



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TÍTULO:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
COMPLEJO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE  
MACHALA.

**AUTOR:**

Gordillo Poma, Yesenia del Carmen

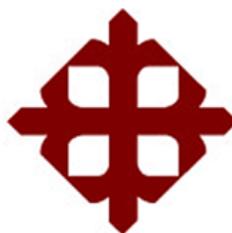
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniera Comercial**

**TUTORA:**

Lcda. Holguín Noriega Micaela Janeth, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Yesenia del Carmen Gordillo Poma, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

**TUTORA:**

---

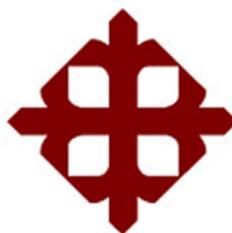
Lcda. Janeth Micaela Holguín Noriega, Mgs.

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs.

**Guayaquil, septiembre del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Yesenia del Carmen Gordillo Poma**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE MACHALA”, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

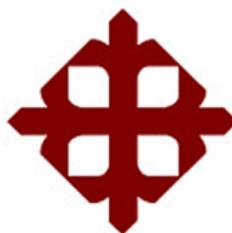
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, septiembre del año 2015**

**EL AUTOR:**

---

Yesenia del Carmen Gordillo Poma



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Yesenia del Carmen Gordillo Poma**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE MACHALA, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, septiembre del año 2015**

**EL AUTOR:**

---

Yesenia del Carmen Gordillo Poma

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios por sobre todas las cosas pues es Él quien dispone en nuestras vidas y quien con su infinito poder permite que nuestras metas y aspiraciones se lleguen a cumplir.

Agradezco infinitamente a mis padres que con esfuerzo y entrega nos han sabido encaminar hacia nuestra formación académica y son mi ejemplo de lucha y perseverancia, a ellos mi profunda admiración y gratificación.

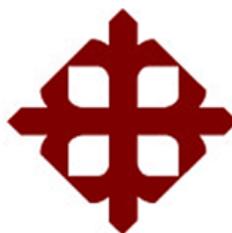
A mis hermanos por su constante apoyo y aliento y a mi familia entera que de una u otra forma han estado pendientes de la culminación de este trabajo, muchas gracias.

Yesenia Gordillo Poma

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres Sr. German José Gordillo y Sra. Carmen Poma López que son los pilares más valiosos que Dios pudo poner en nuestras vidas, a mis hermanos y a Godarcito, a ustedes mi amada familia va dedicados todos mis años de estudio que culmina con este significativo trabajo de titulación.

Yesenia Gordillo Poma



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIFICACIÓN**

---

**PROFESOR GUÍA O TUTOR**

Lcda. Janeth Micaela Holguín Noriega, Mgs.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
ASPECTOS GENERALES .....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	4
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.5 OBJETIVOS:.....	7
1.5.1 Objetivo General: .....	7
1.5.2 Objetivos Específicos: .....	7
1.6 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA .....	8
1.7 DELIMITACIÓN .....	11
CAPÍTULO II.....	12
ESTUDIO DE MERCADO.....	12
2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	12
2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	13
2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
2.4 ANÁLISIS ENTORNO.....	14
2.4.1 Análisis P.E.S.T.A .....	14
2.4.2 Análisis F.O.D.A.....	22
2.4.3 OFERTA.....	22
2.4.3.1 Análisis de la Competencia.....	23
2.4.4 DEMANDA .....	27
2.4.4.1 Determinación del mercado objetivo.....	27
2.4.4.2 Segmentación de mercado.....	28
2.4.4.3 Determinación de la propuesta de valor .....	30
2.5 METODOLOGÍA.....	31
2.5.1 HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS .....	31
2.5.2 UNIVERSO Y MUESTRA.....	32
2.5.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	32

2.5.3.1	Determinación de la muestra para jefes de hogar .....	33
2.5.3.2	Determinación de la muestra para los estudiantes .....	34
2.5.4	ENCUESTAS Y ANÁLISIS .....	35
2.5.4.1	Encuestas aplicada a jefes(as) del hogar .....	35
2.5.4.2	Encuestas realizadas a estudiantes .....	43
2.5.5	ENTREVISTAS Y ANÁLISIS .....	49
2.6	COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	50
CAPÍTULO III	.....	52
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL DE LA EMPRESA	.....	52
3.1	RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA .....	52
3.2	LOGOTIPO .....	52
3.3	SLOGAN.....	53
3.4	MISIÓN.....	53
3.5	VISIÓN .....	53
3.6	PRINCIPIOS .....	53
3.7	VALORES.....	54
3.8	ESTRATEGIAS DE NEGOCIO .....	55
3.8.1	Competencia .....	55
3.8.2	Promoción .....	55
3.9	ESTRATEGIA DE MARKETING.....	55
3.9.1	Plan de marketing .....	56
3.9.2	Mix del Marketing .....	56
3.9.2.1	Producto .....	56
3.9.2.2	Precio .....	58
3.9.2.3	Plaza o distribución.....	59
3.9.2.4	Promoción.....	60
3.10	DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL.....	61
3.11	PERFILES Y TAREAS DEL PERSONAL .....	63
3.12	CONSTITUCIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA.....	67
3.13	PERMISOS Y REQUISITOS .....	69
3.13.1	Requisitos Permiso de construcción .....	69

3.13.2	Requisitos Patente Municipal.....	69
3.13.3	Requisitos para obtener la (LUAF) Licencia Única Anual de Funcionamiento .....	69
3.13.4	Requisitos para permiso de bomberos .....	70
3.14	REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO .....	70
3.15	EXTRACTO DE LA LEY DE TURISMO.....	71
3.16	PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES .....	72
3.17	LICENCIA AMBIENTAL.....	73
3.18	DISPOSICIONES LABORALES OBLIGATORIAS.....	74
CAPÍTULO IV.....		76
ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....		76
4.1	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	76
4.1.1.1	Macro-ubicación .....	77
4.1.1.2	Micro-ubicación.....	78
4.2	FUNCIONAMIENTO .....	79
4.2.1.1	Días Laborables.....	79
4.2.1.2	Horario de atención .....	79
4.3	DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ÁREA DE FUNCIONAMIENTO .....	80
4.4	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO .....	81
4.4.1	Mercado .....	81
4.4.2	La disponibilidad de materia prima.....	81
4.4.3	Tecnología .....	83
4.4.4	El financiamiento .....	83
4.5	CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	84
4.6	ANÁLISIS DE DISPONIBILIDAD Y COSTO DE INSUMOS Y MATERIALES.....	87
4.6.1	Determinación de la materia prima inicial.....	91
4.6.2	Determinación de materiales directos .....	93
CAPÍTULO V.....		94
ESTUDIO FINANCIERO.....		94
PROPUESTA FINANCIERA-ECONÓMICA DEL PROYECTO .....		94
5.1.1	INVERSIÓN INICIAL.....	94

5.1.1.1	Activos fijos.....	94
5.1.1.2	Activos Diferidos.....	95
5.1.1.3	Capital de Trabajo .....	95
5.1.2	FINANCIAMIENTO.....	95
5.1.3	INGRESOS DEL PROYECTO .....	101
5.1.4	DETALLE DE GASTOS .....	103
5.1.4.1	Depreciaciones y amortizaciones .....	103
5.1.4.2	Proyección de sueldos del equipo de trabajo .....	105
5.1.4.3	Otros gastos generales del proyecto .....	106
5.1.5	COSTOS GENERALES DEL PROYECTO .....	108
5.1.5.1	Detalle de los costos proyectados .....	108
5.2	ESTADOS FINANCIEROS .....	110
5.2.1	ESTADO DE RESULTADOS .....	110
5.2.2	FLUJO DEL EFECTIVO .....	111
5.2.3	BALANCE SITUACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	112
5.3	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	114
5.3.1	VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	114
5.3.2	TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) .....	115
5.3.3	PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PR).....	116
5.3.4	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	116
5.3.5	RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO .....	117
5.3.6	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	118
	CONCLUSIONES .....	120
	RECOMENDACIONES.....	121
	BIBLIOGRAFÍA.....	122
	ANEXOS.....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores Económicos.....	20
Tabla 2: Otros Indicadores Sociales.....	20
Tabla 3: Acceso a las Tics.....	21
Tabla 4: Indicadores Ambientales.....	21
Tabla 5: Mercado Objetivo.....	28
Tabla 6: Cálculo de la muestra para jefes de hogar.....	33
Tabla 7: Cálculo de la muestra para estudiantes.....	34
Tabla 8: Pregunta 1.....	35
Tabla 9: Pregunta 2.....	35
Tabla 10: Pregunta 3.....	36
Tabla 11: Pregunta 4.....	37
Tabla 12: Pregunta 5.....	38
Tabla 13: Pregunta 6.....	39
Tabla 14: Pregunta 7.....	40
Tabla 15: Pregunta 8.....	41
Tabla 16: Pregunta 9.....	42
Tabla 17: Pregunta 1.....	43
Tabla 18: Pregunta 2.....	43
Tabla 19: Pregunta 3.....	44
Tabla 20: Pregunta 4.....	45
Tabla 21: Pregunta 5.....	46
Tabla 22: Pregunta 6.....	47
Tabla 23: Pregunta 7.....	48
Tabla 24: Precio de alimentos y bebidas.....	59
Tabla 25: Capacidad diaria de la empresa.....	84
Tabla 26: Terreno.....	87
Tabla 27: Edificaciones.....	88
Tabla 28: Maquinarias.....	88

Tabla 29: Restaurante y Bar .....	89
Tabla 30: Baños y Vestidores .....	89
Tabla 31: Área deportiva- Gimnasio- Juegos de mesa.....	90
Tabla 32: Área de limpieza .....	90
Tabla 33: Muebles de Oficina .....	91
Tabla 34: Equipo de oficina .....	91
Tabla 35: Equipo de computación .....	91
Tabla 36: Materia Prima .....	92
Tabla 37: Materiales para piscinas .....	93
Tabla 38. Activos Tangibles.....	94
Tabla 39: Gastos de Constitución.....	95
Tabla 40: Financiamiento Inicial del Proyecto .....	96
Tabla 41: Detalles del Préstamo Bancario.....	96
Tabla 42: Amortización del préstamo bancario.....	97
Tabla 43: Resumen de intereses .....	100
Tabla 44: Proyección de Ingresos del Proyecto .....	102
Tabla 45: Porcentajes de depreciaciones Activos fijos .....	103
Tabla 46: Depreciación de activos fijos .....	104
Tabla 47: Amortización Gastos de Constitución .....	104
Tabla 48. Rol de Pagos .....	105
Tabla 49: Publicidad y propaganda .....	106
Tabla 50: Suministros de Oficina .....	106
Tabla 51: Proyección de Gastos.....	107
Tabla 52: Costos proyectados para el primer año .....	108
Tabla 53: Proyección de Costos .....	109
Tabla 54: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	110
Tabla 55: Flujo del Efectivo .....	111
Tabla 56: Balance General proyectado para los primeros cinco años...	112
Tabla 57: Balance General proyectado para diez años. ....	113
Tabla 58: Determinación Tasa de Descuento.....	114
Tabla 59: Valor Actual Neto.....	115
Tabla 60: TIR .....	115

Tabla 61: Período de Recuperación Inversión Inicial.....	116
Tabla 62: Punto de Equilibrio.....	117
Tabla 63: Relación Beneficio/Costo.....	118
Tabla 64: Primer escenario.....	118
Tabla 65: Segundo escenario.....	118
Tabla 66: Tabla de Relación Objetivos-Conclusiones .....	120

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa Machala .....	8
Figura 2: Producto Interno Bruto-2014 .....	17
Figura 3: Riesgo País-Junio 2015.....	18
Figura 4: Índice Desarrollo Humano-junio 2015 .....	19
Figura 5: Complejo Turístico "Los Girasoles" .....	24
Figura 6: Complejo turístico "Karpatos" .....	24
Figura 7: Hillary Nature Resorts.....	25
Figura 8: Club Banco del Pacifico.....	26
Figura 9: Islas Jambelí.....	26
Figura 10: Playa & Spa "El Faro" .....	27
Figura 11: Pregunta 1 .....	35
Figura 12: Pregunta 2 .....	36
Figura 13: pregunta 3 .....	36
Figura 14: Pregunta 4 .....	37
Figura 15: Pregunta 5 .....	38
Figura 16: Pregunta 6 .....	39
Figura 17: Pregunta 7 .....	40
Figura 18: Pregunta 8.....	41
Figura 19: Pregunta 9 .....	42
Figura 20: Pregunta 1 .....	43
Figura 21: Pregunta 2 .....	43
Figura 22: Pregunta 3 .....	44
Figura 23 :Pregunta 4 .....	45
Figura 24: Pregunta 5 .....	46
Figura 25: Pregunta 6 .....	47
Figura 26: Pregunta 7 .....	48
Figura 27: Logotipo de la compañía .....	52
Figura 28: Misión .....	53

Figura 29: Visión.....	53
Figura 30: Organigrama general de AQUA ZONE CIA. LTDA.....	62
Figura 31: Mapa Macro-Localización.....	77
Figura 32: Km 1 1/2 Vía Balosa- Machala .....	78
Figura 33: Localización a nivel Micro.....	79
Figura 34: Distribución física de las instalaciones .....	80
Figura 35: Diagrama del proceso de servicios AQUA ZONE.....	86

## RESUMEN

En esta investigación se analizaron las diferentes etapas de un estudio de factibilidad que demuestren la posibilidad de crear un nuevo complejo turístico en la ciudad de Machala. El proceso de recopilación e interpretación de los datos permitió conocer la aceptación de esta propuesta en las familias de la ciudad.

Una metodología inductiva deductiva y técnicas investigativas como la observación, encuestas y entrevistas se utilizaron para el desarrollo de la investigación. Las encuestas se llevaron a cabo sobre una muestra aleatoria de 383 familias y 379 estudiantes. Esta muestra de la población se determina mediante una fórmula de población finita. Además las entrevistas determinaron la aceptación del servicio en cinco empresas en la ciudad.

Para el proyecto se requiere de \$ 1'000.544.91 dólares como inversión inicial, financiado con aportaciones de socios capitalistas y de la banca. Como resultado la evaluación económica mostro un VAN positivo de \$ 348,170.06, una TIR del 28% con un período de recuperación de 4 años, lo que demostró la rentabilidad del proyecto.

La implementación del proyecto contribuirá a la integración de las familias, crear nuevas fuentes de empleo contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país, fomentar un ambiente saludable y contribuir al desarrollo turístico y económico de la ciudad de Machala.

**Palabras claves:** Estudio de factibilidad, emprendimiento, turismo, social, económico, complejo rentable.

## ABSTRACT

In this research the different stages of a feasibility study that will demonstrate the possibility of create a new tourist complex in Machala city was analyzed. The process of collecting and interpreting data allowed to know the acceptance for this proposal in the families of the city.

A research methodology inductive deductive and techniques such as observation, surveys and interviews were used for the research development. Surveys were conducted on a random sample of 383 families and 379 students. This sample of population was determined by a formula of finite population. Interviews determined the acceptance of the service in five companies in the city.

The project requires an initial investment of \$ 1'000.544.91 financed with the contributions from financial partners and banks. Economic evaluation results showed a positive VAN of \$ 348,170.06, a TIR of 28% with a payback period of four years, demonstrating the project's profitability.

The project implementation will contribute to the integration of families, create new sources of employment contributing to the socioeconomic development of the country, encourage a healthy environment and contribute to the tourism and economic development of the Machala city.

**KEYWORDS:** Feasibility study, entrepreneurship, tourism, social, economic, profitable complex.

# **CAPÍTULO I**

## **ASPECTOS GENERALES**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

Crear un complejo recreacional turístico que dedique su vida útil a brindar servicios únicos y de primera calidad para las familias de la ciudad de Machala, que desean alimentarse de las buenas energías del regocijo familiar en contacto con la naturaleza y atractivos acuáticos.

La idea de llevar cabo la realización de un estudio que nos permita diagnosticar si es recomendable o no la creación de un complejo turístico surge de la necesidad en la ciudad de Machala de un espacio que brinde un sano entretenimiento para todos los miembros de una familia con instalaciones pulcras y seguras acorde a sus necesidades y al nivel de vida que llevan en su diario vivir.

Separados del ambiente común y cotidiano que trae consigo el día a día, el complejo recreacional ofrecerá piscinas, buena alimentación y bebida, y como un importante complemento, espacios donde se puedan realizar actividades deportivas.

Las familias Machaleñas tienen que trasladarse a los diferentes cantones de la provincia para disfrutar de servicios pocos atractivos y de espacios limitados. Dadas estas circunstancias el problema se centra en identificar que tan realizable resulta instalar un complejo turístico en la ciudad.

Los desplazamientos de las personas de un lugar fijo a otro desconocido ya sea por descanso, cultura, salud, negocios o por simplemente mejorar las relaciones interpersonales nacen como consecuencia de la revolución industrial del siglo XX, a todo este auge de desplazamiento a corto plazo se lo denominó como turismo, en el Ecuador como tal nació en el siglo XIX después de la segunda guerra mundial con la implementación en el país de la primera línea aérea. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, 1994)

Según la historia de inicios del turismo en nuestro país el éxito que tuvo la primera línea aérea se debió a la administración eficiente de los primeros inversionistas en su gran ideal de cruzar la frontera hacia países sudamericanos, promocionando paquetes turísticos y ya luego impulsarían para que cada vez más empresarios se sumen a invertir en las primeras agencias de viajes del país. (PLAN ESTRATEGICO TURISMO, 2000)

En el primer trimestre del año 2015, el turismo evidenció un crecimiento de 6.4% lo que representa millones de dólares de ingresos para el país, lo que ha consentido para que el turismo represente el tercer rubro de ingresos no petroleros del país, después de la exportación de petróleo y del banano. (MINISTERIO DE TURISMO, 2015).

Machala es la capital de la Provincia de El Oro, la “Capital Bananera del Mundo” cuenta con una extensión de 349.9 km<sup>2</sup>, limita al norte con el cantón El Guabo, al sur con el cantón Santa Rosa, al este con los cantones Pasaje y Santa Rosa y al oeste con el Archipiélago de Jambelí. Se ubica como la quinta ciudad de mayor peso poblacional a nivel nacional después de Quito, Guayaquil, Cuenca y Santo Domingo. Sus habitantes llegan a un número de 245.972 personas. (INEC, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010)

Según el Instituto Ecuatoriano de Meteorología e Hidrología la ciudad posee un clima cálido húmedo que varía en el año por estaciones de verano e invierno, los meses de diciembre a mayo se evidencian días calurosos influenciados por la presencia del fenómeno del niño que trae consigo manifestaciones de altas temperaturas que en el día no bajan de 31 grados y por la noche de 24 grados centígrados.

Por su estatus de capital bananera del mundo, ciudad camaronera y pesquera y en algún momento la de mayor exportación de cacao no pasa desapercibida por ser un eje dinamizador económico que moviliza la zona sur del país. La infraestructura de la ciudad ha experimentado grandes cambios hace ya diez años que gracias al esquema de regeneración urbana impuesta por el gobierno municipal se pueden palpar la concreción de nuevos negocios y aperturas de grandes cadenas comerciales que hace posible que la ciudad se proyecte como de primer nivel.

Las vías de acceso, el ordenamiento de las acentuaciones territoriales y las ciudadelas privadas que se multiplicaron constituyen también un gran referente para los inversionistas del sector inmobiliario, puesto que aparte de urbanizaciones como Ciudad Verde, Santa Inés de la Constructora Etinar, y San Patricio del Grupo Arichavala entre otras más pequeñas, existen inversiones como Ciudad del Sol de 70 millones de dólares perteneciente al Grupo Nobis, que en la actualidad cuenta con una amplia zona comercial y edificaciones departamentales. (Diario El Telegrafo, 2012)

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Es indudable que a lo largo de nuestras vidas sintamos las consecuencias del estrés que puede darse por múltiples causas una de ellas y de más

referencia es el estrés laboral que afecta de una u otra forma a las familias y es causa del desinterés que presentan las personas por sus actividades. (Publicación OMS, Organización Mundial de la salud, 2005)

El problema principal radica en que los machaleños no cuentan con un centro recreacional que integre un conjunto de servicios de calidad al común desarrollo de las grandes ciudades del país, todo esto sumado al fuerte clima de la costa ecuatoriana que eleva a altas temperaturas a la ciudad de Machala, no solo presente en temporadas de verano sino a lo largo de todo el año.

Se expone la idea de crear un centro turístico novedoso, único y de modernas instalaciones, debido a que no existe uno con las mismas características. Los beneficios que proporcionará el nuevo centro turístico a partir del año 2016, se detallan a continuación:

- Ambiente familiar para una integración plena.
- Promociones y membresías por grupos de consumidores.
- Actividades anti estresantes: recreaciones acuáticas y deportivas para la salud física y mental de los consumidores.
- Alimentos y bebidas.
- Amplias instalaciones e infraestructura.
- Oferta de nuevas plazas de empleo.

### **1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

¿Es factible la creación de un complejo recreacional turístico en la ciudad de Machala?

¿Cuál será la aceptación del mercado respecto a la creación del nuevo complejo recreacional turístico en la ciudad de Machala cantón de la provincia de El Oro?

¿Existe la disponibilidad de recursos que garanticen la factibilidad de creación del complejo turístico?

¿El complejo recreacional turístico contribuirá al desarrollo familiar y social de los habitantes de la ciudad de Machala?

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

La provincia de El Oro es una tierra privilegiada ya que cuenta con dos zonas la occidental y la oriental que dotan a esta provincia de extensas playas que forman parte de la zona costera del litoral y la segunda rodeada también por zonas montañosas de la parte alta que permite la existencia de los fríos paramos logrando una combinación irremplazable de bellezas naturales y paisajes únicos. (Sistema Nacional de Información, 2005 Pág. 32)

La ciudad de Machala capital de la Provincia de El Oro, según el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010) cuenta con 245.972 habitantes, eje dinamizador comercial importantísimo para el país gracias a su aporte en la agricultura, acuicultura, industria, ganadería, minería, y principalmente a la exportación de sus productos donde el banano es la principal fruta.

Según publicación de la Cámara Marítima del Ecuador (2015) Puerto Bolívar es el segundo puerto marítimo más importante entre los cinco puertos marítimos existentes en el país, no por nada moviliza el 80% de la producción

bananera del país y es también el puerto natural para la región del austro Azuay y Loja.

Como se menciona anteriormente es una importante estación para la expedición de familias de Loja y del Azuay que por su cercanía prefieren esta zona del sur del Ecuador ya sea por la playa de Jambelí o atraídos por la novedad de cambios turísticos y comerciales con los que ahora cuenta la ciudad de los que se pueden palpar a simple vista.

Aunque las playas y pequeños centros turísticos de agua dulce son muy vistosos, es visible que sus bellezas naturales no son aprovechadas al máximo ya que no existe un centro de recreación donde la gente pueda disfrutar de algo diferente que no sea solamente una piscina sino que brinde un servicio completo para la distracción familiar.

El estudio de factibilidad se basa en descubrir que tan posible resultaría convertir un área de terreno en un innovador complejo donde se puedan reunir las familias y que el entretenimiento con el agua sea el protagonista, para que los consumidores apuesten por esta clase de actividades sanas de recreación apartados de la rutina diaria.

Considerando las necesidades de las familias de gozar de un sin número de actividades, no solo disfrutar de la playa sino también de un lugar de recreación que disponga de piscinas con modelos curiosos e interesantes como la de olas artificiales, principal atractivo que se convertirá en una propuesta nueva para las familias y habitantes de la ciudad.

Ya que no existen complejos turísticos que cuentan con una infraestructura acorde ni con el cuidado necesario en su presentación puesto que el deterioro por el paso de los años es evidente, se plantea ofrecer al público un espacio para que los miembros de una familia gocen de la interacción con el agua en los calurosos días de verano y durante todo el año a los más altos niveles de calidad para el bienestar de los consumidores y tomando también en cuenta la práctica justa con el medio ambiente en el tratamiento de las aguas, basura y cuidado de espacios verdes, fomentando así un turismo sostenible para las futuras generaciones.

