementado | Ingreso Original | ACTUALIZACIÓN |             |              |             |              |
|   |                      |                          |                  | Flujo Neto    | Factor ACT. | Valor Actual | Factor ACT. | Valor Actual |
|   |                      | 5%                       |                  |               | 25%         |              | 59%         |              |
|   |                      |                          |                  | -275885,834   |             | -275885,8337 |             | -275885,8337 |
| 2013  | 116524               | 122351                   | 264450           | 142099        | 0,800000    | 113679,52    | 0,628931    | 89370,69     |
| 2014  | 120663               | 126696                   | 302640           | 175944        | 0,640000    | 112604,06    | 0,395554    | 69595,29     |
| 2015  | 126548               | 132875                   | 341070           | 208195        | 0,512000    | 106595,59    | 0,248776    | 51793,82     |
| 2016  | 132959               | 139607                   | 378300           | 238693        | 0,409600    | 97768,61     | 0,156463    | 37346,59     |
| 2017  | 139945               | 146942                   | 379500           | 232558        | 0,327680    | 76204,55     | 0,098404    | 22884,71     |
|   |                      |                          |                  |               |             | 230966,51    |             | -4894,73     |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores



**Cuadro No. 102: Análisis de Sensibilidad en los Ingresos**

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 5% EN LOS INGRESOS |                      |                  |                    |               |             |              |             |              |
|---|----------------------|------------------|--------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| Años  | Costo Total Original | Ingreso Original | Ingreso Disminuido | ACTUALIZACIÓN |             |              |             |              |
|   |                      |                  |                    | Flujo Neto    | Factor ACT. | Valor Actual | Factor ACT. | Valor Actual |
|   |                      |                  | 5%                 |               | 35%         |              | 55%         |              |
|   |                      |                  |                    | -275886       |             | -275886      |             | -275886      |
| 2012  | 116524               | 264450           | 251228             | 134703        | 0,740741    | 99780,09     | 0,645161    | 86905,24     |
| 2013  | 120663               | 302640           | 287508             | 166845        | 0,548697    | 91547,33     | 0,416233    | 69446,41     |
| 2014  | 126548               | 341070           | 324017             | 197468        | 0,406442    | 80259,48     | 0,268537    | 53027,67     |
| 2015  | 132959               | 378300           | 359385             | 226426        | 0,301068    | 68169,63     | 0,173250    | 39228,28     |
| 2016  | 139945               | 379500           | 360525             | 220580        | 0,223014    | 49192,34     | 0,111774    | 24655,16     |
|   |                      |                  |                    | 54%           |             | 113063,03    |             | -2623,08     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores

$$\text{NUEVO TIR} = \frac{35 + (55 - 35) \cdot \frac{113063,03}{113063,03 + 2623,08}}{113063,03 + 2623,08}$$

$$\text{NUEVO TIR} = \frac{55 \cdot \frac{113063,03}{115686,11}}{115686,11}$$

$$\text{NUEVO TIR} = \frac{55 \cdot 0,977325918}{115686,11}$$

$$\text{NUEVO TIR} = \frac{54 \cdot \%}{115686,11}$$

PASO 1 DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR TIR PROYECTO- TIR NUEVO

DIFERENCIA DE TIR 26%-54%

**DIFERENCIA DE TIR -28%**

PASO 2 PORCENTAJE DE VARIACION

% VARIACION= (DIF.TIR/TIR DEL PROYECTO)\*100

% VARIACION= (-28%/26%)\*100

**% VARIACION= -107,69**

**SENSIBILIDAD**

SENSIBILIDAD= % VARIACION/NUEVO TIR

SENSIBILIDAD= -1,99425926

|                      |                   |             |          |
|----------------------|-------------------|-------------|----------|
| <b>SENSIBILIDAD=</b> | <b>-1,9757407</b> | <b>&lt;</b> | <b>1</b> |
|----------------------|-------------------|-------------|----------|

**El proyecto NO es sensible a una disminución de la inflación anual del 5% en sus ingresos para la proyección de los 5 años**



## Conclusiones

1. Formar la nueva Empresa, COMPLEJO TURISTICO EL GRAN QUILOTOA, como Complejo Turístico dentro de la Parroquia de Zumbahua, resulta viable puesto que se tiene la finalidad de ofrecer diferentes servicios de recreación y diversión tanto para turistas nacionales y extranjeros, además se pretende brindar atracciones novedosas como 8 tipo de hidromasajes y alojamiento con habitaciones amplias y exclusivas.
2. La proyección de los turistas tanto nacionales y extranjeros que visita frecuentemente la laguna del volcán Quilotoa ha ido incrementando en un 13.38% cada año, por lo tanto, al implementar nuestro proyecto solo se incrementarán las visitas debido a que el COMPLEJO TURISTICO EL GRAN QUILOTOA será nuevo y ofrecerá servicios muy novedoso, con ello atraeremos más turistas, lo cual permitirá alcanzar el éxito para este proyecto y así obtener buenos ingresos tanto propios como para el país.
3. Según los análisis realizados se ha determinado que el COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA tendrá una participación en el mercado del 24.76%, porcentaje obtenido del número de turistas que visitan cada una de las hosterías de nuestra competencia al día y las hemos multiplicado por los 365 días del año.
4. El proyecto de creación de un Complejo Turístico en las cercanías de la laguna del volcán Quilotoa, bajo las condiciones establecidas en el presente proyecto, es viable; debido a la existencia de demanda del servicio, de recursos para su implementación y por la rentabilidad que se estima generará en sus cinco años proyectados.
5. La razón social es “COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA”, estará conformado por socios capitalistas, además de un crédito otorgado por el Banco