Turismo sostenible aquel que atiende las necesidades de las comunidades anfitrionas, al mismo tiempo protege y mejora las oportunidades para el futuro. (OMT, Organización Mundial del Turismo, 1993).

## **1.5 OBJETIVOS:**

### **1.5.1 Objetivo General:**

Desarrollar y analizar un estudio que permita conocer la factibilidad de la creación de un complejo recreacional turístico en la ciudad de Machala, que contribuya a la integración de las familias.

### **1.5.2 Objetivos Específicos:**

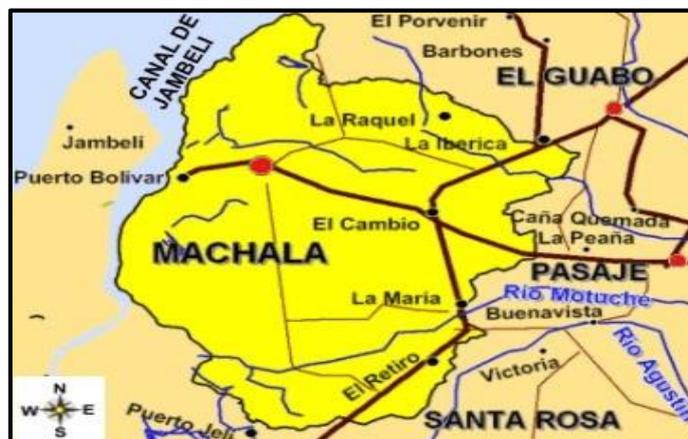
- Reconocer el mercado potencial del proyecto por medio de encuestas y análisis de la demanda.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa. Que se dedicará a ofrecer un producto turístico enmarcado en la oferta de un conjunto de servicios que se complementan entre sí.

- Plantear la disponibilidad de recursos técnicos y costos del proyecto.
- Analizar el estudio financiero para determinar la rentabilidad económica del proyecto.

## 1.6 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA

La eventualidad de las personas por compartir momentos ajenos a las de sus ya prácticas diarias hace posible que se potencie llenar espacios con instalaciones para un placentero descanso. El Ecuador ha potenciado su imagen no solo a nivel mundial sino también ha dado sentido de pertenencia a los habitantes incentivando a disfrutar de las interesantes propuestas de cada cantón a través de campañas publicitarias que se pueden palpar a través de los medios de comunicación.

Figura 1: Mapa Machala



Fuente: Viajandox

Un centro recreacional turístico corresponde a una área previamente adecuada con atractivos paisajes y servicios ya sean de alimentación, spa, práctica de deportes, piscinas, y en muchos de los casos también incluye el hospedaje, en fin se puede generalizar que son puntos de encuentro con la relajación y diversión.

La recreación familiar es y será una fuente de nuevas y mejores energías para el cuerpo como para la mente, disfrutar es sinónimo de complacerse en lo que para bien significa un cambio de las actividades diarias por algo desconocido.

Los autores explican que en la Motricidad Humana el juego es la actividad instintiva orientada hacia un ideal. En el niño es creación y en el adulto es recreación. El ocio y la recreación se conforman como una actitud, un comportamiento, algo que tiene lugar durante un tiempo libre y que no importa lo que se haga sino como se haga. (Trigo & Montoya, 2015, pág. 78)

Para lo que Esnel Gonzáles relaciona la recreación con las necesidades de autorrealización de Maslow de la que dice “la recreación es una actividad humana ligada directamente a las necesidades de autorrealización”. (Pag.86)

El aporte de un nuevo sitio recreacional para las familias machaleñas estará apoyado en el mejoramiento de la vida social como de su bienestar integral en un todo, es decir que a través de las actividades ofertadas podrán llevar una mejor calidad de vida y conllevar de una mejor manera sus relaciones humanas y laborales diarias y sentirse bien para así conseguir una realización plena.

Según publicación de Consuelo Hernández (2015) la hidroterapia a través del calor húmedo que genera el baño de sauna ayuda entre otras la eliminación de toxinas y mayor circulación de aire por las vías respiratorias, la práctica de deportes al aire libre y el gimnasio son escenarios que contribuirán a complementar una mejor calidad de vida para nuestros visitantes.

Se incita a definir a las actividades turísticas según el Ministerio de Turismo como sigue de acuerdo al Art. 5 de la ley de turismo vigente en el país. Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones.

El campo de atención se centra en actividades exclusivamente esporádicas de recreación para las familias machaleñas, sin la prestación del servicio de alojamiento que se lo preverá en un futuro implementar.

Además el proyecto contribuirá al fortalecimiento de la economía de la ciudad brindando nuevas plazas de trabajo fijas para la sustentabilidad de las familias favorecidas.

Se espera convertir el complejo en un imán para la acogida de cada vez nuevos clientes de la ciudad como también del resto del país y de esta forma fortalecer e impulsar la imagen de la ciudad.

## **1.7 DELIMITACIÓN**

La ubicación en donde se prevé instalar el complejo turístico es en la parte sudoeste del cantón, específicamente en la vía de acceso sur de la ciudad de Machala.

Se especifica que la ejecución del proyecto será para el año 2016, debido a que no se cuenta con el tiempo y recursos necesarios para su ejecución.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Un estudio de mercado permitirá definir la estrategia comercial más adecuada a la realidad del entorno en donde debe situarse el proyecto una vez implementado. (Sapag N. & Sapag R., 2008, pág. 64)

Es decir que el presente estudio servirá para conocer más de cerca el mercado en el que estarán envueltas las actividades comerciales de la empresa, conocer el entorno que lo rodea permitirá una mayor confianza en su implementación por ende reducir de cierto modo el riesgo que se asume al apostar por una nueva propuesta de emprendimiento.

Para lograr su realización el proyecto deberá pasar por distintas etapas que integran un estudio de factibilidad con el fin de demostrar que de la nueva propuesta surjan resultados positivos lo que se traduciría en beneficios para la empresa como también elegir desestimarla de darse un resultado contrario.

#### **2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

Un complejo turístico diferente, con amplias instalaciones, infraestructura novedosa y de primera calidad, espacios verdes recreados y seguros para niños, jóvenes y adultos que lo visiten y deseen disfrutar de sus servicios. El complejo turístico se mantendrá siempre limpio y los alimentos y bebidas que se despacharan frescos y en muy buen estado, tomando en cuenta la fechas de caducidad de los productos enlatados y envasados.

Para una mejor visión del complejo turístico se detalla a continuación la siguiente propuesta:

- Piscinas: Cuatro en total (adultos, niños, toboganes, olas artificiales)
- Bar y Restaurante: Variedad de platos de comida, piqueos y bebidas.
- Sauna: Ubicado al lado extremo izquierdo de las piscinas, cuya función es emitir vapor para la eliminación de toxinas.
- Baños y vestidores: Con su casillero personal.
- Canchas deportivas: Para práctica de fútbol, boli, básquet.
- Salón de actividades sociales: Que ocupará el centro del área y dividirá las piscinas destinadas para adultos y pequeños.
- Gimnasio
- Juegos de mesa
- Juegos Infantiles

## **2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La investigación de mercados permite conocer las motivaciones, el comportamiento y la satisfacción de los clientes; también sirve para evaluar el potencial de mercado y su participación en éste, así como medir la eficacia en la fijación de precios del producto, de la distribución o de la promoción. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 103)

A través de este proceso se conseguirá tener una visión general del mercado, permitirá estar al tanto de los hábitos de los consumidores, su comportamiento con respecto a la aceptación de la idea de contar con un nuevo complejo turístico en la ciudad, los precios que estarán dispuestos a pagar, la posible cantidad de consumidores, en sí reúne un sondeo general de todos los protagonistas a los que la empresa va apuntar sus esfuerzos, recursos que se sabrán destinar de la mejor manera si se tiene claro las estrategias que se van a adoptar.(Sapag N. & Sapag R., 2008,pág. 66)

“El diseño, recopilación, el análisis e informes sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta una organización”. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 103).

La población a investigar estará integrada por personas casadas de posición económica asequible que representan las familias del cantón, con el objeto de reconocer los requerimientos que estas buscan encontrar en el complejo turístico para su comodidad y entretenimiento.

## **2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Proporcionar resultados tomando en consideración las fuentes de información del entorno, aplicando de la mejor manera herramientas como la observación y las encuestas para llegar a obtener información relevante que servirá para poner en práctica las más acertadas decisiones una vez que esta información haya sido rescatada para su análisis.

## **2.4 ANÁLISIS ENTORNO**

### **2.4.1 Análisis P.E.S.T.A**

#### **POLÍTICOS**

El gobierno de turno encabezado por el Economista Rafael Correa Delgado a través de sus políticas ha potenciado en estos últimos años al Ecuador como destino turístico.

Las políticas del gobierno son incentivar el turismo tanto local como nacional a fin de que los rubros por este concepto se constituyan en los primeros ingresos no petroleros del país, actualmente el turismo constituye el tercer ingreso del país.(MINISTERIO DE TURISMO,2015)

En el 2014 el incremento de turistas respecto al año anterior fue de 14.3%, lo que evidencia el resultado de innumerables campañas promocionales del país tanto en el extranjero como dentro del mismo territorio. (MINISTERIO DE TURISMO, 2014)

“Primero Ecuador”, “Ecuador Ama la Vida”, “Ecuador Potencia Turística” son unas de las tantas campañas que se traducen en resultados positivos para el país.

De acuerdo a publicación emitida por el Ministerio Coordinador de Productividad, se incentiva a crear nuevas empresas turísticas recalando la participación de entidades financieras en las facilidades de financiamiento con el fin de crear en el país un mayor número de emprendedores en el sector turístico privado y que estas a su vez puedan fomentar plazas de empleo para otras personas. (NOTICIAS MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD, 2015)

Además de carreteras de primer nivel y aeropuertos que se modernizan como atractivos para que cada vez más personas se animen a visitar y reconocer lo propio y así incentiven a más personas a realizar actividades diferentes y disfrutar de nuevas experiencias en familia.

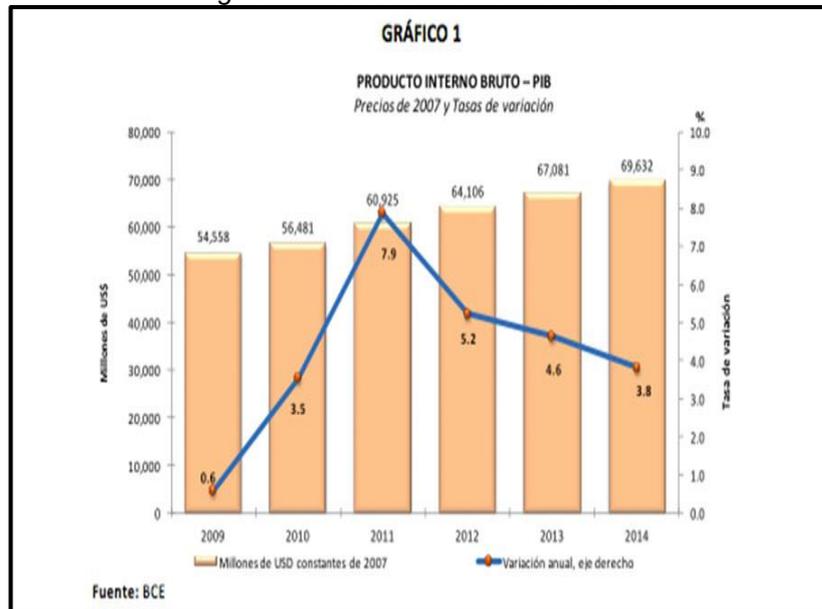
A través de declaraciones publicadas en el periódico “El Ciudadano” (2015) el gobierno plantea que para el año 2020 duplicar los ingresos por conceptos de turismo y que estos rubros pasen a convertirse en los primeros por encima de la venta de banano con el fin de convertirlos en la principal fuente de ingresos no petroleros del país.

## ECONÓMICOS

La economía del Ecuador creció en un PIB (Producto Interno Bruto) de 1.9% al mes de mayo del 2015 frente a una pronóstico previo del 4% la causa de esta diferencia se debe según dijo Mateo Villalba principal del Banco Central del Ecuador a la caída de los precios del petróleo, que es uno de los más importantes productos de exportación para el país. Este porcentaje de una u otra forma coincide con lo pronosticado por el FMI (Fondo Monetario Internacional) que había sido de un 1.9% para este año. (NOTICIAS LOS ANDES, 2015)

En el 2014 el país cerró con un crecimiento del 3,5% frente al del año 2013 que fue 4.9% que según se explicó fue gracias a la producción en sectores no petroleros como la manufactura, construcción y el comercio. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)

Figura 2: Producto Interno Bruto-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador

### *Inflación (Banco Central del Ecuador)*

- Inflación mensual: 0.41% mes de Junio 2015 (Banco Central del Ecuador, 2015) frente a un 0.18% del mes de Mayo del año en curso.
- Inflación Anual: 4.87%(Banco Central del Ecuador, 2015) frente a un 3.67% en el mismo mes de junio del año pasado.

### *Riesgo País*

Este indicador mide la capacidad de desarrollo de un país en comparación con el resto, es decir que lo hace tanto más o menos confiable para posibles inversionistas, con este mismo concepto e idea coincide un sin número de publicaciones económicas y legales. (REVISTA ACTIBVA, 2009)

El Banco Central del Ecuador expone que Riesgo País es un concepto económico que ha sido abordado académicamente y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variable índole, desde la utilización

de índices de mercado hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras.(2015)

Para junio del 2015 es de 757 puntos (Banco Central del Ecuador, 2015).

Figura 3: Riesgo País-Junio 2015



Fuente: EMBI-JP MORGAN

### Índice de Desarrollo Humano

A través de informe anual del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) publicado por la Agencia de Noticias Andes, el IDH el Ecuador se ubican en un 0.711, este índice incluye medidas como la expectativa de vida, educación y salud de la población.

“El Índice de Desarrollo Humano de Ecuador ha avanzado de forma progresiva y en los últimos dos años ha consolidado esta nación como un país que proporciona buena calidad de vida a sus habitantes” mencionó Zorrilla representante del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (AGENCIA NOTICIAS ANDES, 2014)

Indicó además que el informe ubica al Ecuador dos años consecutivos en el puesto 98 de entre 187 países, el país cumplió con todos los objetivos propuestos hasta el 2015 con la única deficiencia en los índices de mortalidad materna, recalcando además que el país presenta un elevado porcentaje en la reducción de la pobreza. (párr. 5)

La CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) indica una reducción de la pobreza en un 22% desde el 2003 y la expansión de la clase media. (párr.3)

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2006-2014) la pobreza se redujo en un 25.8% recalcando que esta se ha reducido a más de la mitad en los últimos ocho años.

Figura 4: Índice Desarrollo Humano-junio 2015

Clasificación del IDH	Índice de Desarrollo Humano		Diferencia con la clasificación del IDH	Coeeficiente de Desigualdad Humana	Índice de Desigualdad de Género		Índice de Desarrollo de Género		Índice de Pobreza Multidimensional	
	Valor	Valor			Valor	Clasificación	Valor	Clasificación	Valor	Año y encuesta <sup>1</sup>
	2013	2013	2013 <sup>a</sup>	2013	2013	2013	2013 <sup>b</sup>			
<b>DESARROLLO HUMANO MUY ELEVADO</b>										
41. Chile	0,822	0,661	-16	18,5	0,355	68	0,962	61	..	..
44. Cuba	0,815	..	..	..	0,350	66	0,962	61	..	..
49. Argentina	0,808	0,680	-4	15,3	0,381	74	1,001	2	0,015 *	2005 N
<b>DESARROLLO HUMANO ELEVADO</b>										
50. Uruguay	0,790	0,662	-8	15,7	0,364	70	1,015	25	..	..
61. Antigua y Barbuda	0,774	..	..	..	..	..	..	..	..	..
64. Trinidad y Tobago	0,766	0,649	-6	15,0	0,321	56	0,994	8	0,007	2006 M
66. Panamá	0,765	0,596	-18	21,4	0,506	107	0,978	36	..	..
67. Venezuela (República Bolivariana de)	0,764	0,613	-10	19,4	0,464	96	0,999	2	..	..
68. Costa Rica	0,763	0,611	-11	19,1	0,344	63	0,973	43	..	..
71. México	0,756	0,583	-13	22,3	0,376	73	0,940	85	0,024	2012 N
79. Brasil	0,744	0,542	-16	26,3	0,441	85	..	..	0,012 <sup>h</sup>	2012 N
82. Perú	0,737	0,562	-9	23,4	0,387	77	0,957	72	0,043	2012 D
84. Belice	0,732	..	..	..	0,435	84	0,963	60	0,030	2011 M
93. Dominica	0,717	..	..	..	..	..	..	..	..	..
98. Colombia	0,711	0,521	-10	25,7	0,460	92	0,972	46	0,032	2010 D
99. Ecuador	0,711	0,549	-3	22,4	0,429	82	..	..	..	..
100. Suriname	0,705	0,534	-6	23,5	0,463	95	0,974	41	0,033 <sup>f</sup>	2010 M
102. República Dominicana	0,700	0,535	-4	23,4	0,505	105	..	..	0,026	2007 D
<b>DESARROLLO HUMANO MEDIO</b>										
111. Paraguay	0,676	0,513	-5	23,7	0,457	88	0,966	54	..	..
113. Bolivia (Estado Plurinacional de)	0,667	0,470	-10	29,4	0,472	97	0,931	93	0,097	2008 D
115. El Salvador	0,662	0,485	-7	26,2	0,441	85	0,965	56	..	..
125. Guatemala	0,628	0,422	-8	32,0	0,523	112	0,910	104	..	..
129. Honduras	0,617	0,418	-6	31,1	0,482	99	0,929	95	0,098 k	2011/2012 D
<b>DESARROLLO HUMANO BAJO</b>										
168. Haití	0,471	0,285	-3	38,9	0,599	132	..	..	0,242	2012 D

Fuente: Informe PNUD (2014)

Se muestran a continuación otros indicadores económicos generales importantes del país según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y censos INEC y del Banco Central del Ecuador (2015):

*Tabla 1: Indicadores Económicos*

INDICADOR ECONOMICO	PORCENTAJE
Desempleo Machala(mayo 2015)	3.70%
Tasa de interés activa(junio 2015)	8.70%
Tasa de interés pasiva(junio 30/2015)	5.48%
Canasta básica familiar	\$ 665.09

Fuente: INEC & Banco Central del Ecuador

## SOCIALES

A través de publicaciones del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010) se detallan a continuación datos relevantes a cerca del entorno, como sigue:

*Tabla 2: Otros Indicadores Sociales*

INDICADOR SOCIAL	CANTIDADES O PORCENTAJE
Población total Ecuador(2010)	14'483.499
Hombres 49.55%	7'035.816
Mujeres 50.45%	7'177.683
Población económicamente activa Machala	82.31%
Población joven	32%
Población mayor a 65 años	6%
Estrato socioeconómico alto (a)	1.9%
Estrato socioeconómico bajo (d)	14.9%
Desempleo	3.84%
Edad promedio de la población Machala	29 años
<b>SERVICIOS BASICOS (MACHALA)</b>	
Cobertura de agua potable	83.9%
Disponibilidad de energía eléctrica	97.3%
Red de telefonía publica	20.7%
Red de alcantarillado	67.8%
Acceso a eliminación de basura	85.7%

Fuente: INEC (2010)

## TECNOLÓGICOS

Para el año 2010 como se expone en Ecuador en cifras del INEC la población del Ecuador empieza a usar cada vez más una tecnología de la información entendiéndose por esto al uso del internet y redes de datos a través de una computadora, teléfonos celulares, etc.

*Tabla 3: Acceso a las Tics*

Acceso a Internet	126.023 personas
Uso de celular	311.574 personas
Uso de computadora	148.856 personas

Fuente: INEC (2010)

El analfabetismo digital para la provincia de El Oro es del 25.9%, es decir personas que no han usado ningún tipo de tecnologías para comunicarse o informarse. (ECUADOR EN CIFRAS, 2010)

## AMBIENTALES

De acuerdo a datos proporcionados por Ecuador en Cifras del INEC (2012) se detallan a continuación los siguientes porcentajes que muestran los hábitos y costumbres que adopta la población cuando está fuera de casa.

*Tabla 4: Indicadores Ambientales*

Reciclaje de los desechos	35.1%
Ahorro de energía eléctrica	91.0%
Ahorro de agua	47.9%
Problemas ambientales	21.1%
Desecho de basura en basureros públicos cuando están fuera de casa.	93.8%
Hogares con más espacios verdes	26.89%
Posesión de por lo menos un vehículo	21.26%

Fuente: ECUADOR EN CIFRAS, INEC (2012)

## **2.4.2 Análisis F.O.D.A**

### **FORTALEZAS**

- Precios de entrada accesibles
- Instalaciones modernas e higiénicamente atendidas.
- Calidad en sus servicios.
- Atractivas instalaciones con piscinas de olas artificiales
- Variedad de combos y promociones en días únicos.
- Diseño de piscinas y toboganes seguros.
- Personal altamente capacitado.

### **DEBILIDADES**

- Empresa nueva en el mercado
- Poco conocimiento técnico
- Requerimiento de una gran inversión.
- Barreras de salida poco flexibles.

### **OPORTUNIDADES**

- Regeneración del casco urbano y rural de la ciudad.
- Promoción de la ciudad a nivel nacional.
- Nuevos financiamientos bancarios a empresas emprendedoras que impulsen el turismo local por parte del gobierno central.
- Mayor acceso de la población a sitios del internet así pueden conocer de los servicios y actividades del complejo turístico.
- Manifestación de un clima soleado y caluroso durante todo el año.

### **AMENAZAS**

- Aumento del costo de materias primas
- Aumento de aranceles a productos importados.
- Lealtad de clientes a empresas existentes de cantones aledaños.
- Productos suplentes como piscinas municipales y las construidas propias de las urbanizaciones.

## **2.4.3 OFERTA**

El complejo turístico no cuenta con competidores directos ya que no existen centros turísticos actualmente en el mercado con las mismas características.

Sin embargo, existen dos centros turísticos en la ciudad cuyas instalaciones lucen descuidadas y en mal estado. Como competidores indirectos se puede notar la presencia de clubes sociales que ofrecen el servicio de piscina y canchas deportivas, su acceso es permitido solo para socios o a través de reservaciones.

Complejos turísticos en cantones aledaños a Machala como en Santa Rosa, Pasaje, Arenillas que ofertan el servicio de piscinas, se convierten en una opción actualmente para las familias Machaleñas. La ventaja del complejo recreacional turístico será contar con una piscina de olas artificiales lo que permitirá diferenciarnos.

### **2.4.3.1 Análisis de la Competencia**

#### **2.4.3.1.1 Competidores Directos**

Al respecto el complejo recreacional turístico ha considerado las siguientes empresas ya instaladas que por sus rasgos particulares formarían parte del grupo de competidores.

##### ➤ Complejo Turístico “Los Girasoles”

Este es uno de los dos complejos turísticos, se encuentra ubicado en vía a la primavera, zona considerada para la diversión nocturna, mediante observaciones directas se puede palpar la destrucción de sus instalaciones y poco cuidado de las piscinas.

Los servicios con los que cuenta son:

- Piscinas para adultos y niños
- Pista de baile
- Bar-restaurante

Figura 5: Complejo Turístico "Los Girasoles"



Fuente: Complejo Turístico "Los Girasoles"

➤ Complejo Turístico "Los Kárpátos"

Se encuentra ubicado en la parroquia El Cambio, exactamente en la vía que va a la ciudad de Guayaquil, cuenta con los siguientes servicios:

- Cinco piscinas
- Un escenario con pista de baile
- Bares de alimentos y expendio de cervezas
- Dos canchas de fútbol

Figura 6: Complejo turístico "Karpatos"



FUENTE: Complejo Turístico "Kárpátos"

Los paradores turísticos citados no cuentan actualmente con la seguridad necesaria para los clientes, las instalaciones no se encuentran higiénicamente habilitadas como acondicionadas y el abandono en el mantenimiento de las instalaciones es evidente, sus precios por entrada no superan los \$3 dólares.

➤ Hillary Nature Resorts & Spa-Arenillas

Está ubicado en el cantón Arenillas Km 1 ½ vía a Alamor, se proyecta como uno de los hoteles más grandes en el Ecuador. El recorrido desde Machala es de 45 minutos en carro propio. El Hillary Nature Resorts se apertura en el año 2013 y cuenta con los siguientes servicios:

- Habitaciones normales
- Habitaciones VIP
- 7 tipos de Restaurantes
- Piscinas
- Mini parque acuático para niños
- Canchas de futbol, tenis, minigolf y vóley
- Spa
- Zoológico
- Discoteca o Bar Karaoke

Sus precios varían desde \$65.00 por un día hasta paquetes de estadía promedio por \$ 210.00 dólares.

*Figura 7: Hillary Nature Resorts*



Fuente: Tomado de foto galería del Hillary Resorts

### 2.4.3.1.2 Competidores Indirectos

Se identifica a aquellos que por su oferta puede llegar a convertir al complejo turístico en sustituable, sin embargo estos locales son clubes y colegios de gremios profesionales que por contar con piscinas se convierten en una opción actualmente para los habitantes de la ciudad. Entre estos tenemos los siguientes: Club Banco del Pacifico, Club Abraham Lincoln, Club Nueve de Octubre, Piscina del Colegio de Ingenieros y Arquitectos, Colegio de médicos todos ubicados en el área urbana de la ciudad. Aquí también se cita a las playas de la Isla Jambelí ubicadas a 35 minutos de Puerto Bolívar, el recorrido se lo hace en lancha hasta el abordaje a sus playas.

*Figura 8: Club Banco del Pacifico*



Fuente: Diario Opinión

*Figura 9: Islas Jambelí*



Fuente: Diario La Hora

*Figura 10: Playa & Spa "El Faro"*



Fuente: Playa & Spa "El Faro"

## **2.4.4 DEMANDA**

### **2.4.4.1 Determinación del mercado objetivo**

El servicio que ofrecerá el complejo turístico como tal representa entretenimiento y placer, por cuanto se establece como mercado meta a las familias del cantón Machala que por su nivel de vida socioeconómica tengan la posibilidad de optar por este tipo de servicios.

Además porque al hablar de familia como un todo representa no solo a una persona sino una integración de personas, por su evidente naturaleza, a quienes se pretenderán convertir en clientes habituales.

Así como también se focalizara en los estudiantes de escuelas, colegios y universidades privadas de la ciudad ya que por sus edades y actitudes buscan lugares para pasarla bien entre familia y amigos.

Tabla 5: Mercado Objetivo

<b>MERCADO TOTAL:</b> 643.316 Habitantes de la Provincia de El Oro
<b>MERCADO POTENCIAL:</b> 245.972 Habitantes de Machala
<b>MERCADO OBJETIVO:</b> 93.789 Familias

Elaboración: La autora

La población establecida para la ciudad de Machala según el INEC (2010) es de 245.972 habitantes, se ha realizado un análisis porcentual de la población alta, media alta, media típica y baja del cantón que sumados nos dan un total del 82% (Raking Anual de Gestión INEC, 2012) cuyos porcentajes clasificados se detallan a continuación: alta 2%, media alta 5%, medio típico 21% y medio baja 54%. De los cuales se determina que el 46.5 % (INEC, 2011) conciernen a personas casadas por lo tanto se expone lo siguiente:

$$245\,972 \times 82\% = 201.697$$

$$201697 \times 46.5\% = 93.789$$

El porcentaje de personas casadas se ha determinado puesto que representan a los grupos de familias consideradas como público objetivo que corresponden a quienes se destinarán los recursos necesarios en la captación de su interés. En tanto que los niveles socioeconómicos son tomados en cuenta por la representatividad que tienen en el mercado, por las condiciones de vida que llevan además de las posibilidades que tendrán de adquirir una entrada o una membresía.

#### 2.4.4.2 Segmentación de mercado

Ampliamente se definió las variables geográficas que servirán para focalizarse en un punto del territorio ecuatoriano, las demográficas que permitió dividir a la población en sexo, edad, situación económica e ingresos,

las Psicográficas que valoran las percepciones y apreciaciones de los participantes como también las que definen los estilos y clase social del mercado meta.(Kotler & Armstrong,2012, pág.192)

Los datos numéricos presentados en la siguiente división de segmentos se los obtuvo de las páginas de instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

#### Geográficas:

País: Ecuador

Región del país: Costa o Litoral Ecuatoriano

Provincia: El Oro

Ciudad: Machala

Población: 245 972 habitantes

Clima: Calido-Humedo, hasta 36° grados centígrados

#### Demográficas:

Edad: Indistintas

Sexo: Masculino-Femenino

Clase social: Media, Media alta y Alta.

#### Psicográficas:

Familias que busquen esparcimiento, seguridad, y un ambiente familiar agradable. Que deseen salir de la rutina diaria y amenizar sanamente.

#### Conductuales:

Grupos de familias que deseen integrarse y pasar momentos placenteros, que busque comodidad y calidad.

Grupos de familias que gusten de conocer nuevos sitios para distraerse y socializar con nuevas personas.

#### **2.4.4.3 Determinación de la propuesta de valor**

Se hace imposible separar el producto del valor comercial que tendrá este en la mente del consumidor una vez que este lo percibe mediante la experiencia, se espera crear del servicio ofertado por el complejo turístico una experiencia satisfactoria para el cliente, trabajando sus ganas de volver a probar del servicio.

Una propuesta de valor es una mezcla completa de beneficios con los cuales la marca se diferencia y posiciona. Los beneficios serán palpables para el cliente cuando este se relacione y se identifique con ellos para lograr un posicionamiento. (Kotler & Armstrong, 2012, pág.212). Para aquello se identifica las siguientes cualidades con los que se espera penetrar en la mente de los clientes:

- **Salud:** Beneficiará la salud física y mental de las personas, según el Ministerio de Salud Pública la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social. Lo que se beneficiará para que las personas a través de la recreación en un ambiente sano y puro pueden minorar la ansiedad y el estrés.
- **Buen Ambiente:** un espacio que se recreará con música de fondo acompañado de un diseño vanguardista acogedor.
- **Integración de la familia:** puesto que las familias planifican en sus días libres pasar ratos amenos con sus hijos y pareja, se brindaran instalaciones seguras para los niños.
- **Cercanía con la población:** el complejo turístico estará ubicado a pocos kilómetros de la ciudad en una vía principal y de fácil acceso.
- **Buena comida y bebida:** se preparan platos de acuerdo a las preferencias de los comensales para su degustación con alimentos

frescos y sanamente preparados. Además se ofrecerán piqueos y bebidas cero alcohol para los más pequeños.

## **2.5 METODOLOGÍA**

La investigación se realizó en base a fuentes tanto primarias como secundarias, se aplicaron técnicas de una investigación exploratoria cualitativas como: observación y las entrevistas y una investigación descriptiva en base a la aplicación de los cuestionarios para obtener respuestas a los interrogantes formulados.

Se ha hecho uso del método inductivo deductivo ya que combina una observación directa del fenómeno, para de acuerdo a los conocimientos particulares dados por la teoría llegar claramente según el fin a conclusiones generales, todo esto con el fin de encontrar soluciones a los inconvenientes que se presenten a lo largo de la investigación. (Rodríguez Moguel E, 2005, Pág. 29)

### **2.5.1 HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS**

Para el presente estudio de factibilidad se manejaron las siguientes herramientas y técnicas:

La observación porque permite un contacto íntimamente directo del ambiente en cuestión, ya que se observó el comportamiento del consumidor y porque admite conocer más de cerca a los competidores.

En el cuestionario se usaron preguntas cerradas dicotómicas para una mayor facilidad y rapidez en la selección, no represento mayor complejidad para el encuestado, en las de selección múltiple no se utilizaron demasiadas opciones para una mejor comprensión y resolución. Se utilizaron preguntas claras y generales sin afectar la intimidad del encuestado.

Las entrevistas fueron realizadas a responsables y/o jefes del área de recursos humanos de cinco empresas de la ciudad.

## **2.5.2 UNIVERSO Y MUESTRA**

La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos, que se utiliza por economía de tiempo y recursos. Implica definir la unidad de análisis y requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros. (Hernández Sampierini, 2010, Pág.173)

Se utilizó el Muestreo Probabilístico el cual permite que todos los elementos de la población tengan la misma opción de ser elegidos, la fórmula específica un porcentaje de 5% de error, como también un nivel de confiabilidad de un 95%.

## **2.5.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Para el cálculo de la muestra se utiliza el método estadístico aplicado aleatoriamente a una población finita. Para tal propósito se hace uso de la siguiente fórmula estadística para una población conocida.





## 2.5.4 ENCUESTAS Y ANÁLISIS

### 2.5.4.1 Encuestas aplicada a jefes(as) del hogar

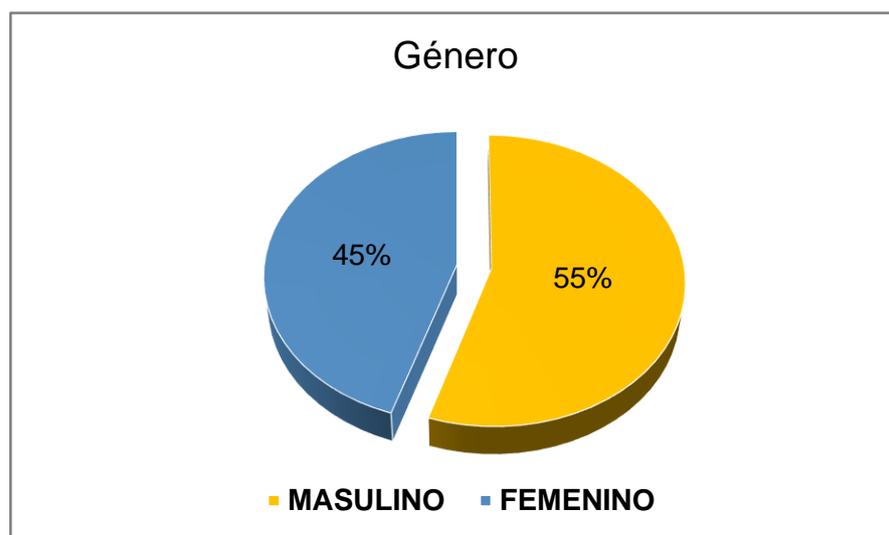
#### 1. GÉNERO

Tabla 8: Pregunta 1

MASCULINO	211
FEMENINO	172

Elaboración: la autora

Figura 11: Pregunta 1



Elaboración: La autora

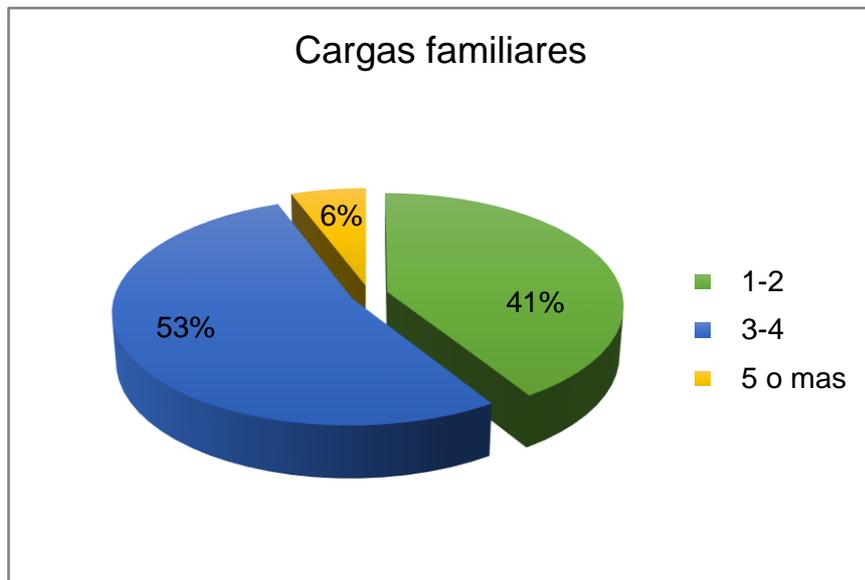
#### 2. CARGAS FAMILIARES

Tabla 9: Pregunta 2

1-2	157
3-4	204
5 o más	22

Elaboración: la autora

Figura 12: Pregunta 2



Elaboración: La autora

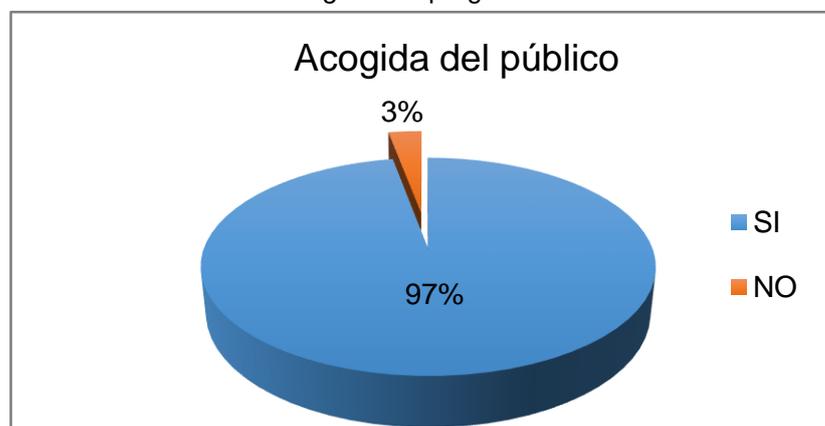
**3. ¿LE GUSTARIA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CIUDAD QUE OFREZCA ATRACTIVOS ACÚATICOS COMO PISCINAS DE OLAS ARTIFICIALES?**

Tabla 10: Pregunta 3

SI	372
NO	11

Elaboración: la autora

Figura 13: pregunta 3



Elaboración: La autora

De acuerdo a la gráfica se establece que el 97% de los encuestados les gustaría visitar un nuevo complejo turístico en la ciudad. Lo que se interpreta como una aceptación por esta idea de emprendimiento.

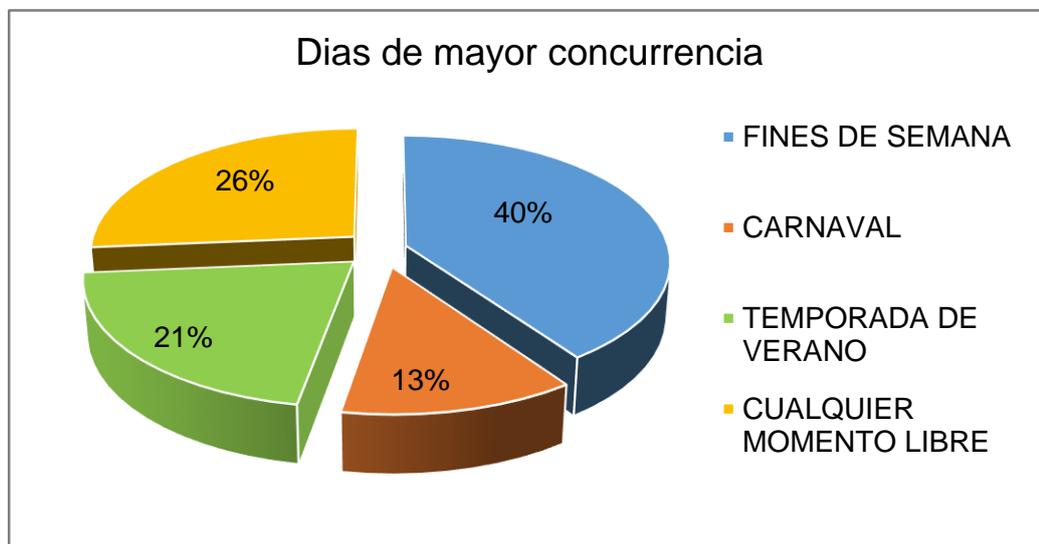
#### 4. ¿QUE TIEMPO DEL AÑO CREE USTED QUE ES EL INDICADO PARA ACUDIR A UN COMPLEJO TURÍSTICO?

Tabla 11: Pregunta 4

FINES DE SEMANA	154
CARNAVAL	48
TEMPORADA DE VERANO	80
CUALQUIER MOMENTO LIBRE	101

Elaboración: la autora

Figura 14: Pregunta 4



Elaboración: La autora

De acuerdo a la gráfica se establece que los encuestados tienen una mayor preferencia por los días viernes, sábados y domingos que comprenden los fines de semana del año, es decir que un 40% de los encuestados se inclinan por esta opción.

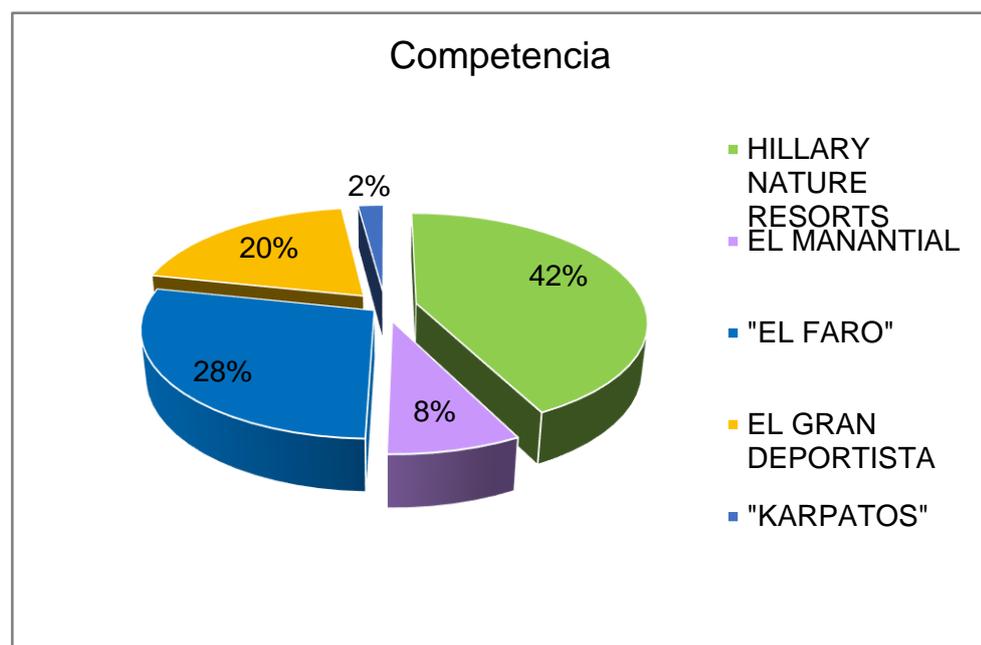
## 5. ¿QUE CENTRO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA USTED HA VISITADO ÚLTIMAMENTE?

Tabla 12: Pregunta 5

HILLARY NATURE RESORTS	163
"EL MANANTIAL"	30
"EL FARO"	107
"EL GRAN DEPORTISTA"	75
"KARPATOS"	8

Elaboración: La autora

Figura 15: Pregunta 5



Elaboración: La autora

De acuerdo al grafico un 42% de los encuestados han visitado el Hillary Nature Resort ubicado en la ciudad de Arenillas por ser un novedoso hotel construido en esta parte del país, abarca un gran número de visitantes y de machaleños que viajan hasta este punto de la provincia.

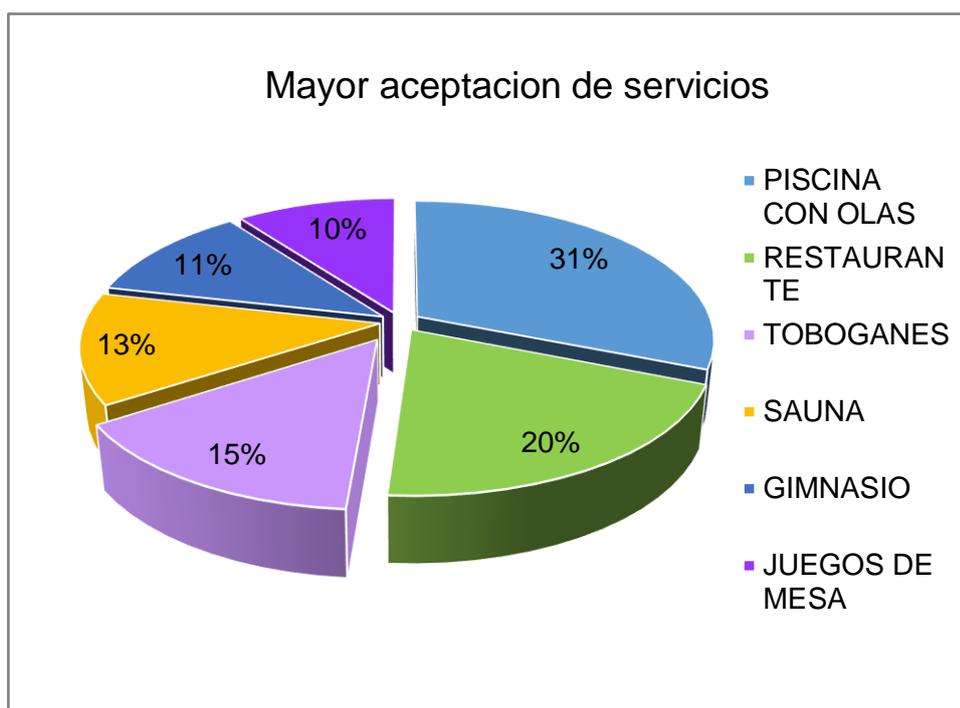
**6. ¿DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS POR CUAL DE ELLOS SE INCLINA USTED CON MAYOR INTERÉS?**

Tabla 13: Pregunta 6

PISCINA CON OLAS	119
RESTAURANTE	77
TOBOGANES	56
SAUNA	49
GIMNASIO	43
JUEGOS DE MESA	39

Elaboración: la autora

Figura 16: Pregunta 6



Elaboración: La autora

Los servicios preferidos por los encuestados como se divisa en el gráfico son: en un 31% por la piscina de olas artificiales por ser un atractivo novedoso, seguido por el servicio de restaurante y muy de cerca la preferencia de la piscina con toboganes.

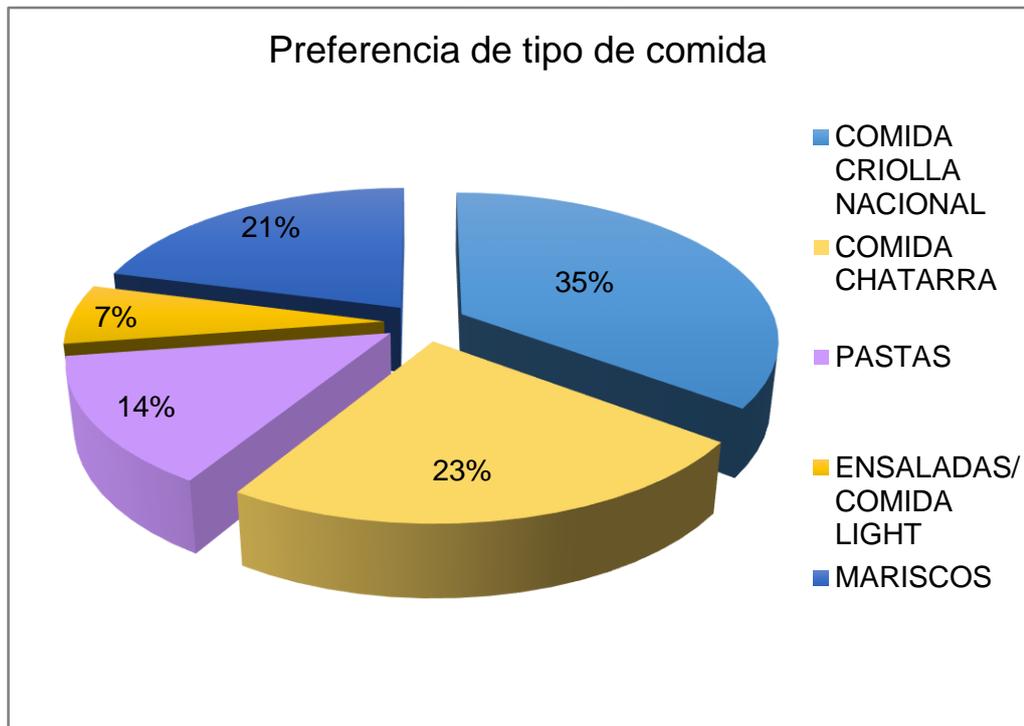
## 7. ¿QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE USTED?