de Fomento, de igual manera contaremos con la mano de obra de las diferentes áreas de Zumbahua.

6. El proyecto es para una proyección de 5 años, con una TIR financiada del 26% y sin financiamiento del 41%; una recuperación de la inversión de 2,21 años, y por cada dólar invertido tendremos una ganancia de \$1,57.

## Recomendaciones

1. A medida que el proyecto, una vez puesto en marcha genere rentabilidad, sería recomendable la implementación de nuevas atracciones turísticas dentro del Complejo como puede ser la implementación de piscinas a distintas temperaturas de manera que se preste un servicio más atractivo para los visitantes.
2. Dependiendo de la acogida que tenga el COMPLEJO TURÍSTICO EL GRAN QUILOTOA dentro del mercado, sería aconsejable que se considere en un futuro la diversificación del mismo, tanto en los servicios que ofrece como en las especificaciones y composición de cada uno, pues esto podría atraer a nuevos turistas.
3. Establecer estrategias de promoción para lograr que nuestro complejo turístico sea reconocido a nivel nacional e internacional y de esta manera lograremos alcanzar nuestras metas corporativas y alcanzar una mayor participación en el mercado.
4. Buscar más socios inversionistas dispuestos a aportar capital que permitan financiar el proyecto y poder iniciar las labores de construcción del Complejo Turístico rápidamente.
5. Aprovechar el potencial turístico de la zona para ser el centro turístico con mayores visitas y así obtener mayores ingresos.
6. Llevar a cabo la construcción del Complejo Turístico El Gran Quilotoa en Zumbahua, pues los indicadores financieros son: VAN \$ 56.880,6 dólares, es decir un VAN positivo, la Tasa Interna de Retorno es del 26%, superior a la TMAR que es del 18%, el Costo-Beneficio es de \$1,57 ctvs. de dólar.

7. Dependiendo de la acogida que tenga nuestro Complejo Turístico El Gran Quilotoa dentro del mercado, podríamos considerar en un futuro la diversificación del mismo, tanto en los servicios que ofrece como en las especificaciones y composición de cada uno, pues esto podría atraer a nuevos turistas.

## Bibliografía

- Baca Urbina, G. (2007). Evaluación de Proyectos. México: McGraw-Hill.
- (kalipedia, 2011)
- Pablo Torres Matovelle. (2010). Plan de Ordenamiento Turístico Territorial del Destino Quilotoa; Parroquias de Zumbahua y Chugchilán. Ecuador.
  - Thompson Iván, (2007). El mercado moderno de Sudamérica.
  - Fisher Laura, (2010). Mercadotécnica.
  - (ECUADOR, MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)
  - Lincango, L., Freddy Orlando, Tandazo R., Guido Luis y Vicente F., Nancy Silvana (2010). Plan de Desarrollo de la Parroquia Zumbahua. Universidad Central del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Quito.
  - Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Cotopaxi
- 
- <http://yebool.com.ec/ecuador/regiones/sierra/provincia-del-cotopaxi/lugares-turisticos>, 2011)
  - (tvecuador.com, 2010)
  - (sities goolge, 2011)
  - (gestiopolis, 2009)
  - (Fomento, 2012)
  - (Pichincha, 2012)
  - (Fomento, 2012) Fuente: (Fomento, Banco de Fomento, 2012)
  - <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-12.htm>
  - [http://html.rincondelvago.com/mano-de-obra\\_1.html](http://html.rincondelvago.com/mano-de-obra_1.html)
  - <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/conozca-el-ecuador-provincia-del-cotopaxi-65205-65205.html> Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Cotopaxi
  - <http://www.visitaecuador.com>
  - [http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n\\_Pujil%C3%AD](http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Pujil%C3%AD)
  - Plan de desarrollo de la parroquia Zumbahua, op. Cit.
  - <http://www.visitaecuador.com>

- <http://es.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>
- <http://flujograma.wikispaces.com/Definicion+y+caracteristicas+de+Digrama+de+Flujo>
- <http://www.ambiente.gob.ec/?q=node/81&page=0,0>
- <http://www.ambiente.gob.ec/?q=node/81&page=0,0>