Tabla 14: Pregunta 7

COMIDA CRIOLLA NACIONAL	135
COMIDA CHATARRA	90
PASTAS	53
ENSALADAS/COMIDA LIGHT	25
MARISCOS	80

Elaboración: La autora

Figura 17: Pregunta 7



Elaboración: La autora

Esta pregunta es esencial ya que a través de ella se contara con una clara idea de la comida que se prepara en el bar y restaurante asumiendo la preferencia y gustos de los clientes, de acuerdo al gráfico un 35% de los encuestados prefiere la comida típica del Ecuador, aunque un 23% también se inclina por la comida rápida.

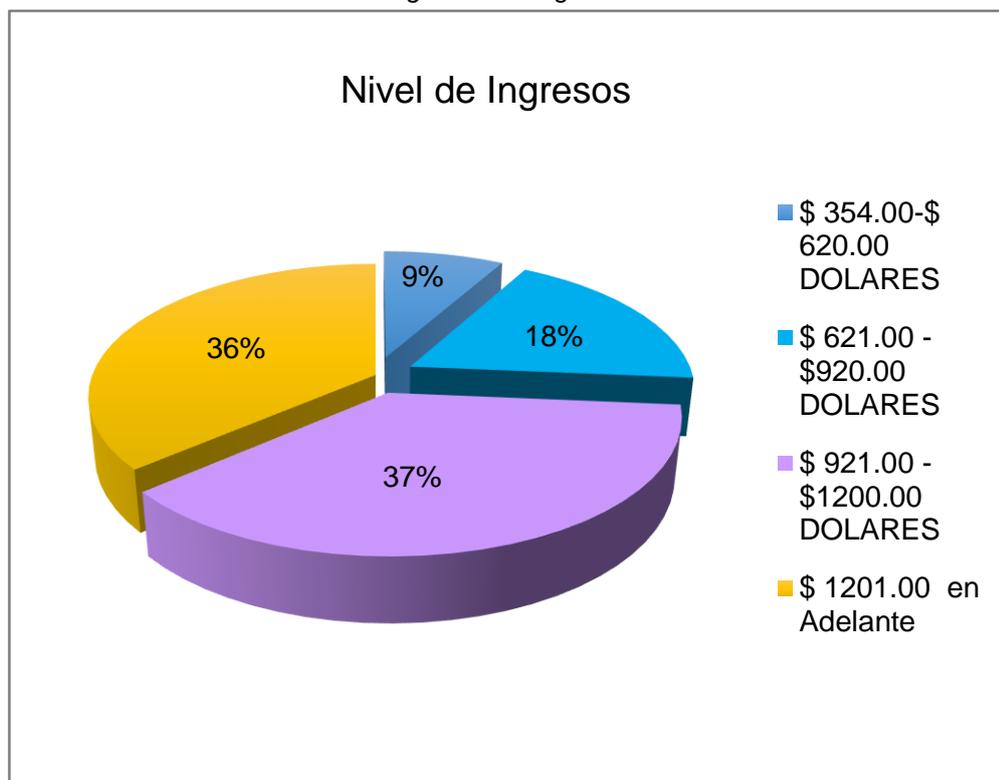
## 8. ¿SU INGRESO FAMILIAR MENSUAL ESTA ENTRE?

Tabla 15: Pregunta 8

\$ 354.00-\$ 620.00 DÓLARES	31
\$ 621.00 - \$920.00 DÓLARES	70
\$ 921.00 - \$1200.00 DÓLARES	143
\$ 1201.00 en Adelante	139

Elaboración: La autora

Figura 18: Pregunta 8



Elaboración: La autora

De acuerdo al gráfico se puede observar que un 37% de los encuestados tienen ingresos de entre \$921 a \$1200 dólares lo que indica que les permitirá adquirir una entrada o membresía, para gozar del servicio e instalaciones del nuevo complejo turístico.

## 9. ¿LE GUSTARIA QUE EL COMPLEJO TURÍSTICO OFRECIERA MEMBRESIAS?

Tabla 16: Pregunta 9

SI	217
NO	166

Elaboración: La autora

Figura 19: Pregunta 9



Elaboración: La autora

De los encuestados un 57% respondieron que estarían dispuestos a acogerse a la promoción de una membresía, sin embargo como el valor no es representativo se ha decidido que se ofrecerán estas membresías a los que lo soliciten, pero en sí el complejo recreacional se acogerá a trabajar con un valor de entradas por adultos y niños.

## 2.5.4.2 Encuestas realizadas a estudiantes

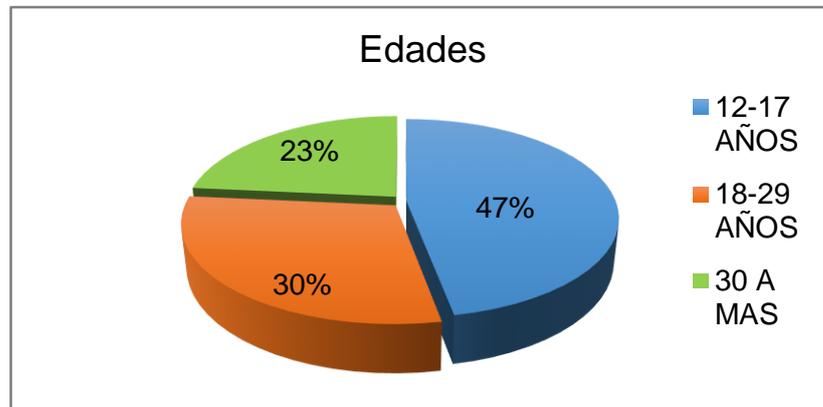
### 1. EDAD

Tabla 17: Pregunta 1

12-17 AÑOS	180
18-29 AÑOS	113
30 A MÁS	86

Elaboración: La autora

Figura 20: Pregunta 1



Elaboración: La autora

### 2. ¿LE GUSTARIA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CIUDAD QUE OFREZCA ATRACTIVOS ACUÁTICOS COMO PISCINAS DE OLAS ARTIFICIALES?

Tabla 18: Pregunta 2

SI	364
NO	15

Elaborado: La autora

Figura 21: Pregunta 2



Elaboración: La autora

El 96% de los estudiantes respondieron afirmativamente a la pregunta, lo que indica un porcentaje de aceptación altamente significativo por parte de la población estudiantil de la ciudad.

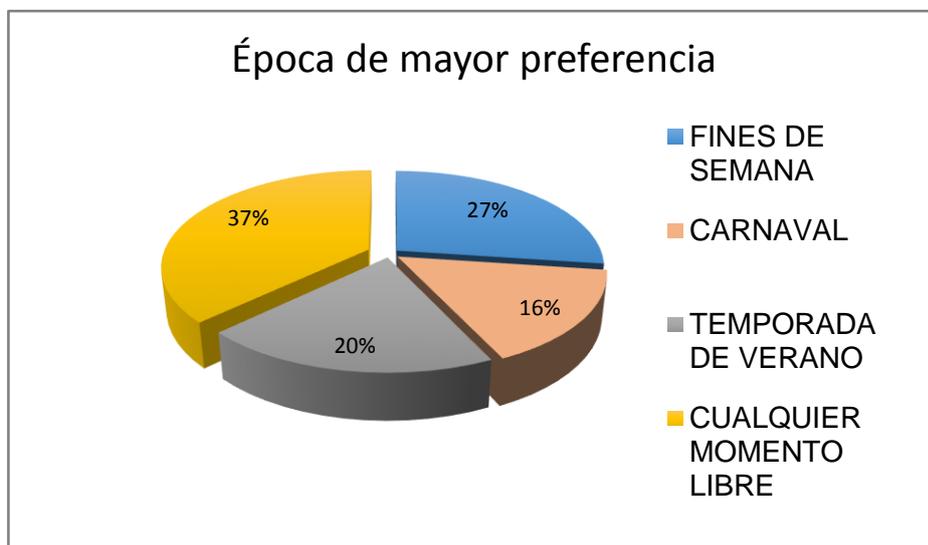
### 3. ¿QUE TIEMPO DEL AÑO CREE USTED QUE ES EL INDICADO PARA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO?

Tabla 19: Pregunta 3

FINES DE SEMANA	103
CARNAVAL	60
TEMPORADA DE VERANO	75
CUALQUIER MOMENTO LIBRE	141

Elaboración: La autora

Figura 22: Pregunta 3



Elaboración: La autora

De acuerdo al gráfico un 37% de los encuestados se inclina por este tipo de servicios cualquier día del año, sin una preferencia específica por el horario o temporada.

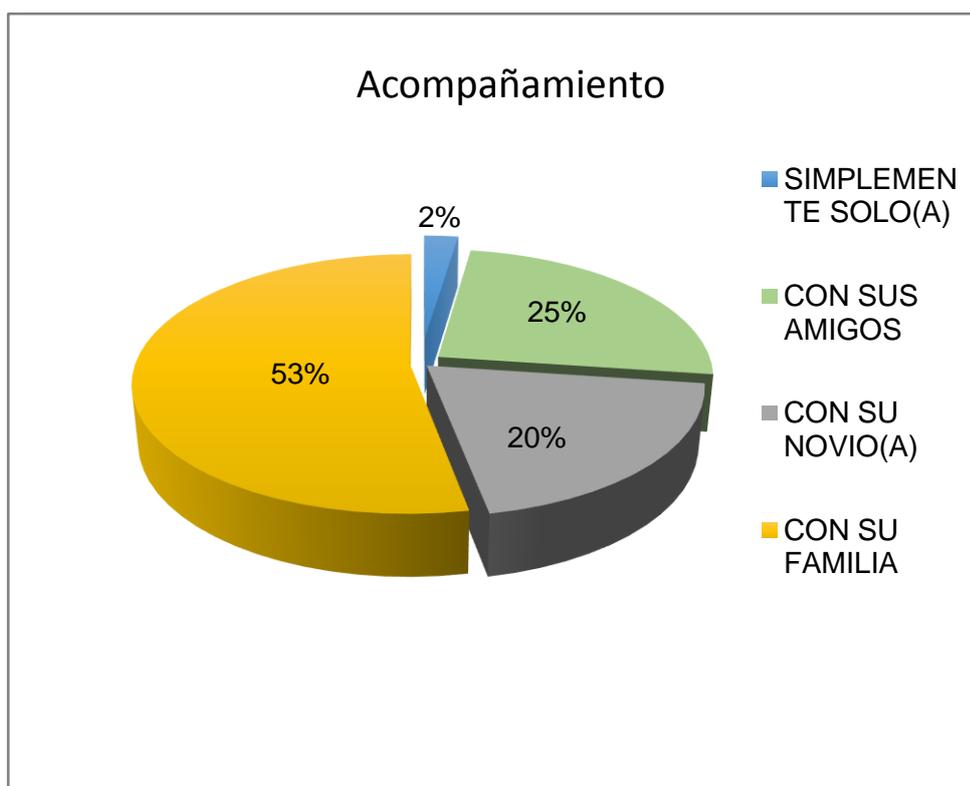
#### 4. ¿GENERALMENTE, CON QUIEN LE GUSTARIA ASISTIR AL COMPLEJO TURÍSTICO?

Tabla 20: Pregunta 4

SIMPLEMENTE SOLO(A)	9
CON SUS AMIGOS	94
CON SU NOVIO(A)	75
CON SU FAMILIA	201

Elaboración: La autora

Figura 23 : Pregunta 4



Elaboración: La autora

Al tratarse de estudiantes es valedero que más de la mitad, en sí el 53% de los encuestados prefiere asistir acompañados por sus familias, lo que es beneficioso para la propuesta puesto que para la empresa representaría a un mayor número de clientes.

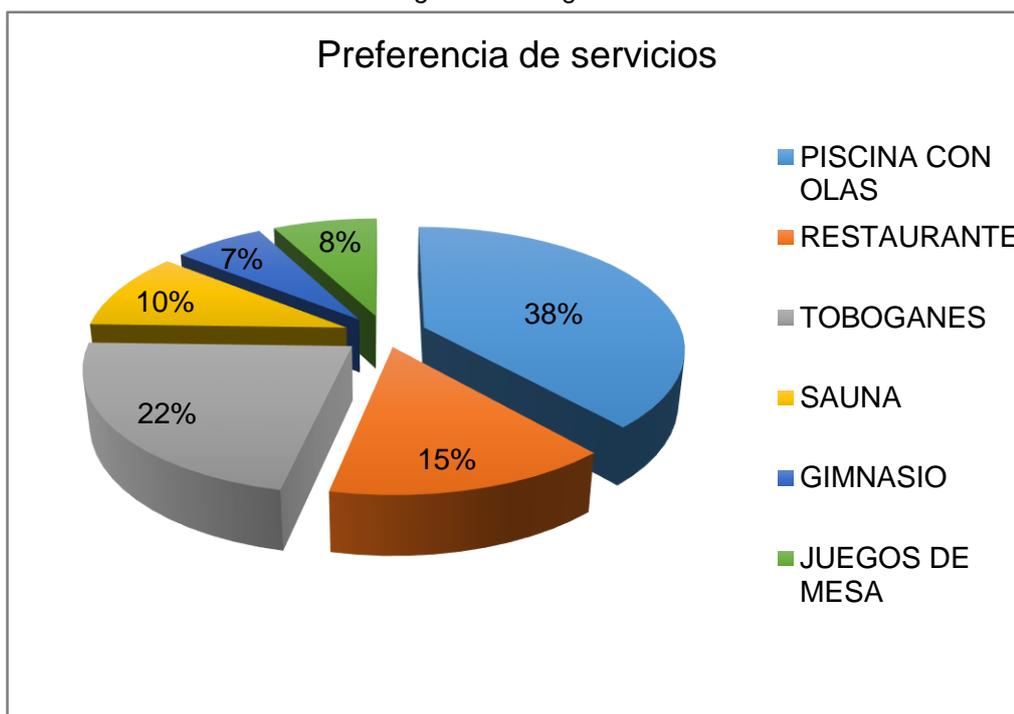
**5. ¿DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS POR CUAL DE ELLOS SE INCLINA USTED CON MAYOR INTERÉS?**

Tabla 21: Pregunta 5

PISCINA CON OLAS	146
RESTAURANTE	56
TOBOGANES	84
SAUNA	39
GIMNASIO	25
JUEGOS DE MESA	29

Elaboración: La autora

Figura 24: Pregunta 5



Elaboración: La autora

Con respecto a esta pregunta se puede observar que el total de las preferencias de los estudiantes se encuentran repartidos entre las diferentes opciones, aunque un 38% se muestra más decidido por disfrutar de la propuesta de la piscina de olas.

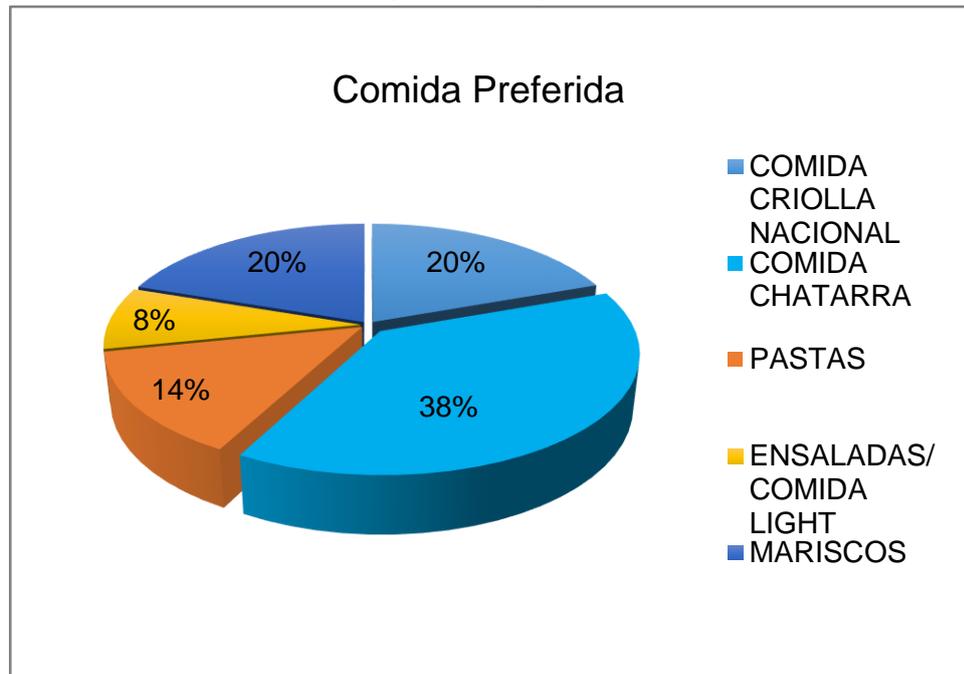
## 6. ¿QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE USTED?

Tabla 22: Pregunta 6

COMIDA CRIOLLA NACIONAL	74
COMIDA CHATARRA	145
PASTAS	53
ENSALADAS/COMIDAS LIGHT	32
MARISCOS	75

Elaboración: La autora

Figura 25: Pregunta 6



Elaboración: La autora

El mayor número de estudiantes prefiere las hamburguesas, las papas fritas, los sandwiches, etc. Lo que permite identificar los tipos de alimentos que se necesitarán para la preparación de la comida que se ofrecerá en el bar para su degustación. El 38% de los estudiantes encuestados prefieren la comida rápida o comida chatarra.

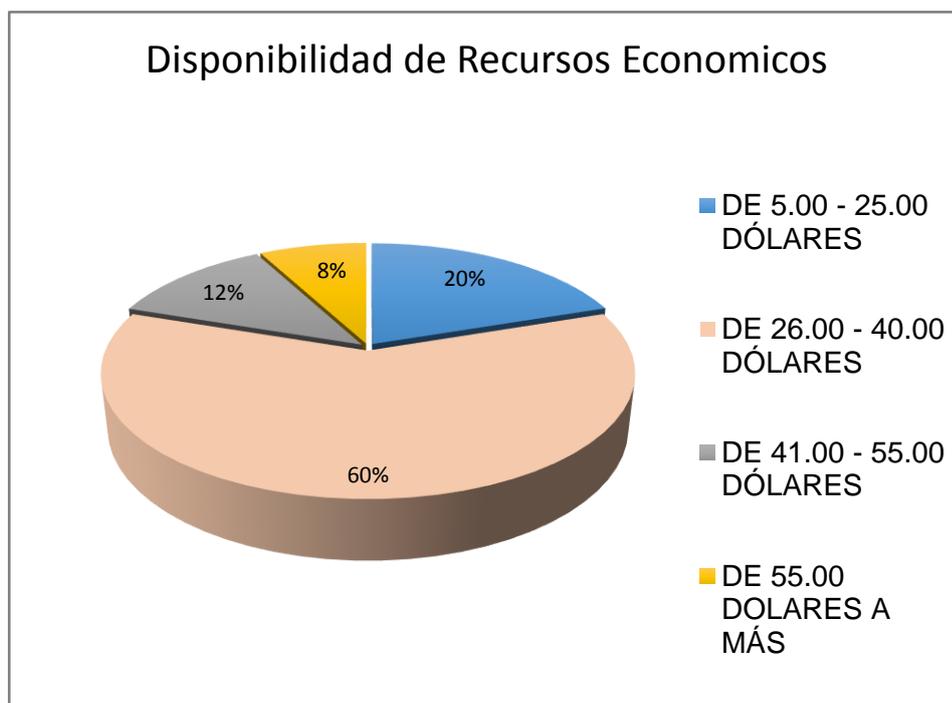
## 7. ¿QUE CANTIDAD DE DINERO ESTARIA USTED EN LA POSIBILIDAD DE GASTAR EN EL COMPLEJO TURÍSTICO?

Tabla 23: Pregunta 7

DE 5.00 - 25.00 DÓLARES	76
DE 26.00- 40.00 DÓLARES	227
DE 41.00 - 55.00 DÓLARES	46
DE 55.00 DÓLARES A MÁS	30

Elaboración: La autora

Figura 26: Pregunta 7



Elaboración: La autora

Los estudiantes al no contar con un trabajo fijo dependen exclusivamente de las mesadas y de lo que puedan obtener de sus padres, el 60% estaría dispuesto a gastar de entre \$26 a \$40 dólares.

## 2.5.5 ENTREVISTAS Y ANÁLISIS

Se tomó en consideración los siguientes puntos para la realización de las entrevistas: Cinco jefes o responsables departamentales del área de recursos humanos de empresas que operan actualmente en la ciudad.

Con previa cita se les dio a conocer que se trataba de conocer su opinión acerca de la oportunidad que tendría un espacio recreacional turístico para encontrar mercado en la ciudad, específicamente si ellos estarían dispuestas a usar las instalaciones que este ofrecería en las diferentes integraciones que realizan para los empleados.

Cada vez más las empresas públicas y privadas suman a su agenda momentos de distracción para sus empleados o trabajadores como jornadas de juegos deportivos, festejo de aniversarios institucionales, reuniones, capacitaciones, celebraciones de festividades, cumpleaños, etc.

Las integraciones entre los miembros de una empresa son sumamente importantes ya que fomenta la comunicación y la armonía lo que forjará para que trabajen mucho más motivados hacia la realización de los objetivos de la empresa.

De ahí, se les pregunto acerca de lo siguiente:

- Si creen beneficiosa la propuesta de creación de un complejo turístico en la ciudad que ofrezca a más de entretenimiento un espacio donde compartir eventos con los empleados de una empresa.
- Las veces al año que organizan reuniones e integraciones con el personal de la empresa.

- Las características que ellos tomarían en cuenta a la hora de elegir un lugar.
- Con cuántos empleados cuenta actualmente la empresa.

### **ANÁLISIS:**

- Todos los entrevistados respondieron afirmativamente y dieron su visto bueno a la creación de un complejo turístico que cuente con una sala de eventos en la ciudad.
- Las veces al año que realizan integración difieren el uno al otro, concordando que todo depende del presupuesto con el que cuenta la empresa.
- Las épocas en las que más concuerdan socialmente son en fechas festivas como navidad, carnaval y fin de año.
- Tomarían en cuenta características como un buen precio, la comodidad y amplitud de las instalaciones, buen servicio, buena comida y un buen ambiente como música y libertad para poder preparar su propia comida.

## **2.6 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

La comercialización es la forma de hacer llegar un bien o servicio hacia las manos del consumidor en el tiempo y lugar que este lo requiera con el fin de dar al consumidor la satisfacción que el espera obtener. (Baca Urbina, 2012, Pág. 52)

El servicio que prestará el complejo turístico fue concebido como directo es decir que será de la empresa al cliente, al ser un servicio nuevo es indispensable la utilización de medios para llegar en un corto plazo y mucho más rápido a la gente.

Gracias al internet se puede hacer conocer de una forma rápida y menos costosa las promociones que se ofrecerán y demás características que ofrecerá el servicio del complejo turístico. La calidad deberá ser transferible por lo que se capacitará al personal para que tengan siempre una respuesta adecuada y oportuna encaminada a resolver rápidamente las inquietudes de los clientes.

Se utilizaran campañas publicitarias que atraigan a los clientes y que luego estos puedan atraer a más clientes lo que se traduce en recomendaciones en base a la experiencia, lo que se buscará es la satisfacción del cliente y al contar con su visto bueno se logrará su fidelidad.

## CAPÍTULO III

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL DE LA EMPRESA

#### 3.1 RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

Según la Ley de Compañías del Ecuador establece que la razón social o la denominación de cada compañía, deberá ser claramente distinguida de cualquier otra, constituyen una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra.

El complejo turístico se proyectará como una empresa de Responsabilidad Limitada ya que es una empresa de tipo familiar donde pueden intervenir pocos socios. Asumiendo el compromiso tributario y legal para la conformación de la misma dentro de los parámetros establecidos por la ley.

- Nombre o razón social: AQUA ZONE CIA. LTDA.

#### 3.2 LOGOTIPO



Figura 27: Logotipo de la compañía  
Elaboración: La autora

### 3.3 SLOGAN

***REFRESCATE AL MAXIMO!!***

### 3.4 MISIÓN

*Figura 28: Misión*

Brindar una experiencia única de diversión acuática con instalaciones seguras y modernas para el deleite de todos quienes lo visiten a través de una combinación de sanas actividades para el placer y gozo de las familias machaleñas.

Lograr posicionarnos en la mente del cliente en el menor tiempo posible gracias a un servicio de calidad reflejado en el compromiso de todo un equipo de trabajo.

Elaboración: La autora

### 3.5 VISIÓN

*Figura 29: Visión*

Convertir al complejo turístico en el primer espacio recreativo preferido por niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Machala y de la Provincia de El Oro para de esta manera fomentar la integración familiar y contribuir al desarrollo social del país.

Elaboración: La autora

### 3.6 PRINCIPIOS

Muchas de las veces la manera de comportarse de las personas se ve influenciado por el modo en el que fueron educados desde su hogar por esta razón se fortalecerá en la empresa desde sus inicios una cultura donde el comportamiento de los empleados se vea enmarcado en principios y valores que se conviertan en estándares tanto en las relaciones con los compañeros de trabajo como principalmente con el cliente.

Lo que hará posible crear una cultura organizacional latente en la percepción del cliente acerca de la empresa y esta a su vez se transferirá al mercado.

- Compromiso
- Honestidad y ética
- Respeto
- Eficiencia
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad ambiental

### **3.7 VALORES**

- **Profesionalismo**

El personal mostrará un dinamismo encuadrado en reafirmar el compromiso de calidad profesional al servicio de la sociedad que ratifique su formación académica como ética.

- **Responsabilidad y puntualidad**

Una buena combinación de recursos humanos efectivamente responsables en sus actividades encomendadas lo que supone también una asertiva puntualidad.

- **Comunicación**

Todos los integrantes de la organización tanto empleados como clientes tendrán la misma oportunidad de exponer sus comentarios y quejas para una retroalimentación efectiva.

- **Lealtad**

La lealtad se fortalece en la confianza que brindamos a empleados y clientes. Lo que supone también ponerse la camiseta en momentos malos por los que atraviese la empresa.

- **Calidez**

Calidad con calidez humana, incentivar a los empleados para que brinden un excelente servicio dedicando siempre una sonrisa con amabilidad.

## **3.8 ESTRATEGIAS DE NEGOCIO**

### **3.8.1 Competencia**

El complejo turístico AQUA ZONE deberá abrirse paso en el mercado a través de la diferenciación de sus productos, ya que las instalaciones contarán con una amplia piscina de olas artificiales, que se muestra como única en los servicios ofertados por la competencia.

### **3.8.2 Promoción**

Se exponen las siguientes promociones:

- ✓ Los días jueves por 5 amigos el precio de entrada incluye combo de Hot Dog + vaso de coca cola.
- ✓ El cumpleaños no paga, presentando la cédula, cualquier día podrá disfrutar con su familia o amigos, su entrada completamente gratis.
- ✓ Los días lunes serán a mitad de precio para niños y adultos

## **3.9 ESTRATEGIA DE MARKETING**

La planeación estratégica es el proceso de desarrollar y mantener una concordancia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y

sus oportunidades de marketing cambiantes. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 37)

Por lo tanto la estrategia de la empresa como la de marketing debe seguir una misma línea. Objetivamente deben estar enfocados en la satisfacción del cliente. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 37)

### **3.9.1 Plan de marketing**

- **TRABAJO EN CONJUNTO DE TODA LA EMPRESA:** Orientados a vender el producto es decir que todo el personal de boletería como el operativo deberán predisponerse a publicitar al complejo turístico dentro de los más altos estándares de calidad.
- **RESPONSABLE DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:** se contratará un profesional responsable de la difusión pública de la empresa.
- **PENETRACIÓN EN EL MERCADO COMO DISEÑO ÚNICO:** el mercado disfrutará de una piscina de olas.
- **A MAYOR AFLUENCIA MAYOR EXPERIENCIA:** lograr que la experiencia del cliente sea lo más placentera, y este la comunique calificándola de satisfactoria.
- **PERSONAL COMO PROMOTORES:** puesto que estarán al contacto con los consumidores, serán capacitados a fin de que presten el mejor de los servicios y estén prestos a responder cualquier requerimiento de los clientes.

### **3.9.2 Mix del Marketing**

#### **3.9.2.1 Producto**

La planeación de la mezcla de marketing inicia con la formulación de una oferta que entregue valor a los clientes. El producto como tal puede ser cualquier bien o servicio que satisfaga una necesidad o deseo. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 224).

El producto que se proyecta brindar lo conforman un conjunto de instalaciones adecuadas para el bienestar y descanso que se convertirán en una excelente opción para las familias que deseen salir de la rutina. Las áreas que se ofrecen son aptas para realizar natación, deportes, bailar, alimentarse, escuchar música, entretenerse y divertirse.

Las instalaciones contarán con cuatro piscinas de las cuales una de ellas contará con tres toboganes y una para niños, salón de eventos, un completo bar y restaurante de comida criolla, gimnasio y sauna, juegos de mesas, juegos infantiles, amplias canchas de uso múltiple, baños y áreas verdes a la disponibilidad de los consumidores.

- Las piscinas e instalaciones acuáticas tanto para adultos como para los niños serán construidas con todas las seguridades que el caso amerita además contarán con un salvavidas que velará por la integridad de los bañistas.
- El salón de eventos servirá también como pista de baile y para la realización de múltiples programas por feriados especialmente el de carnaval.  
Este salón será alquilado cuando lo requieran las empresas o instituciones educativas.
- El restaurante y bar ofrecerán a los comensales atractivos menús de comida criolla, principal tipo de comida que se eligió por su representatividad de preferencia en el mercado. Atenderá en el mismo

horario del complejo turístico y ofrecerá solamente almuerzos, permitiéndole al bar la preparación de desayunos rápidos y piqueos que deseen los clientes.

- Contará con un pequeño gimnasio y sauna como servicios complementarios, pero su uso no constituirá un desembolso económico adicional para el cliente, ya que se reflejara en la entrada que pagaran.
- Las canchas estarán distribuidas para realizar deportes como futbol, básquet y boli respectivamente, se ha distribuido un total de 1000 m<sup>2</sup> para estas áreas ampliamente condicionadas y de césped sintético.
- Poseerá áreas verdes con juegos infantiles para la distracción de los niños y juegos de mesa de billar, pin pon, futbolines para los adultos.

### **3.9.2.2 Precio**

Para fijar los precios se analizó el particular a través de una observación directa de los precios ofertados por la competencia, se estableció el pago en efectivo de las entradas y demás servicios del complejo turístico.

Al fijar los precios la empresa debe tomar en cuenta los precios ofertados por los competidores, no importa cuál sea el precio que se asigne, la empresa debe de asegurarse de entregar un valor superior por ese precio. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 299). Se determina la siguiente lista de precios:

- Para los adultos de \$ 14
- Para los niños de \$8
- Alquiler de salón de eventos \$380.00
- Membresías por 4 veces al mes: Adultos \$48.00 y Niños \$40.00

Para determinar el precio promedio por plato se detallan a continuación los platos y bebidas a ofrecer:

Tabla 24: Precio de alimentos y bebidas

DETALLE	PRECIO
<b>PIQUEOS Y COMIDAS RAPIDAS</b>	
Sanduches de pollo	\$2.75
Tostadas	\$2.40
Cubanos	\$4.25
Tostadas integrales	\$2.50
Hamburguesas	\$2.75
Hot dogs	\$2.50
Maduro con queso	\$2.50
Bolones de queso	\$3.50
Porción de torta	\$3.75
Ensaladas de frutas	\$2.50
Empanadas de verde	\$2.25
Cupcakes	\$2.50
<b>Precio promedio por snacks:</b>	<b>\$3.00</b>
<b>PLATOS FUERTES</b>	
Caldo de gallina criolla	\$3.50
Seco de gallina	\$3.75
Churrasco	\$3.00
Pollo al horno	\$4.50
Enrollado de atún	\$4.50
Alitas de pollo broster	\$4.50
Bistec de carne	\$3.25
Caldo bolas con camarón	\$3.75
Seco de chancho	\$3.25
<b>Precio promedio por plato:</b>	<b>\$4.00</b>
<b>BEBIDAS</b>	
Agua sin gas	\$1.00
Agua con gas	\$0.85
Colas pequeñas	\$1.00
Colas grandes	\$2.20
Yogurt	\$1.70
Te	\$0.85
Batidos	\$3.50
Jugos	\$3.00
<b>Precio promedio por bebida:</b>	<b>\$2.00</b>

Elaboración: La autora

### 3.9.2.3 Plaza o distribución

El servicio de turismo que se va a prestar estará sujeto a un canal de distribución directa ya que al tratarse de un complejo turístico es necesaria la

relación entre la empresa y el cliente sin mayores intermediarios. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 341).

AQUA ZONE se proyecta como un establecimiento independiente y único en la ciudad, donde será posible el contacto ya sea en la compra o en la reservación de entradas o membresías de modo que una vez que ingrese el cliente a las instalaciones podrá relacionarse directamente con el producto que se presenta a su disposición.

La localización del complejo turístico hará mucho más fácil el acceso a posibles clientes no solo del cantón Machala sino también de la provincia del El Oro y zona sur del país.

#### **3.9.2.4 Promoción**

Los medios de promoción que se han definido para dar a conocer con mayor detalle el servicio que prestará el complejo turístico se detallan a continuación:

- Página web interactiva
- Redes sociales
- Visita a escuelas y colegios
- Fortalecer las relaciones directas con los clientes: correos electrónicos con el fin de que esté al tanto de nuevas promociones y foto galerías.
- Paquetes especiales para centros educativos.
- Combos especiales

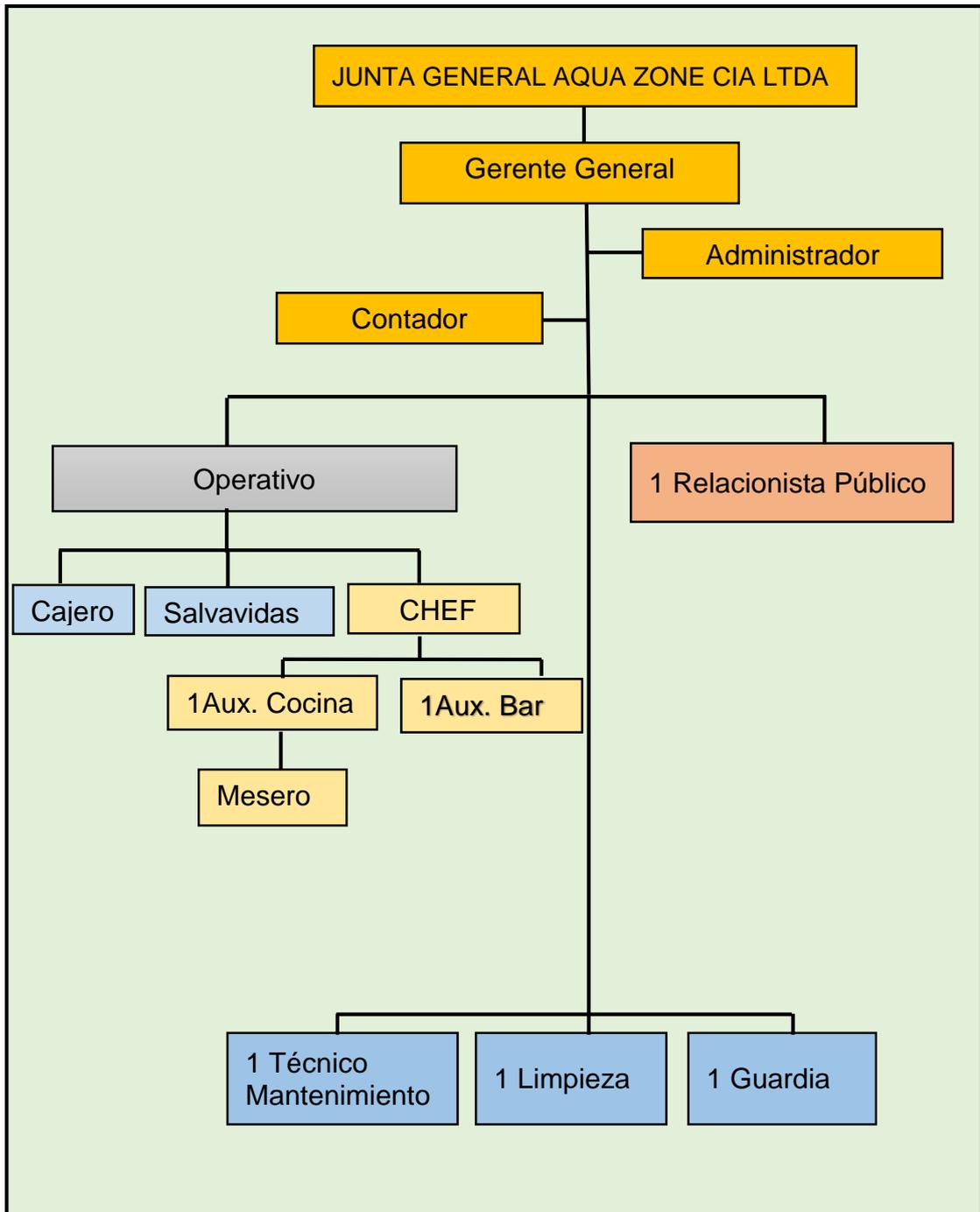
Lo que servirá para dar a conocer con mayor detalle los servicios que se ofrecerán y las instalaciones con las que contará el moderno complejo turístico

con el fin de llegar con mucha más precisión a una mayor masa de posibles clientes.

### **3.10 DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL**

La empresa contará con el siguiente personal que con calidez y calidad tratarán de lograr la satisfacción del cliente externo como de colaborar para lograr un buen ambiente interno de trabajo.

Figura 30: Organigrama general de AQUA ZONE CIA. LTDA.



Elaboración: La autora

### 3.11 PERFILES Y TAREAS DEL PERSONAL

#### PERSONAL ADMINISTRATIVO

##### *Junta Directiva de Accionistas (Superintendencia de Compañías)*

- Aprobar la designación o remoción del administrador.
- Verificar y comparar las cuentas y balances que presente el administrador acerca del funcionamiento de las demás áreas de la empresa.
- Resolver la forma de reparto de utilidades
- Consentir la admisión de ser el caso de nuevos socios
- Consentir la exclusión de un socio.
- Resolver acerca de la disolución de la empresa.

##### *Gerente*

- Hombre o mujer
- Título universitario en Administración de Empresas, Banca o Finanzas o afines.
- Disponibilidad de tiempo completo
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Liderazgo
- Don de gente.

##### Funciones:

- Guiar a la organización a la consecución de su visión.
- Evaluar, detectar y corregir anomalías en la empresa.
- Diseñar y poner en marcha estrategias que beneficien a la organización.

##### *Administrador*

- Hombre o mujer
- Título universitario en Administración de Empresas
- Disponibilidad de tiempo completo
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares
- Capacidad de trabajo bajo presión

Funciones:

- Escuchar, entrenar y dar instrucciones atentamente a su equipo de trabajo.
- Corregir acerca de alguna anomalía detectada en la organización.
- Evaluar el desempeño del personal.
- Analizar información externa para detectar amenazas o nuevas oportunidades externas del mercado.
- Programar, autorizar y dirigir la asignación de recursos prioritarios para el desempeño de las funciones del personal.
- Supervisar y controlar presupuestos asignados a cada jefe de área, para el correcto funcionamiento de las mismas.

*Contador*

- Hombre o mujer
- Título universitario en Contabilidad y Auditoría CPA (Contador Público Autorizado)
- Experiencia mínima de tres años en el manejo sistemas contables
- Habilidad de trabajo bajo presión

Funciones:

- Coordinar y verificar que se cumplan con todos los procesos contables que la respectiva ley dicte.
- Dirigir a la empresa en el cumplimiento de procesos tributarios.
- Organizar, controlar y ejecutar controles internos.
- Mantener con recelo la información suministrada por la organización.

*Relacionista Público*

- Hombre o mujer
- Título universitario en Relaciones Publicas, Ingeniería en marketing o Comunicación social.
- Experiencia mínima de dos años
- Adaptabilidad para trabajo en equipo
- Manejo de relaciones interpersonales

Funciones:

- Crear y difundir la marca del complejo turístico para lograr que cada vez más personas conozcan los servicios que prestará la empresa.

- Captar la atención de potenciales clientes a través de la palabra y de las relaciones humanas.
- Gestionar el presupuesto de marketing.

## PERSONAL OPERATIVO

### *Cajero*

- Hombre o mujer
- Estudios universitarios en Administración, Finanzas o Contabilidad.
- Experiencia en el manejo de utilitarios.
- Facilidad para el manejo de efectivo y reconocimiento de especies monetarias falsas
- Orientación hacia el servicio al cliente
- Buenas relaciones interpersonales

#### Funciones:

- Proporcionar la información que sea requerida por cliente acerca de precios y promociones.
- Vender las entradas a los clientes.
- Realizar el cuadro de caja al final del día.

### *Salvavidas*

- Hombre o mujer
- Experiencia mínima de un año en primeros auxilios o similares.
- Habilidad para la natación
- Vocación al servicio rápido y oportuno para salvar vidas humanas.

#### Funciones:

- Garantizar la seguridad de las personas que se encuentren dentro y a los alrededores de las piscinas para que no sufran daños ni lesiones.
- Ayudar y proveer de implementos necesarios a las personas que no saben nadar.

## PERSONAL ÁREA DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

### *Chef*

- Hombre o mujer
- Título Universitario en Gastronomía o Chef de comida nacional o internacional
- Experiencia mínima de dos años.
- Facilidad de manejo de equipo bajo su cargo

Funciones:

- Encargado de dirigir, controlar y supervisar a los dos ayudantes de cocina bajo su mando así mismo como del mesero.
- Planear el menú y preparar los platos que el cliente solicite.
- Verificar y suministrar los alimentos e insumos que hagan falta en la cocina.
- Supervisar la higiene del restaurante y bar.

*Ayudante de cocina y mesero y responsable de bar*

- Hombre o mujer
- Título de Bachilleres o estudiantes universitarios
- Orientación al servicio al cliente
- Buen manejo de relaciones interpersonales
- Orientación al trabajo en equipo

Funciones:

- Acatar y colaborar con los procedimientos que dicte el Chef
- Asistencia en la preparación de platos.

## PERSONAL DE MANTENIMIENTO, LIMPIEZA Y VIGILANCIA

*Técnico de Mantenimiento y Conserje*

- Hombres o mujeres
- Título de Bachilleres
- Orientación al trabajo en equipo

Funciones:

- Mantener y garantizar el aseo de todas las instalaciones del complejo turístico.

- Desechar la basura cuidando sigilosamente de los materiales que sirven para reciclar.
- Cuidar que las personas no dañen o destruyan las instalaciones.
- Elaborar un cronograma de trabajo para realizar el mantenimiento de las instalaciones o maquinarias.

#### *Guardia*

- Título de bachiller
- Experiencia mínima de un año.
- Destrezas en técnicas de defensa personal.
- Buen carácter
- Habilidades para tomar acciones preventivas
- Capacidad para manejar llamadas de emergencia

#### Funciones:

- Velar y proteger la integridad física de las personas que ingresen a las instalaciones.
- Detectar y resolver eventos que afecten a los clientes.
- Promover la tranquilidad en situaciones de caos o riñas.

### **3.12 CONSTITUCIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA**

Para que el complejo recreacional turístico forme parte como empresa legalmente constituida en el territorio ecuatoriano es necesario una serie de procedimientos. Lo primero será inscribir la empresa como tal en la Superintendencia de compañías, cuyo trámite se lo puede realizar en la sucursal de la ciudad de Machala.

La Superintendencia de Compañías es un organismo del estado cuya función es el control, vigilancia y regulación de toda actividad empresarial que se desarrolle dentro del territorio ecuatoriano con el fin de hacer cumplir con

las leyes que rigen a cada una de las empresas de acuerdo a su naturaleza.(SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2011)

Toda empresa deberá constituirse bajo los preceptos que determina la ley de compañías para su adecuado funcionamiento como parte fundamental del nacimiento comercial de las empresas legalmente instituidas en el Ecuador.

Desde el año 2014 se tramita a través del portal web de la Superintendencia de Compañías la constitución de las empresas en un tiempo de duración de seis horas, comprende desde la obtención de la fecha de entrevista con un notario designado para la firma de la escritura correspondiente hasta la asignación del RUC (Registro Único del Contribuyente) por parte del Servicio de Rentas Internas.

Una vez iniciado el trámite en conjunto con la Superintendencia de Compañías, se deberá confirmar el proceso en el servicio de rentas internas, presentando la copia y original de las escrituras de constitución inscrita en el registro mercantil. Así como también se deberá constatar para mayor seguridad en la página web de la Superintendencia el nombre del representante legal.

Una vez que se ha obtenido el R.U.C se realizará y adjuntará a través del portal web [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec) la presentación mensual o semestral de las declaraciones por impuestos al IVA (Impuesto al Valor Agregado), Impuesto a la renta que es anual y de existir los valores por retenciones efectuadas mensualmente.

### **3.13 PERMISOS Y REQUISITOS**

Para la construcción del nuevo local y para su normal funcionamiento se requerirán los siguientes permisos, cabe recalcar que en la actualidad no se cuentan con ellos, los datos han sido tomados de las páginas de internet correspondientes a cada organismo como también de la página web de Trámites Ciudadanos.

#### **3.13.1 Requisitos Permiso de construcción**

A través de su página web la Municipalidad del cantón Machala requerirá los siguientes requisitos para la aprobación de planos y permiso de construcción.

Requisitos:

- Copia de escritura
- Certificado de no adeudar al municipio
- Solicitud de construcción (\$ 1.00)
- Planos de las instalaciones debidamente grabados en CD

#### **3.13.2 Requisitos Patente Municipal**

Requisitos:

- Copia de la cédula del representante legal
- Formulario de Patente municipal
- Certificado de no adeudar al municipio
- Señalización del local
- Copia de RUC

#### **3.13.3 Requisitos para obtener la (LUAF) Licencia Única Anual de Funcionamiento**

Según el portal web de la página de Trámites Ciudadanos la LAUF es una autorización legal que otorgará el municipio y sirve para acreditar la capacidad de operación de la empresa dentro del área enmarcada como turística.

Requisitos:

- Certificado de registro en el MINTUR (Ministerio de Turismo)
- Copia de RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia de certificado de votación
- Copia de la escritura de constitución
- Formulario de declaración y pago en el banco
- Patente municipal
- Pago de tasas para la Licencia Anual de los establecimientos turísticos.

#### **3.13.4 Requisitos para permiso de bomberos**

- Copia de RUC (Registro Único de Contribuyentes)
- Croquis del establecimiento
- Inspección del sitio para determinar los extintores necesarios
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal de la empresa.

### **3.14 REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO**

A través de su página virtual institucional el MINTUR (Ministerio de Turismo) dispone que de acuerdo a la actividad comercial del establecimiento se otorgará el registro correspondiente. Esto permitirá la posterior afiliación a la cámara de turismo provincial de cada cantón.

Lo que requerirá una entrevista previa con el coordinador zonal. Los correspondientes funcionarios realizarán una evaluación y se categorizará al establecimiento.

Requisitos:

- Copia de la escritura de constitución.

- Copia de R.U.C
- Copia de la cédula de ciudadanía de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Copia de escrituras de propiedad
- Llenar formulario de MINTUR(Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa.

### **3.15 EXTRACTO DE LA LEY DE TURISMO**

Para el efecto se presenta un extracto de la Ley de Turismo en el Ecuador, recogidas de las páginas virtuales correspondientes al Ministerio.

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen:

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-**El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-**El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado les transfiera esta facultad concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley
- b. Dar publicidad a su categoría;

- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento, salvo en caso de licencias ambientales que por disposición de la ley de la materia deben ser solicitadas y emitidas.

### **3.16 PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES**

El complejo “AQUA ZONE” en su afán por aportar en el cuidado y conservación de las plantas y paisajes que adornaran las instalaciones y adoptar actitudes de cuidado hacia el medio plantea realizar las siguientes actividades, para que conjuntamente al trabajar por brindar los mejores servicios no se afecte de ninguna forma al medio ambiente y de esta forma contribuir con el Ministerio del Medio Ambiente.

Según publicación del Ministerio del Medio Ambiente a través del PNGIDS (Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos, 2010) se pretende generar para el 2017 un aprovechamiento total de la reducción y aprovechamiento de residuos sólidos a través de los municipios de todo el país, el objetivo es contribuir con la distribución y clasificación de los materiales reciclables para reducir en lo más posible el impacto que podría dañar al medio ambiente, por lo se expone las siguientes actividades a tomarse en cuenta:

- ✓ La maquinaria de las piscinas contará con filtros que permitan reutilizar el agua apta para el uso de los bañistas.

- ✓ El líquido de desecho del agua que por su estado ya no sirva será enviado mediante las tuberías hacia el alcantarillado funcional de la ciudad.
- ✓ Las piscinas serán desinfectadas y limpiadas periódicamente para su uso.
- ✓ Los baños y vestidores serán condicionados y desinfectados continuamente para la eliminación de bacterias y cualquier otro agente contaminante.
- ✓ Se beneficiarán a los recicladores de la zona ya que se les ofrecerá el vidrio, cartón y plásticos previamente clasificados en recipientes.
- ✓ Se plantarán árboles y plantas en los alrededores para que a más de dar un atractivo vistoso al sitio sirvan como agentes purificadores del aire.
- ✓ Se establecerá el uso de gorro de baños para que de ninguna forma se cause molestias por residuos de cabellos a los demás bañistas.

### **3.17 LICENCIA AMBIENTAL**

Como lo declara la firma de consultoría ambiental Ecuador Ambiental (2005) toda actividad turística deberá contar una serie de permisos antes de su funcionamiento, en este caso el complejo acatará las disposiciones emitidas por técnicos del Ministerio del Medio Ambiente quienes son los responsables de prevenir los impactos ambientales que pueda ocasionar la realización de un determinado proyecto.

A partir del año 2014 el Ministerio del Medio Ambiente expidió un nuevo procedimiento mucho más rápido y menos costoso para obtener este tipo de permisos. Aproximadamente duraría de dos a tres meses.

Requisitos:

- Certificado de Intersección CI para la calidad ambiental que lo emite el Sistema Nacional Áreas Protegidas (SNAP)
- Informe de TDR (Términos de Referencia) y Bosques Protectores (BP)
- Solicitud de aprobación del ESIA (Estudio Impacto Ambiental)
- Solicitud de licencia ambiental para su aprobación

### **3.18 DISPOSICIONES LABORALES OBLIGATORIAS**

Los empleados gozarán de todos los beneficios sociales que determina la ley de acuerdo al código de trabajo actualizado vigente al mes de mayo del 2015 y a las disposiciones que el Ministerio de Trabajo e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social dispongan.

#### **DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR**

(ECUADOR LEGAL, 2015)

Artículo 42.- Son Obligaciones del empleador.-

-Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del código de trabajo.

-Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo.

-Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales

-Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

-Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social.

-Exhibir en un lugar visible las aportaciones y al alcance de todos los trabajadores, las planillas mensuales de aportaciones patronales y mensuales, de descuentos y las correspondientes al pago de reservas al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

De acuerdo al Código de Trabajo vigente, los derechos de los trabajadores a gozar de todos los beneficios que la ley dispone tienen el carácter de irrenunciables. (ECUADOR LEGAL, 2014)

- A partir del año 2015 el salario básico mínimo a pagar es de \$354.00 dólares.
- El 11.15% corresponde a las aportaciones en el seguro social por parte del empleador.
- El 9.45% corresponde a las aportaciones de los trabajadores.
- El décimo cuarto sueldo consiste en un sueldo básico unificado.
- El décimo tercer sueldo es una bonificación más percibida por el empleado que se calcula de acuerdo al total de ingresos que haya recibido durante un año.
- Los fondos de reserva corresponden al pago por parte del empleador del 8.33% mensual de la remuneración de aportación, siempre y cuando el empleado haya cumplido un año calendario laborando.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO**

El complejo recreacional turístico “AQUA ZONE” desea brindar a sus clientes un espacio cómodo que sea de fácil acceso y con una infraestructura que cumpla con sus preferencias y expectativas.

A más de disfrutar de las piscinas y toboganes tendrán a su disponibilidad el servicio de restaurante, sauna, gimnasio, canchas, juegos de mesa y juegos infantiles para los más pequeños, por lo que se hace imprescindible un detalle de los implementos y materiales que se utilizarán para el deleite de estos servicios.

Las partes que conformarán el estudio técnico son el análisis y determinación de la localización, tamaño óptimo del local, costo de los insumos que se requerirán y el establecimiento de la organización humana. (Baca Urbina, 2010, pág. 75)

#### **4.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

Se seleccionó el área tomando en cuenta la disponibilidad de servicios básicos como agua, luz, red de alcantarillado, red de telefonía fija, la cercanía a las fuentes de materia prima e insumos necesarios para el buen funcionamiento del complejo turístico, así como también la presencia de actividad vehicular y condiciones de las vías.

#### 4.1.1.1 Macro-ubicación

El complejo recreacional turístico se ubicará en la Región Sur Occidental de la República del Ecuador, en el cantón Machala capital de la Provincia de El Oro. Situada en el litoral costero próximo al golfo de Guayaquil en el Océano Pacífico.

Limita al Norte con el cantón El Guabo, al sur con el cantón Santa Rosa, al este con los cantones Pasaje y Santa Rosa, al oeste con el Archipiélago Jambelí.

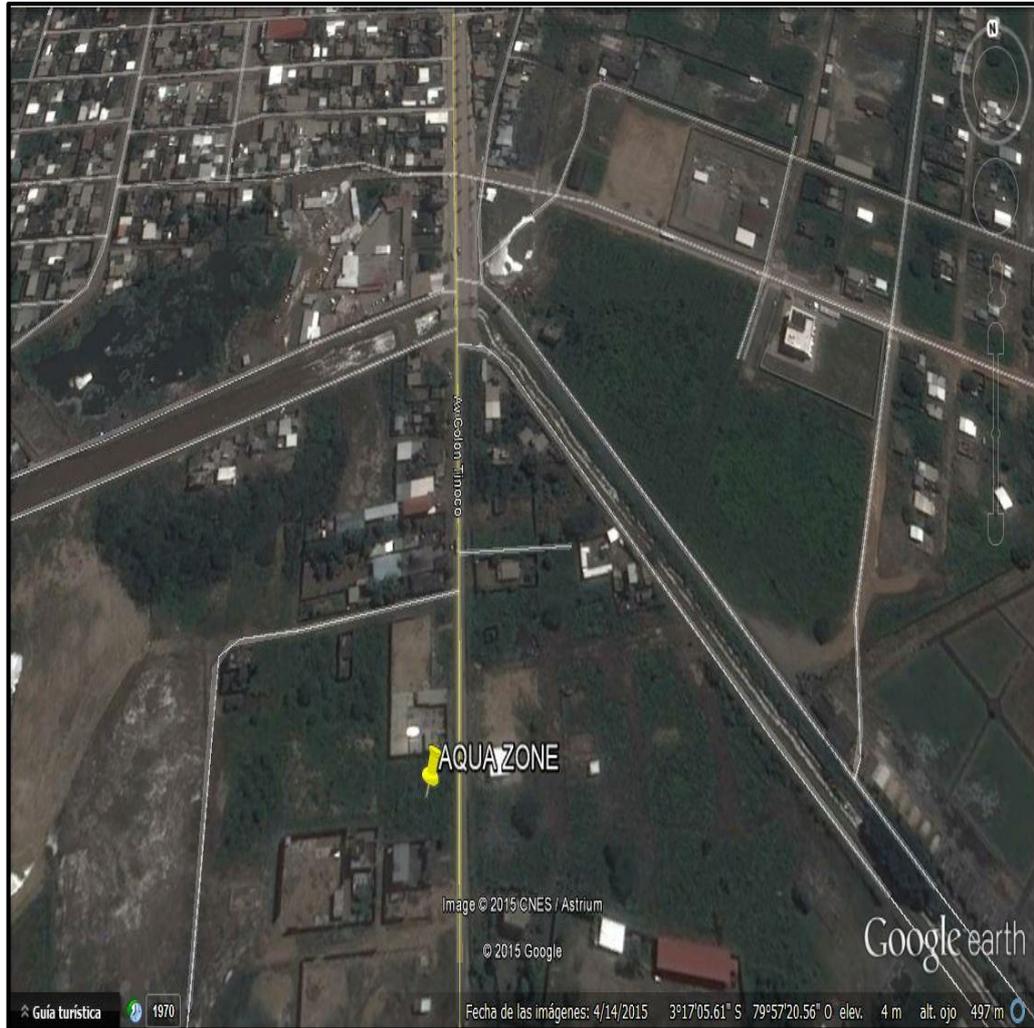
Figura 31: Mapa Macro-Localización



Fuente: *Obtenido* de GOOGLE MAPS

#### 4.1.1.2 Micro-ubicación

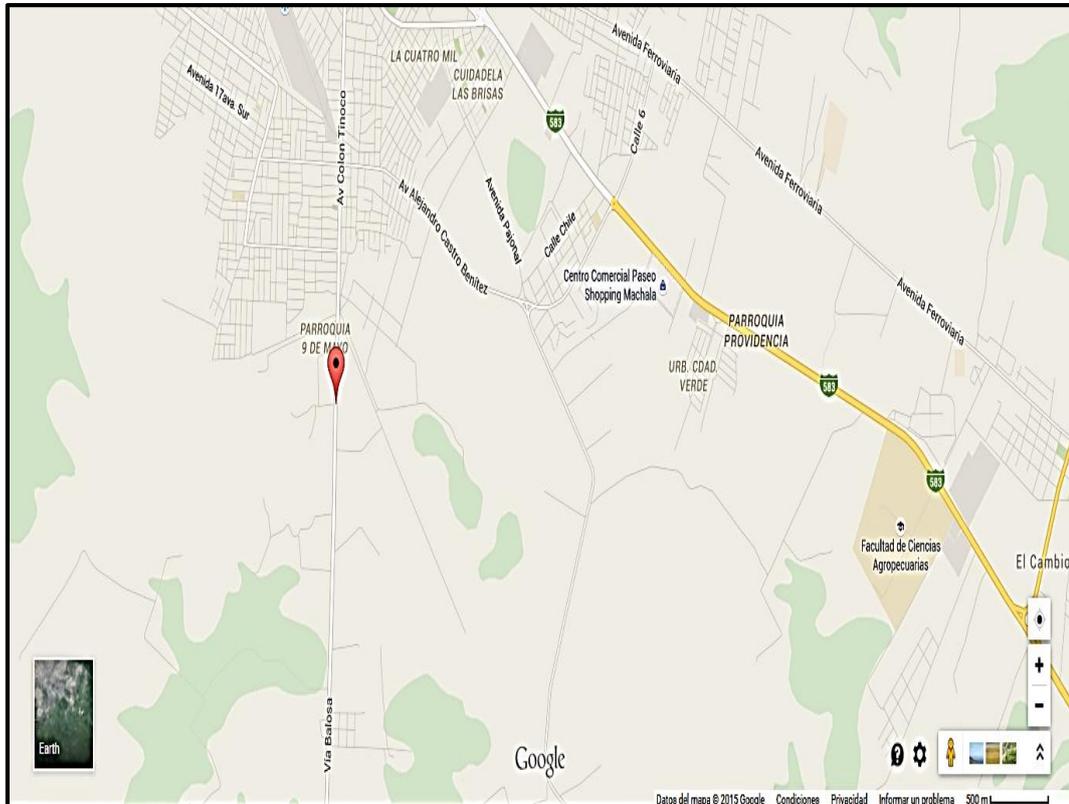
Figura 32: Km 1 1/2 Vía Balosa- Machala



Fuente: GOOGLE EARTH

Estará ubicado en el Km 1 ½ vía a Balosa, es una avenida de acceso a la ciudad asfaltada y de gran circulación vehicular. El área cuenta con tuberías de agua potable, energía eléctrica y la red de alcantarillado se encuentra condicionada en muy buen estado.

Figura 33: Localización a nivel Micro



Fuente: GOOGLE EARTH

## 4.2 FUNCIONAMIENTO

Se especifica el alcance de los días y horarios de atención del complejo turístico AQUA ZONE.

### 4.2.1.1 Días Laborables

EL complejo turístico AQUA ZONE funcionara los días lunes, martes, jueves, viernes, sábado y domingo. Todos los feriados y días festivos.

### 4.2.1.2 Horario de atención

De 10:00 a.m. hasta las 19.00 p.m.

### 4.3 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ÁREA DE FUNCIONAMIENTO



Figura 34: Distribución física de las instalaciones

Elaboración: La autora

## **4.4 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

Existen diferentes factores que condicionarán sin lugar a dudas unos más que otras la dimensión que tendrán las instalaciones del complejo. (Baca Urbina, 2010, pág. 84), entre los que se pueden distinguir:

- La demanda del mercado
- La disponibilidad de insumos
- La tecnología y equipos
- El financiamiento

### **4.4.1 Mercado**

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño de un proyecto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si este fuera igual, no sería recomendable puesto que fuera peligroso. (Baca Urbina, 2010, pág. 84)

De acuerdo al estudio de mercado el complejo turístico tendrá una demanda mayor al tamaño de la empresa, así se manejó la capacidad instalada con la que propone la empresa contar para inicio de sus actividades, en un futuro se estudiaría la idea de incrementar las instalaciones conforme la demanda se vaya incrementado.

### **4.4.2 La disponibilidad de materia prima**

El servicio que el complejo turístico prestará no requerirá de un gran número de proveedores para que surtan como es en el caso del restaurante y bar los alimentos y bebidas, recalcando que la ubicación facilitara el ingreso

de los proveedores puesto que las vías se encuentran actualmente en perfectas condiciones.

Los posibles proveedores cuentan con información disponible de contactos en sus páginas web, al tratarse de los productos de primera necesidad se los puede fácilmente solicitar o en tal caso por encontrarse a diez minutos del casco comercial de la ciudad acudir en su búsqueda.

Se enlistan los siguientes proveedores para la construcción de todas las áreas del complejo, recalando que la empresa encargada de la construcción asume el costo de los materiales de construcción, así como también no será necesario el gasto por adquisición de materiales y equipos importados.

- **HIDROMAXI**  
Especialistas de construcción de complejos turísticos y recreacionales.  
Ubicación: Quito-Pichincha
- **ACUATECNIA CIA LTDA**  
Construcción de Piscinas, Hidromasajes, Saunas, turcos y todo lo referente a tuberías e instalaciones de piscinas.  
Ubicación: Quito- Pichincha

Cabe señalar que existen un sin número de proveedores dedicados a la construcción y proveeduría de toboganes e implementos de piscinas en el país, los dos que se han citado cuentan con su respectiva página de internet donde se puede encontrar toda la información requerida.

Para el área de bar y restaurante se contará con las siguientes empresas nacionales que se dedican a la venta de productos de consumo masivo:

Supermaxi, Dipor (yogurt y lácteos), Colas y jugos (EBC Machala) y AJE Ecuador.

#### **4.4.3 Tecnología**

El atractivo tecnológico con el que contará el complejo turístico es una piscina que crea olas artificiales simulando a las que se pueden apreciar en el mar, este sistema se muestra muy novedoso y atractivo.

Se maneja a través de una serie de turbinas que propaga el agua en la piscina y asemeja las olas que se van rompiendo al llegar a la orilla extrema de la misma. No representará peligro para ningún miembro de la familia, igual como estar en la playa disfrutando pero esta vez sin la salobridad de las aguas del mar. Se cubrirá una piscina de dimensión mediana con un oleaje de hasta 1.10 metros de altura.

#### **4.4.4 El financiamiento**

Optar por ser el único dueño no es muy buena idea, ya que se estaría sumiendo el riesgo total y aún más si no se cuenta con el total de recursos económicos, se considera entonces buscar medios de financiamiento.

Se ha decidido contar primero con socios capitalistas y segundo obtener financiamiento a través de préstamos de la banca que requerirán como todo proyecto el pago de un rédito financiero fijo, en este caso mensual. Se ha identificado las siguientes características más convenientes para el proyecto,

cuyos requisitos y planes se encuentran en la página web de la CFN (Corporación Financiera Nacional).

- Tipo de Crédito: Crédito directo para el desarrollo
- Tasa de Interés: 9.0%-10%
- Plazo de pago: Activo fijo: 10 años Capital de trabajo: 3 años.
- Monto Máximo: Desde \$50.000 hasta 70% proyectos nuevos.

#### 4.5 CAPACIDAD DEL PROYECTO

El complejo turístico en general tendrá una capacidad para 185 personas diarias, estimando un número máximo de personas para cada espacio. Funcionará los días lunes, martes, jueves, viernes, sábado y domingos donde es notoria una mayor afluencia así como también los días feriados indistintamente del día que sean.

*Tabla 25: Capacidad diaria de la empresa*

<b>DISTRIBUCIÓN</b>	<b>CLIENTES AL DÍA</b>
1 PISCINA NORMAL	30
1 PISCINA DE OLAS ARTIFICIALES	40
1 PISCINA TOBOGANES	25
1 PISCINA NIÑOS	20
RESTAURANTE	10 mesas x 5= 50
BAR	4 mesas x 5= 20
<b>NÚMERO DE PERSONAS:</b>	<b>185</b>

Elaboración: La autora

Como todo negocio nuevo que emprende su camino comercial en el mercado, se estima que el complejo turístico comenzara sus operación con un 60% de ocupación previsto para los cálculos financieros.

Según el último censo cantonal se ha determinado un crecimiento económico anual de 2.1% para las actividades de alojamiento y servicio de comida (turísticas) de la ciudad de Machala, (INEC 2010) porcentaje aplicable para este tipo de negocios.

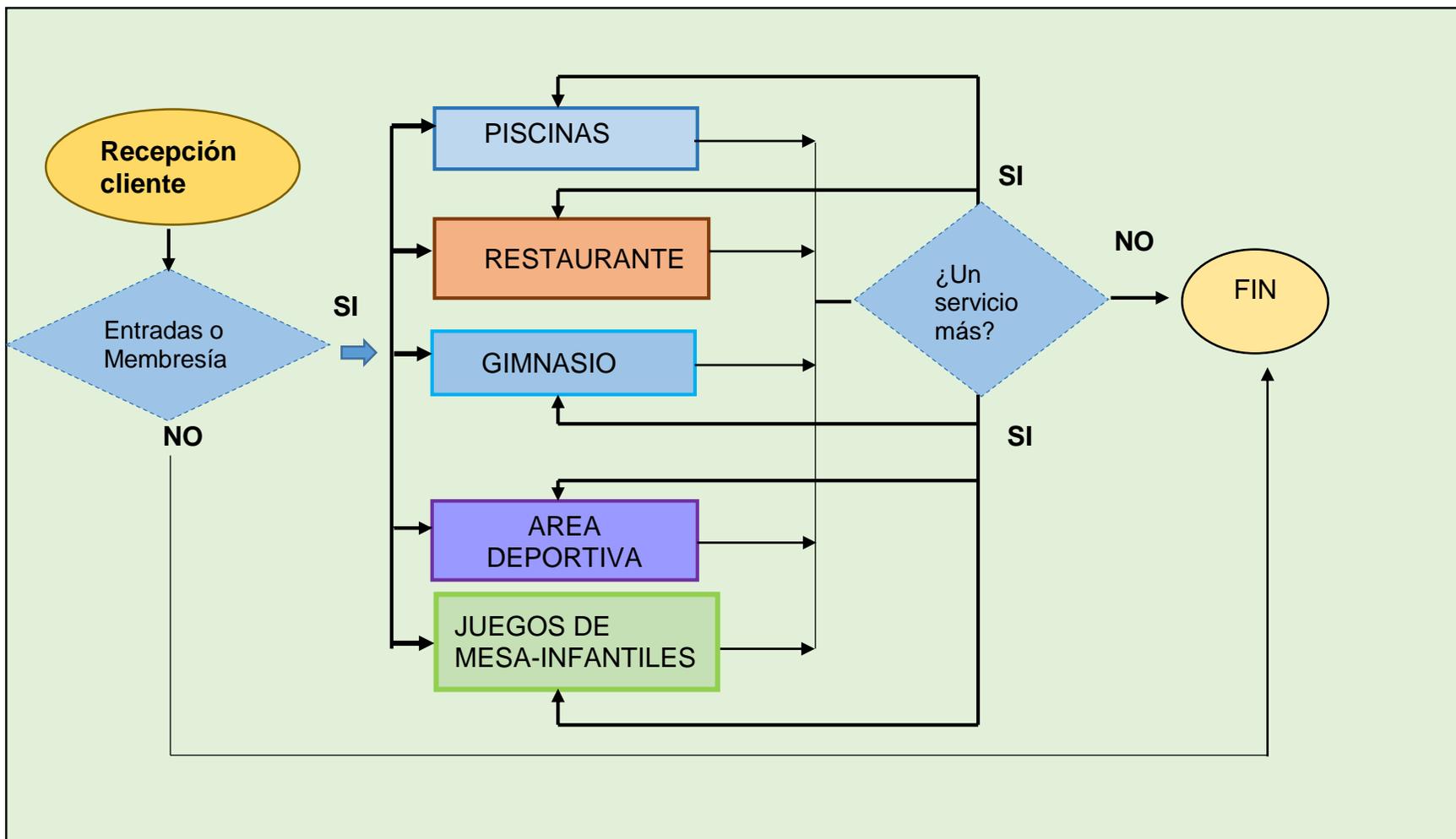


Figura 35: Diagrama del proceso de servicios ofertados por AQUA ZONE  
Elaboración: La autora

## 4.6 ANÁLISIS DE DISPONIBILIDAD Y COSTO DE INSUMOS Y MATERIALES

El complejo recreacional turístico contara con:

- ✓ 4 piscinas
- ✓ 3 toboganes
- ✓ Restaurante
- ✓ Bar
- ✓ Salón para eventos sociales
- ✓ Gimnasio
- ✓ Sauna
- ✓ Baños y vestidores
- ✓ 3 canchas deportivas(Futbol, Boli y Básquet)
- ✓ Juegos de Mesa( 2 mesas de billar y 3 fútbolín)
- ✓ Juegos de niños(Resbaladera, Columpios)
- ✓ Garita y Parqueadero.

Tabla 26: Terreno

DESCRIPCIÓN	M2	COSTO TOTAL
TERRENO	13 000	\$300,000.00
<b>TOTAL:</b>		\$300,000.00

Elaboración: La autora

Tabla 27: Edificaciones

DESCRIPCIÓN	ÁREA TOTAL POR M <sup>2</sup>	VALOR POR M <sup>2</sup>	TOTAL
ÁREA DE PISCINA NORMAL	360	\$ 320.00	\$ 115,200.00
ÁREA DE PISCINA CON OLAS	480	\$ 380.00	\$ 182,400.00
ÁREA DE PISCINA DE NIÑOS	200	\$ 180.00	\$ 36,000.00
ÁREA DE PISCINA TOBOGANES	360	\$ 320.00	\$ 115,200.00
ÁREA DE RESTURANTE	80	\$ 205.00	\$ 16,400.00
ÁREA DE BAR	60	\$ 205.00	\$ 12,300.00
SALÓN DE EVENTOS	100	\$ 180.00	\$ 18,000.00
ÁREA ADMINISTRATIVA Y BOLETERIA	30	\$ 285.00	\$ 8,550.00
ÁREA DE BAÑOS Y VESTIDORES	40	\$ 90.00	\$ 3,600.00
ÁREA DE MAQUINARIAS	9	\$ 90.00	\$ 810.00
ÁREA CANCHAS DEPORTIVAS Y JUEGOS INFANTILES	1000	\$ 35.00	\$ 35,000.00
ÁREA GIMNASIO, SAUNA Y JUEGOS	180	\$ 110.00	\$ 19,800.00
CASETA DE VIGILANCIA	9	\$ 90.00	\$ 810.00
PARQUEADERO	160	\$ 35.00	\$ 5,600.00
<b>TOTAL:</b>	<b>3068</b>		<b>\$ 569,670.00</b>

Elaboración: La autora

Tabla 28: Maquinarias

DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
BOMBAS CENTRIGUGAS 1HP	4	\$ 685.00	\$ 2,740.00
BOMBAS DE FILTRACIÓN 3HP	3	\$ 1,485.00	\$ 4,455.00
TOBOGANES	3	\$ 7,100.00	\$21,300.00
ESTRUCTURAS DE SOPORTE	3	\$ 180.00	\$ 540.00
SKIMMERS	4	\$ 785.70	\$ 3,142.80
FILTROS	4	\$ 640.00	\$ 2,560.00
EQUIPO PARA PISCINA OLAS ARTIFICIALES	1	\$ 5,100.00	\$ 5,100.00
GENERADOR DE VAPOR SAUNA	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
EXTINTORES 15 LIBRAS	3	\$ 35.00	\$ 105.00
CUADROS ELÉCTRICOS	1	\$ 275.00	\$ 275.00
<b>TOTAL:</b>			<b>\$41,617.80</b>

Elaboración: La autora

Tabla 29: Restaurante y Bar

DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
COCINA INDUSTRIAL 6 HORNILLAS	2	\$ 920.00	\$1,840.00
PLANCHA PARA HAMBURGUESAS	1	\$ 650.00	\$ 650.00
LICUADORAS INDUSTRIAL	2	\$ 170.00	\$ 340.00
SANDUCHERA	1	\$ 75.00	\$ 75.00
JUEGO DE OLLAS	2	\$ 400.00	\$ 800.00
JUEGO DE CUBIERTOS	12	\$ 25.00	\$ 300.00
JUEGO DE UTENSILIOS	6	\$ 17.00	\$ 102.00
JUEGO DE VAJILLAS DE PORCELANA	5	\$ 27.90	\$ 139.50
JUEGO DE JARRAS Y VASOS	5	\$ 21.00	\$ 105.00
LAVADERO DOS POSOS	2	\$ 180.00	\$ 360.00
CONGELADOR	1	\$ 820.00	\$ 820.00
REFRIGERADOR VITRINA MOSTRADOR	2	\$ 800.00	\$ 1,600.00
JUEGO DE MANTELES	8	\$ 12.00	\$ 96.00
JUEGO DE MESAS DE 5 SILLAS PLASTICAS BAR	10	\$ 145.00	\$1,450.00
JUEGO DE MESAS DE 5 SILLAS	4	\$ 180.00	\$ 720.00
<b>TOTAL:</b>			\$9,397.50

Elaboración: la autora

Tabla 30: Baños y Vestidores

DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
JUEGOS DE BAÑO FV(LAVAVO-SANITARIO )	6	\$ 175.00	\$ 1,050.00
ESPEJOS	5	\$ 90.00	\$ 450.00
LOKERS	12	\$ 55.00	\$ 660.00
PUERTAS METÁLICAS	8	\$ 90.00	\$ 720.00
<b>TOTAL:</b>			\$ 2,880.00

Elaboración: La autora

Tabla 31: Área deportiva- Gimnasio- Juegos de mesa

DESCRIPCION	UNIDAD/M	COSTO	TOTAL
REDES PARA BOLY	2	\$ 28.00	\$ 56.00
CESPED SINTÉTICO P/FUTBOL	260 M <sup>2</sup>	\$ 45.80	\$11,908.00
TABLEROS REMOVIBLES PARA BASQUET	2	\$ 650.00	\$1,300.00
BALONES BASQUET	2	\$ 17.00	\$ 34.00
BALONES FÚTBOL SOCCER	4	\$ 17.00	\$ 68.00
BALONES BOLY	2	\$ 17.00	\$ 34.00
KIT DE JUEGOS INFANTILES	1	\$ 3,100.00	\$ 3,100.00
HAMACAS	3	\$ 25.00	\$ 75.00
TABURETES DE CAÑA GUADUA	4	\$ 45.00	\$ 180.00
SILLAS PLAYERAS	6	\$ 100.00	\$ 600.00
MESA DE BILLAR	2	\$ 900.00	\$ 1,800.00
MESA DE FUTBOLIN	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00
MESA DE PIN PON	2	\$ 420.00	\$ 840.00
CAMINADORA	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
BICICLETA PARA PIERNAS	2	\$ 520.00	\$ 1,040.00
JUEGO DE PESAS	4	\$ 180.00	\$ 720.00
MAQUINA MULTIFUNCIÓN ABDOMEN Y PIERNAS	1	\$ 360.00	\$ 360.00
<b>TOTAL:</b>			\$26,115.00

Elaboración: La autora

Tabla 32: Área de limpieza

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
ESCOBAS	6	\$ 5.40	\$ 32.40
TRAPEADOR	6	\$ 6.90	\$ 41.40
AROMATIZANTES	8	\$ 5.20	\$ 41.60
PAPEL HIGIENICO	50	\$ 5.60	\$ 280.00
RECIPIENTES BASURA	8	\$ 6.90	\$ 55.20
VARIOS			\$ 100.00
<b>TOTAL:</b>			\$550.60

Elaboración: La autora

Tabla 33: Muebles de Oficina

DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	1	\$ 460.00	\$ 460.00
SILLAS EJECUTIVAS	3	\$ 80.00	\$ 240.00
ESCRITORIOS	2	\$ 290.00	\$ 580.00
ARCHIVADOR 3 GABETAS	2	\$ 180.00	\$ 360.00
<b>TOTAL:</b>			\$1,640.00

Elaboración: La autora

Tabla 34: Equipo de oficina

DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 950.00	\$ 950.00
TELÉFONO	2	\$ 65.00	\$ 130.00
CALCULADORA	2	\$ 98.00	\$ 196.00
<b>TOTAL:</b>			\$1,276.00

Elaboración: La autora

Tabla 35: Equipo de computación

DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
LAPTOP MARCA DELL 14"	2	\$ 946.00	\$ 1,892.00
COMPUTADORAS ESCRITORIO 17"	2	\$ 653.00	\$ 1,306.00
IMPRESORA HP LASER MULTIFUNCIONAL	1	\$ 80.00	\$ 80.00
JUEGO DE PARLANTES	2	\$ 55.00	\$ 110.00
<b>TOTAL:</b>			\$ 3,388.00

Elaboración: La autora

#### 4.6.1 Determinación de la materia prima inicial

En base a una observación directa de la competencia se plantea que no a todos los clientes les gusta alimentarse dentro del sitio que visitan. Lo que servirá para estimar los ingresos por venta de comida en el estudio financiero.

Se determinó que los productos serán comprados al por mayor mensualmente para minimizar los costos. Para lo cual se tomó como base una estimación mensual de 1656 personas.

De acuerdo a las experiencias dadas por un chef local se infiere en la siguiente lista de productos de primera necesidad primordial para la preparación de los alimentos y bebidas que se ofrecerán. Así como de los utilizados para el adecuado mantenimiento del agua de las piscinas.

Tabla 36: Materia Prima

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	ANUAL
LEGUMBRES Y VEGETABLES	\$ 120.00	\$ 1,440.00
FRUTAS	\$ 180.00	\$ 2,160.00
ARROZ (QUINTAL)	\$ 890.00	\$ 10,680.00
AZUCAR(QUINTAL)	\$ 420.00	\$ 5,040.00
SAL( QUINTAL)	\$ 150.00	\$ 1,800.00
LACTEOS(GALONES)	\$ 300.00	\$ 3,600.00
EMBUTIDOS	\$ 200.00	\$ 2,400.00
ACEITE( GALON)	\$ 120.00	\$ 1,440.00
CARNE DE RES	\$ 100.00	\$ 1,200.00
CARNE DE CERDO	\$ 180.00	\$ 2,160.00
POLLO	\$ 200.00	\$ 2,400.00
GRANOS	\$ 80.00	\$ 960.00
ESCENCIAS Y CONDIMENTOS	\$ 75.00	\$ 900.00
SUPAN	\$ 60.00	\$ 720.00
COLAS Y REFRESCOS	\$ 400.00	\$ 4,800.00
OTROS COMPLEMENTOS	\$ 173.75	\$ 2,085.00
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 3,648.75</b>	<b>\$ 43,785.00</b>

Elaboración: La autora

#### 4.6.2 Determinación de materiales directos

Tabla 37: Materiales para piscinas

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
COLORO PASTILLAS	\$200 POR CANECA	\$200.00	\$2400.00
COLORO LIQUIDO	\$34 POR CANECA	\$34.00	\$408.00
ALGUICIDA	\$26 POR GALOS	\$52.00	\$624.00
<b>TOTAL:</b>			\$3432.00

Elaboración: La autora

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### PROPUESTA FINANCIERA-ECONÓMICA DEL PROYECTO

##### 5.1.1 INVERSIÓN INICIAL

En el mercado todo proyecto de emprendimiento necesita de un peso numérico de dólares para su inicialización, es decir una inversión inicial para comenzar con la construcción de la idea de negocio.

Se determina las siguientes tablas donde se detallan los valores iniciales por activos fijos, los activos intangibles o diferidos y del capital de trabajo necesario, a continuación se desglosa del siguiente modo:

##### 5.1.1.1 Activos fijos

Tabla 38. Activos Tangibles

<b>RESUMEN:</b>	
Terreno	\$ 300,000.00
Edificios	\$ 569,670.00
Equipo de Computación	\$ 3,388.00
Muebles de Oficina	\$ 1,640.00
Equipo Oficina	\$ 1,276.00
Maquinaria	\$ 41,617.80
Menaje y Equipos	\$ 38,943.10
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS:</b>	<b>\$ 956,534.90</b>

Elaboración: La autora

### 5.1.1.2 Activos Diferidos

Tabla 39: Gastos de Constitución

<b>RESUMEN:</b>	
Patente	\$ 400.00
Constitución de la empresa	\$ 240.00
Permiso de Construcción	\$ 100.00
Bomberos	\$ 50.00
Licencia Anual Única de Funcionamiento	\$ 956.53
Licencia Ambiental	\$ 500.00
Imprevistos	\$ 112.23
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 2,358.76</b>

Elaboración: La autora

### 5.1.1.3 Capital de Trabajo

Para determinar el capital de trabajo fue necesario una proyección de los costos y gastos mensuales del proyecto, lo que responde a una aplicación del Método del Déficit Acumulado Máximo.

Cuyo valor es de \$ 41, 651.25 dólares correspondientes a los tres primeros meses de apertura del nuevo local, por lo que este monto servirá como un seguro para sostener el negocio de eventualidades urgentes, en caso de que existan.

## 5.1.2 FINANCIAMIENTO

Del monto total de la inversión que es de \$1,000.544.91 dólares se prevé que el 40% se lo capitalizará mediante préstamo bancario y el restante se ha decidido que será mediante aportaciones de socios.

Tabla 40: Financiamiento Inicial del Proyecto

<b>DETALLE DEL FINANCIAMIENTO</b>	
<b><u>ACTIVOS</u></b>	
<b><u>CORRIENTES</u></b>	
CAJA	\$ 41,651.25
<b><u>FIJOS</u></b>	
TERRENO	\$ 300,000.00
INSTALACIONES	\$ 569,670.00
MAQUINARIA	\$ 41,617.80
HERRAMIENTA	\$ 38,943.10
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,640.00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1,276.00
EQUIPO COMPUTACIÓN	\$ 3,388.00
<b><u>DIFERIDO</u></b>	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 2,358.76
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 1,000,544.91</b>
<b><u>FINANCIAMIENTO</u></b>	
CUENTAS POR PAGAR (40%)	<b>\$ 400,217.95</b>
CAPITAL APORTE SOCIOS (60%)	<b>\$ 600,326.96</b>
Socio 1	\$ 150,081.74
Socio 2	\$ 150,081.74
Socio 3	\$ 150,081.74
Socio 4	\$ 150,081.74

Elaboración: La autora

Como se muestra en el siguiente cuadro se realizaron los cálculos de la amortización del préstamo bancario a una tasa de interés del 10% anual, a un plazo de diez años en cuotas pagaderas mensualmente.

Tabla 41: Detalles del Préstamo Bancario

MONTO	\$ 400,217.95
PLAZO	10
PAGOS	120
TASA INTERÉS	10%
PERIODO	Mensual
TASA PERIODICA	0.80%
Nº PAGOS ANUAL	12
CUOTA	\$ 5,193.85

Elaboración: La autora

Tabla 42: Amortización del préstamo bancario

<b>TABLA: AMORTIZACION DE PRESTAMO</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO DEL CAPITAL</b>
0	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 400,217.95
1	\$ 5,193.85	\$ 3,191.39	\$ 2,002.45	\$ 398,215.50
2	\$ 5,193.85	\$ 3,175.43	\$ 2,018.42	\$ 396,197.08
3	\$ 5,193.85	\$ 3,159.33	\$ 2,034.52	\$ 394,162.56
4	\$ 5,193.85	\$ 3,143.11	\$ 2,050.74	\$ 392,111.82
5	\$ 5,193.85	\$ 3,126.75	\$ 2,067.09	\$ 390,044.73
6	\$ 5,193.85	\$ 3,110.27	\$ 2,083.58	\$ 387,961.15
7	\$ 5,193.85	\$ 3,093.66	\$ 2,100.19	\$ 385,860.96
8	\$ 5,193.85	\$ 3,076.91	\$ 2,116.94	\$ 383,744.03
9	\$ 5,193.85	\$ 3,060.03	\$ 2,133.82	\$ 381,610.21
10	\$ 5,193.85	\$ 3,043.01	\$ 2,150.83	\$ 379,459.37
11	\$ 5,193.85	\$ 3,025.86	\$ 2,167.98	\$ 377,291.39
12	\$ 5,193.85	\$ 3,008.57	\$ 2,185.27	\$ 375,106.12
13	\$ 5,193.85	\$ 2,991.15	\$ 2,202.70	\$ 372,903.42
14	\$ 5,193.85	\$ 2,973.58	\$ 2,220.26	\$ 370,683.16
15	\$ 5,193.85	\$ 2,955.88	\$ 2,237.97	\$ 368,445.19
16	\$ 5,193.85	\$ 2,938.03	\$ 2,255.81	\$ 366,189.38
17	\$ 5,193.85	\$ 2,920.05	\$ 2,273.80	\$ 363,915.57
18	\$ 5,193.85	\$ 2,901.91	\$ 2,291.93	\$ 361,623.64
19	\$ 5,193.85	\$ 2,883.64	\$ 2,310.21	\$ 359,313.43
20	\$ 5,193.85	\$ 2,865.22	\$ 2,328.63	\$ 356,984.80
21	\$ 5,193.85	\$ 2,846.65	\$ 2,347.20	\$ 354,637.60
22	\$ 5,193.85	\$ 2,827.93	\$ 2,365.92	\$ 352,271.68
23	\$ 5,193.85	\$ 2,809.06	\$ 2,384.78	\$ 349,886.90
24	\$ 5,193.85	\$ 2,790.05	\$ 2,403.80	\$ 347,483.10
25	\$ 5,193.85	\$ 2,770.88	\$ 2,422.97	\$ 345,060.13
26	\$ 5,193.85	\$ 2,751.56	\$ 2,442.29	\$ 342,617.84
27	\$ 5,193.85	\$ 2,732.08	\$ 2,461.76	\$ 340,156.08
28	\$ 5,193.85	\$ 2,712.45	\$ 2,481.39	\$ 337,674.68
29	\$ 5,193.85	\$ 2,692.67	\$ 2,501.18	\$ 335,173.50
30	\$ 5,193.85	\$ 2,672.72	\$ 2,521.13	\$ 332,652.38
31	\$ 5,193.85	\$ 2,652.62	\$ 2,541.23	\$ 330,111.15
32	\$ 5,193.85	\$ 2,632.35	\$ 2,561.49	\$ 327,549.65
33	\$ 5,193.85	\$ 2,611.93	\$ 2,581.92	\$ 324,967.73
34	\$ 5,193.85	\$ 2,591.34	\$ 2,602.51	\$ 322,365.22
35	\$ 5,193.85	\$ 2,570.59	\$ 2,623.26	\$ 319,741.96
36	\$ 5,193.85	\$ 2,549.67	\$ 2,644.18	\$ 317,097.78
37	\$ 5,193.85	\$ 2,528.58	\$ 2,665.26	\$ 314,432.52

38	\$ 5,193.85	\$ 2,507.33	\$ 2,686.52	\$ 311,746.00
39	\$ 5,193.85	\$ 2,485.91	\$ 2,707.94	\$ 309,038.06
40	\$ 5,193.85	\$ 2,464.31	\$ 2,729.53	\$ 306,308.52
41	\$ 5,193.85	\$ 2,442.55	\$ 2,751.30	\$ 303,557.22
42	\$ 5,193.85	\$ 2,420.61	\$ 2,773.24	\$ 300,783.99
43	\$ 5,193.85	\$ 2,398.49	\$ 2,795.35	\$ 297,988.63
44	\$ 5,193.85	\$ 2,376.20	\$ 2,817.64	\$ 295,170.99
45	\$ 5,193.85	\$ 2,353.73	\$ 2,840.11	\$ 292,330.88
46	\$ 5,193.85	\$ 2,331.09	\$ 2,862.76	\$ 289,468.12
47	\$ 5,193.85	\$ 2,308.26	\$ 2,885.59	\$ 286,582.53
48	\$ 5,193.85	\$ 2,285.25	\$ 2,908.60	\$ 283,673.93
49	\$ 5,193.85	\$ 2,262.06	\$ 2,931.79	\$ 280,742.14
50	\$ 5,193.85	\$ 2,238.68	\$ 2,955.17	\$ 277,786.97
51	\$ 5,193.85	\$ 2,215.11	\$ 2,978.73	\$ 274,808.24
52	\$ 5,193.85	\$ 2,191.36	\$ 3,002.49	\$ 271,805.75
53	\$ 5,193.85	\$ 2,167.42	\$ 3,026.43	\$ 268,779.32
54	\$ 5,193.85	\$ 2,143.28	\$ 3,050.56	\$ 265,728.76
55	\$ 5,193.85	\$ 2,118.96	\$ 3,074.89	\$ 262,653.87
56	\$ 5,193.85	\$ 2,094.44	\$ 3,099.41	\$ 259,554.46
57	\$ 5,193.85	\$ 2,069.72	\$ 3,124.12	\$ 256,430.34
58	\$ 5,193.85	\$ 2,044.81	\$ 3,149.04	\$ 253,281.30
59	\$ 5,193.85	\$ 2,019.70	\$ 3,174.15	\$ 250,107.15
60	\$ 5,193.85	\$ 1,994.39	\$ 3,199.46	\$ 246,907.70
61	\$ 5,193.85	\$ 1,968.88	\$ 3,224.97	\$ 243,682.73
62	\$ 5,193.85	\$ 1,943.16	\$ 3,250.69	\$ 240,432.04
63	\$ 5,193.85	\$ 1,917.24	\$ 3,276.61	\$ 237,155.43
64	\$ 5,193.85	\$ 1,891.11	\$ 3,302.74	\$ 233,852.69
65	\$ 5,193.85	\$ 1,864.77	\$ 3,329.07	\$ 230,523.62
66	\$ 5,193.85	\$ 1,838.23	\$ 3,355.62	\$ 227,168.00
67	\$ 5,193.85	\$ 1,811.47	\$ 3,382.38	\$ 223,785.63
68	\$ 5,193.85	\$ 1,784.50	\$ 3,409.35	\$ 220,376.28
69	\$ 5,193.85	\$ 1,757.31	\$ 3,436.54	\$ 216,939.74
70	\$ 5,193.85	\$ 1,729.91	\$ 3,463.94	\$ 213,475.80
71	\$ 5,193.85	\$ 1,702.29	\$ 3,491.56	\$ 209,984.24
72	\$ 5,193.85	\$ 1,674.44	\$ 3,519.40	\$ 206,464.84
73	\$ 5,193.85	\$ 1,646.38	\$ 3,547.47	\$ 202,917.37
74	\$ 5,193.85	\$ 1,618.09	\$ 3,575.76	\$ 199,341.62
75	\$ 5,193.85	\$ 1,589.58	\$ 3,604.27	\$ 195,737.35
76	\$ 5,193.85	\$ 1,560.84	\$ 3,633.01	\$ 192,104.34
77	\$ 5,193.85	\$ 1,531.87	\$ 3,661.98	\$ 188,442.36
78	\$ 5,193.85	\$ 1,502.67	\$ 3,691.18	\$ 184,751.17
79	\$ 5,193.85	\$ 1,473.23	\$ 3,720.62	\$ 181,030.56

80	\$ 5,193.85	\$ 1,443.56	\$ 3,750.28	\$ 177,280.28
81	\$ 5,193.85	\$ 1,413.66	\$ 3,780.19	\$ 173,500.09
82	\$ 5,193.85	\$ 1,383.51	\$ 3,810.33	\$ 169,689.75
83	\$ 5,193.85	\$ 1,353.13	\$ 3,840.72	\$ 165,849.04
84	\$ 5,193.85	\$ 1,322.50	\$ 3,871.34	\$ 161,977.69
85	\$ 5,193.85	\$ 1,291.63	\$ 3,902.21	\$ 158,075.48
86	\$ 5,193.85	\$ 1,260.52	\$ 3,933.33	\$ 154,142.15
87	\$ 5,193.85	\$ 1,229.15	\$ 3,964.70	\$ 150,177.45
88	\$ 5,193.85	\$ 1,197.54	\$ 3,996.31	\$ 146,181.14
89	\$ 5,193.85	\$ 1,165.67	\$ 4,028.18	\$ 142,152.96
90	\$ 5,193.85	\$ 1,133.55	\$ 4,060.30	\$ 138,092.66
91	\$ 5,193.85	\$ 1,101.17	\$ 4,092.68	\$ 133,999.99
92	\$ 5,193.85	\$ 1,068.53	\$ 4,125.31	\$ 129,874.68
93	\$ 5,193.85	\$ 1,035.64	\$ 4,158.21	\$ 125,716.47
94	\$ 5,193.85	\$ 1,002.48	\$ 4,191.37	\$ 121,525.10
95	\$ 5,193.85	\$ 969.06	\$ 4,224.79	\$ 117,300.31
96	\$ 5,193.85	\$ 935.37	\$ 4,258.48	\$ 113,041.83
97	\$ 5,193.85	\$ 901.41	\$ 4,292.44	\$ 108,749.40
98	\$ 5,193.85	\$ 867.18	\$ 4,326.66	\$ 104,422.73
99	\$ 5,193.85	\$ 832.68	\$ 4,361.17	\$ 100,061.57
100	\$ 5,193.85	\$ 797.91	\$ 4,395.94	\$ 95,665.63
101	\$ 5,193.85	\$ 762.85	\$ 4,431.00	\$ 91,234.63
102	\$ 5,193.85	\$ 727.52	\$ 4,466.33	\$ 86,768.30
103	\$ 5,193.85	\$ 691.90	\$ 4,501.94	\$ 82,266.36
104	\$ 5,193.85	\$ 656.00	\$ 4,537.84	\$ 77,728.51
105	\$ 5,193.85	\$ 619.82	\$ 4,574.03	\$ 73,154.49
106	\$ 5,193.85	\$ 583.34	\$ 4,610.50	\$ 68,543.98
107	\$ 5,193.85	\$ 546.58	\$ 4,647.27	\$ 63,896.71
108	\$ 5,193.85	\$ 509.52	\$ 4,684.33	\$ 59,212.39
109	\$ 5,193.85	\$ 472.17	\$ 4,721.68	\$ 54,490.71
110	\$ 5,193.85	\$ 434.52	\$ 4,759.33	\$ 49,731.38
111	\$ 5,193.85	\$ 396.57	\$ 4,797.28	\$ 44,934.10
112	\$ 5,193.85	\$ 358.31	\$ 4,835.54	\$ 40,098.56
113	\$ 5,193.85	\$ 319.75	\$ 4,874.10	\$ 35,224.47
114	\$ 5,193.85	\$ 280.88	\$ 4,912.96	\$ 30,311.50
115	\$ 5,193.85	\$ 241.71	\$ 4,952.14	\$ 25,359.37
116	\$ 5,193.85	\$ 202.22	\$ 4,991.63	\$ 20,367.74
117	\$ 5,193.85	\$ 162.42	\$ 5,031.43	\$ 15,336.31
118	\$ 5,193.85	\$ 122.29	\$ 5,071.55	\$ 10,264.75
119	\$ 5,193.85	\$ 81.85	\$ 5,111.99	\$ 5,152.76
120	\$ 5,193.85	\$ 41.09	\$ 5,152.76	\$ 0.00

Elaboración: La autora

En el gráfico no es posible precisar el monto de intereses pagaderos en el año, se detalla a continuación la suma de los intereses anuales que servirán para citar los valores en el análisis de gastos por intereses financieros.

Tabla 43: Resumen de intereses

<b>Año</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>
1	\$ 37,214.33	\$ 25,111.83
2	\$ 34,703.15	\$ 27,623.02
3	\$ 31,940.85	\$ 30,385.32
4	\$ 28,902.31	\$ 33,423.85
5	\$ 25,559.93	\$ 36,766.24
6	\$ 21,883.31	\$ 40,442.86
7	\$ 17,839.02	\$ 44,487.14
8	\$ 13,390.30	\$ 48,935.86
9	\$ 8,496.72	\$ 53,829.44
10	\$ 3,113.77	\$ 59,212.39
	<b>\$ 223,043.69</b>	<b>\$ 400,217.95</b>

Elaboración: La autora

### 5.1.3 INGRESOS DEL PROYECTO

Para el presente análisis se detalla a continuación las características que se han considerado para las proyecciones de ingresos de los próximos diez años:

- Las ventas se han estimado de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto, es decir que para el primer año de funcionamiento se prevé un 60% de ocupación plena de clientes.
- El número de entradas y membresías para el primer año corresponde a multiplicar la capacidad instalada por el número de días laborables por el 60%. Como resultado se esperan 1656 personas al mes.
- Los ingresos del restaurante estarán dados por un 80% de clientes que se estima efectivamente se servirán alimentos en el interior del complejo turístico. El bar por su naturaleza contará con menos mesas que un restaurante por lo que se calcula la venta de piqueos de 288 platos al mes.
- El alquiler del salón de eventos se estima ventas por dos veces a la semana.
- Los valores de los precios van cambiando conforme el tiempo afectados por la inflación anual de 4.87%.
- Las cantidades de las ventas a partir del segundo año se ven referenciadas por el crecimiento económico anual de las actividades en un 2.1% para este tipo de servicios turísticos que según él (INEC, 2010) determinó para la ciudad de Machala.

Tabla 44: Proyección de Ingresos del Proyecto

INGRESOS POR VENTAS										
DETALLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESO POR ENTRADAS</b>										
PRECIO PROMEDIO	\$ 14.00	\$ 14.68	\$ 15.40	\$ 16.15	\$ 16.93	\$ 17.76	\$ 18.62	\$ 19.53	\$ 20.48	\$ 21.48
ADULTOS	13680	13967	14261	14560	14866	15178	15497	15822	16154	16494
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 191,520.00</b>	<b>\$ 205,064.81</b>	<b>\$ 219,567.55</b>	<b>\$ 235,095.96</b>	<b>\$ 251,722.58</b>	<b>\$ 269,525.08</b>	<b>\$ 288,586.62</b>	<b>\$ 308,996.25</b>	<b>\$ 330,849.30</b>	<b>\$ 354,247.85</b>
PRECIO PROMEDIO	\$ 8.00	\$ 8.39	\$ 8.80	\$ 9.23	\$ 9.68	\$ 10.15	\$ 10.64	\$ 11.16	\$ 11.70	\$ 12.27
NIÑOS	2880	2940	3002	3065	3130	3195	3262	3331	3401	3472
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 23,040.00</b>	<b>\$ 24,669.45</b>	<b>\$ 26,414.14</b>	<b>\$ 28,282.22</b>	<b>\$ 30,282.42</b>	<b>\$ 32,424.07</b>	<b>\$ 34,717.19</b>	<b>\$ 37,172.48</b>	<b>\$ 39,801.42</b>	<b>\$ 42,616.28</b>
<b>INGRESO SALA EVENTOS</b>										
PRECIO SALON EVENTOS	\$ 380.00	\$ 398.51	\$ 417.91	\$ 438.27	\$ 459.61	\$ 481.99	\$ 505.47	\$ 530.08	\$ 555.90	\$ 582.97
CANTIDAD PROMEDIO	96	98	100	102	104	107	109	111	113	116
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 36,480.00</b>	<b>\$ 39,059.96</b>	<b>\$ 41,822.39</b>	<b>\$ 44,780.18</b>	<b>\$ 47,947.16</b>	<b>\$ 51,338.11</b>	<b>\$ 54,968.88</b>	<b>\$ 58,856.43</b>	<b>\$ 63,018.91</b>	<b>\$ 67,475.78</b>
<b>INGRESO MEMBRESIAS</b>										
PRECIO POR M.ADULTOS	\$ 48.00	\$ 50.34	\$ 52.79	\$ 55.36	\$ 58.06	\$ 60.88	\$ 63.85	\$ 66.96	\$ 70.22	\$ 73.64
ADULTOS	2736	2793	2852	2912	2973	3036	3099	3164	3231	3299
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 131,328.00</b>	<b>\$ 140,615.87</b>	<b>\$ 150,560.60</b>	<b>\$ 161,208.66</b>	<b>\$ 172,609.77</b>	<b>\$ 184,817.20</b>	<b>\$ 197,887.97</b>	<b>\$ 211,883.14</b>	<b>\$ 226,868.09</b>	<b>\$ 242,912.81</b>
PRECIO POR M. NIÑOS	\$ 40.00	\$ 41.95	\$ 43.99	\$ 46.13	\$ 48.38	\$ 50.74	\$ 53.21	\$ 55.80	\$ 58.52	\$ 61.37
NIÑOS	576	588	600	613	626	639	652	666	680	694
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 23,040.00</b>	<b>\$ 24,669.45</b>	<b>\$ 26,414.14</b>	<b>\$ 28,282.22</b>	<b>\$ 30,282.42</b>	<b>\$ 32,424.07</b>	<b>\$ 34,717.19</b>	<b>\$ 37,172.48</b>	<b>\$ 39,801.42</b>	<b>\$ 42,616.28</b>
<b>INGRESO RESTAURANTE</b>										
PRECIO PROMEDIO	\$ 4.00	\$ 4.19	\$ 4.40	\$ 4.61	\$ 4.84	\$ 5.07	\$ 5.32	\$ 5.58	\$ 5.85	\$ 6.14
COMIDA	15898	16231	16572	16920	17276	17638	18009	18387	18773	19167
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 63,590.40</b>	<b>\$ 68,087.68</b>	<b>\$ 72,903.03</b>	<b>\$ 78,058.93</b>	<b>\$ 83,579.47</b>	<b>\$ 89,490.43</b>	<b>\$ 95,819.44</b>	<b>\$ 102,596.05</b>	<b>\$ 109,851.92</b>	<b>\$ 117,620.94</b>
PRECIO PROMEDIO	\$ 2.00	\$ 2.10	\$ 2.20	\$ 2.31	\$ 2.42	\$ 2.54	\$ 2.66	\$ 2.79	\$ 2.93	\$ 3.07
BEBIDA	15898	16231	16572	16920	17276	17638	18009	18387	18773	19167
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 31,795.20</b>	<b>\$ 34,043.84</b>	<b>\$ 36,451.51</b>	<b>\$ 39,029.46</b>	<b>\$ 41,789.73</b>	<b>\$ 44,745.22</b>	<b>\$ 47,909.72</b>	<b>\$ 51,298.02</b>	<b>\$ 54,925.96</b>	<b>\$ 58,810.47</b>
<b>INGRESO BAR</b>										
PRECIO PROMEDIO	\$ 4.00	\$ 4.19	\$ 4.28	\$ 4.37	\$ 4.46	\$ 4.56	\$ 4.65	\$ 4.75	\$ 4.85	\$ 4.95
COMIDA-PIQUEOS	3456	3529	3603	3678	3756	3834	3915	3997	4081	4167
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 13,824.00</b>	<b>\$ 14,801.67</b>	<b>\$ 15,429.87</b>	<b>\$ 16,084.73</b>	<b>\$ 16,767.38</b>	<b>\$ 17,479.00</b>	<b>\$ 18,220.83</b>	<b>\$ 18,994.14</b>	<b>\$ 19,800.27</b>	<b>\$ 20,640.61</b>
<b>TOTAL INGRESOS:</b>	<b>\$ 514,617.60</b>	<b>\$ 551,012.75</b>	<b>\$ 589,563.24</b>	<b>\$ 630,822.36</b>	<b>\$ 674,980.92</b>	<b>\$ 722,243.18</b>	<b>\$ 772,827.83</b>	<b>\$ 826,968.99</b>	<b>\$ 884,917.28</b>	<b>\$ 946,941.03</b>

Elaboración: La autora

## 5.1.4 DETALLE DE GASTOS

### 5.1.4.1 Depreciaciones y amortizaciones

Las depreciaciones son aplicables únicamente a los activos fijos cuyo valor comercial se va desgastando con el tiempo, las amortizaciones se extienden a las recargas anuales que se realizan para recuperar la inversión en gastos pre pagados. Para el cálculo del valor por depreciación se ha tomado en cuenta los porcentajes anuales que dispone la Ley de Régimen Tributario Interno del Servicio de Rentas Internas sobre el manejo de gastos deducibles. Estos son:

*Tabla 45: Porcentajes de depreciaciones Activos fijos*

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.

FUENTE: S.R.I.

Tabla 46: Depreciación de activos fijos

Activos depreciables	Valor	Porcentaje(SRI)	Anual
EDIFICIOS	\$ 569,670.00	5%	\$ 28,483.50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,640.00	10%	\$ 164.00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1,276.00	10%	\$ 127.60
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3,388.00	33%	\$ 1,118.04
MAQUINARIA	\$ 41,617.80	10%	\$ 4,161.78
MENAJE Y EQUIPOS	\$ 38,943.10	10%	\$ 3,894.31
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 37,949.23</b>

Elaboración: La autora

Tabla 47: Amortización Gastos de Constitución

Activo Diferido	Valor	%	Anual	Mensual
Gastos de constitución	\$ 2,358.76	20%	\$ 471.75	\$ 39.31
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 471.75</b>	<b>\$ 39.31</b>

Elaboración: La autora

### 5.1.4.2 Proyección de sueldos del equipo de trabajo

Como se puede distinguir se ha dividido al personal en administrativo y personal de apoyo indispensable para el normal funcionamiento del complejo turístico. Se especifica tanto los sueldos para el primer año como para el segundo donde se incluye el pago de fondos de reserva.

Tabla 48. Rol de Pagos

Cargo	R. Mensual	R. Anual	Aporte IESS 9.45%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos Reserva	NETO A PAGAR	TOTAL AL MES	NETO A PAGAR 2º AÑO
GERENTE GENERAL	\$ 750.00	\$ 9,000.00	\$ 850.50	\$ 750.00	\$ 354.00	\$ 375.00	\$ 750.00	\$ 9,628.50	\$ 802.38	\$ 10,378.50
ADMINISTRADOR	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 680.40	\$ 600.00	\$ 354.00	\$ 300.00	\$ 600.00	\$ 7,773.60	\$ 647.80	\$ 8,373.60
CONTADOR	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 680.40	\$ 600.00	\$ 354.00	\$ 300.00	\$ 600.00	\$ 7,773.60	\$ 647.80	\$ 8,373.60
R.PUBLICO	\$ 460.00	\$ 5,520.00	\$ 521.64	\$ 460.00	\$ 354.00	\$ 230.00	\$ 460.00	\$ 6,042.36	\$ 503.53	\$ 6,502.36
CAJERO(A)	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
SALVAVIDAS	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
CHEF	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ 510.30	\$ 450.00	\$ 354.00	\$ 225.00	\$ 450.00	\$ 5,918.70	\$ 493.23	\$ 6,368.70
AYUDANTE DE COCINA	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
RESPONSABLE BAR	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
MESERO	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
LIMPIEZA	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
MANTENIMIENTO	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
GUARDIA	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 401.44	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 4,731.56	\$ 394.30	\$ 5,085.56
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 5,692.00</b>	<b>\$ 68,304.00</b>	<b>\$ 6,454.73</b>	<b>\$ 5,692.00</b>	<b>\$ 4,602.00</b>	<b>\$ 2,846.00</b>	<b>\$ 5,692.00</b>	<b>\$ 74,989.27</b>	<b>\$ 6,249.11</b>	<b>\$ 80,681.27</b>

Elaboración: La autora

### 5.1.4.3 Otros gastos generales del proyecto

Es necesario estimar los valores por concepto de pago por sueldos administrativos, servicios básicos, seguros, útiles de oficina y por publicidad, para el efecto se han tomado en cuenta los rubros más esenciales para el normal funcionamiento de la empresa.

En los siguientes cuadros se hace visible el desglose por concepto de publicidad y útiles de oficina que se incluyen también en el cuadro general de gastos.

Tabla 49: Publicidad y propaganda

Concepto	Gasto Mensual	Gasto Anual
Volantes 1000 hojas full color	\$8.66	\$81.24
Anuncios periódico y pequeñas	\$8.00	\$96.00
Página web		\$654.00
Banners publicitarios		\$216.00
Manillas distintivas		\$41.89
<b>TOTAL:</b>		\$1089.13

Elaboración: La autora

Tabla 50: Suministros de Oficina

Concepto	Gastos Mensual	Gasto Anual
Carpetas, cajas de lapiceros, marcadores, lápices, rollos de sumadora, papelería, etc.	\$132.00	\$1584.00
<b>TOTAL:</b>		\$1584.00

Elaboración: La autora

Tabla 51: Proyección de Gastos

PROYECCION ANUAL DE GASTOS										
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 68,484.97</b>	<b>\$ 70,673.03</b>	<b>\$ 72,243.70</b>	<b>\$ 72,681.80</b>	<b>\$ 74,309.58</b>	<b>\$ 75,540.55</b>	<b>\$ 77,321.67</b>	<b>\$ 79,184.79</b>	<b>\$ 81,133.70</b>	<b>\$ 83,172.35</b>
Sueldos del Personal Administrativo	\$ 25,175.70	\$ 27,125.70	\$ 28,446.72	\$ 29,741.05	\$ 31,094.27	\$ 32,509.05	\$ 33,988.22	\$ 35,534.68	\$ 37,151.51	\$ 38,841.90
Servicios Basicos	\$ 2,381.52	\$ 2,497.50	\$ 2,619.13	\$ 2,746.68	\$ 2,880.44	\$ 3,020.72	\$ 3,167.83	\$ 3,322.10	\$ 3,483.89	\$ 3,653.55
Seguros	\$ 922.77	\$ 967.71	\$ 1,014.84	\$ 1,064.26	\$ 1,116.09	\$ 1,170.44	\$ 1,227.44	\$ 1,287.22	\$ 1,349.91	\$ 1,415.65
Suministros de Oficina	\$ 1,584.00	\$ 1,661.14	\$ 1,742.04	\$ 1,826.88	\$ 1,915.84	\$ 2,009.15	\$ 2,106.99	\$ 2,209.60	\$ 2,317.21	\$ 2,430.06
Depreciaciones de activos fijos	\$ 37,949.23	\$ 37,949.23	\$ 37,949.23	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19	\$ 36,831.19
Amortizacion Gastos de Contitucion	\$ 471.75	\$ 471.75	\$ 471.75	\$ 471.75	\$ 471.75	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 1,089.13</b>	<b>\$ 1,142.17</b>	<b>\$ 1,197.79</b>	<b>\$ 1,256.13</b>	<b>\$ 1,317.30</b>	<b>\$ 1,381.45</b>	<b>\$ 1,448.73</b>	<b>\$ 1,519.28</b>	<b>\$ 1,593.27</b>	<b>\$ 1,670.86</b>
Publicidad y propaganda	\$ 1,089.13	\$ 1,142.17	\$ 1,197.79	\$ 1,256.13	\$ 1,317.30	\$ 1,381.45	\$ 1,448.73	\$ 1,519.28	\$ 1,593.27	\$ 1,670.86
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 37,214.33</b>	<b>\$ 34,703.15</b>	<b>\$ 31,940.85</b>	<b>\$ 28,902.31</b>	<b>\$ 25,559.93</b>	<b>\$ 21,883.31</b>	<b>\$ 17,839.02</b>	<b>\$ 13,390.30</b>	<b>\$ 8,496.72</b>	<b>\$ 3,113.77</b>
Intereses financieros	\$ 37,214.33	\$ 34,703.15	\$ 31,940.85	\$ 28,902.31	\$ 25,559.93	\$ 21,883.31	\$ 17,839.02	\$ 13,390.30	\$ 8,496.72	\$ 3,113.77
<b>(=)TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 106,788.43</b>	<b>\$ 106,518.35</b>	<b>\$ 105,382.35</b>	<b>\$ 102,840.24</b>	<b>\$ 101,186.81</b>	<b>\$ 98,805.32</b>	<b>\$ 96,609.42</b>	<b>\$ 94,094.38</b>	<b>\$ 91,223.70</b>	<b>\$ 87,956.98</b>

Elaboración: La autora

## 5.1.5 COSTOS GENERALES DEL PROYECTO

En el siguiente cuadro se realiza una exposición completa de los costos anuales proyectados para los diez años del proyecto. Se detalla la Materia Prima a utilizar, los costos directos de fabricación necesarios para las piscinas. Los valores pertenecen a los citados en el estudio anterior.

### 5.1.5.1 Detalle de los costos proyectados

Tabla 52: Costos proyectados para el primer año

<b>ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PARA PRIMER AÑO</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTOS</b>	
	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
MATERIA PRIMA		\$ 43,785.00
MATERIALES DIRECTOS		\$ 3,432.00
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 49,813.57
<b>SUBTOTALES</b>		<b>\$ 97,030.57</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
SUELDOS		\$ 25,175.70
SEGUROS		\$ 922.77
UTILES OFICINA		\$ 1,584.00
SERVICIOS BASICOS		\$ 2,381.52
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ 37,949.23	
AMORTIZACIONES GASTOS CONSTITUCIÓN	\$471.75	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		\$ 1,089.13
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
<b>INTERESES</b>		\$ 37214.33
<b>(=)COSTO DE VENTAS</b>		<b>\$ 203.819.00</b>

Elaboración: La autora

Tabla 53: Proyección de Costos

PROYECCION ANUAL DE COSTOS DE PRODUCCION										
RUBRO	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Materia Prima</b>	<b>\$ 43,785.00</b>	<b>\$ 45,917.33</b>	<b>\$ 48,153.50</b>	<b>\$ 50,498.58</b>	<b>\$ 52,957.86</b>	<b>\$ 55,536.91</b>	<b>\$ 58,241.56</b>	<b>\$ 61,077.92</b>	<b>\$ 64,052.41</b>	<b>\$ 67,171.77</b>
Varios	\$ 43,785.00	\$ 45,917.33	\$ 48,153.50	\$ 50,498.58	\$ 52,957.86	\$ 55,536.91	\$ 58,241.56	\$ 61,077.92	\$ 64,052.41	\$ 67,171.77
<b>Materiales Directos</b>	<b>\$ 3,432.00</b>	<b>\$ 3,599.14</b>	<b>\$ 3,774.42</b>	<b>\$ 3,958.23</b>	<b>\$ 4,151.00</b>	<b>\$ 4,353.15</b>	<b>\$ 4,565.15</b>	<b>\$ 4,787.47</b>	<b>\$ 5,020.62</b>	<b>\$ 5,265.13</b>
Varios	\$ 3,432.00	\$ 3,599.14	\$ 3,774.42	\$ 3,958.23	\$ 4,151.00	\$ 4,353.15	\$ 4,565.15	\$ 4,787.47	\$ 5,020.62	\$ 5,265.13
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>\$ 49,813.57</b>	<b>\$ 53,555.57</b>	<b>\$ 56,163.73</b>	<b>\$ 58,898.90</b>	<b>\$ 61,767.28</b>	<b>\$ 64,775.34</b>	<b>\$ 67,929.90</b>	<b>\$ 71,238.09</b>	<b>\$ 74,707.39</b>	<b>\$ 78,345.64</b>
Publicista	\$ 6,042.36	\$ 6,502.36	\$ 6,819.02	\$ 7,151.11	\$ 7,499.37	\$ 7,864.59	\$ 8,247.60	\$ 8,649.25	\$ 9,070.47	\$ 9,512.20
Cajero	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Salvavidas	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Chef	\$ 5,918.70	\$ 6,368.70	\$ 6,678.86	\$ 7,004.12	\$ 7,345.22	\$ 7,702.93	\$ 8,078.06	\$ 8,471.46	\$ 8,884.02	\$ 9,316.67
Ayudante de cocina	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Responsable de Bar	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Mesero	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Personal de Limpieza	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Personal de Mantenimiento	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
Guardia	\$ 4,731.56	\$ 5,085.56	\$ 5,333.23	\$ 5,592.96	\$ 5,865.34	\$ 6,150.98	\$ 6,450.53	\$ 6,764.67	\$ 7,094.11	\$ 7,439.59
<b>TOTAL COSTOS PRODUCCION</b>	<b>\$ 97,030.57</b>	<b>\$ 103,072.04</b>	<b>\$ 108,091.65</b>	<b>\$ 113,355.71</b>	<b>\$ 118,876.13</b>	<b>\$ 124,665.40</b>	<b>\$ 130,736.61</b>	<b>\$ 137,103.48</b>	<b>\$ 143,780.42</b>	<b>\$ 150,782.53</b>

Elaboración: La autora

## 5.2 ESTADOS FINANCIEROS

### 5.2.1 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 54: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas Netas	\$ 514,617.60	\$ 551,012.75	\$ 589,563.24	\$ 630,822.36	\$ 674,980.92	\$ 722,243.18	\$ 772,827.83	\$ 826,968.99	\$ 884,917.28	\$ 946,941.03
(-)Costos de Produccion	\$ 97,030.57	\$ 103,072.04	\$ 108,091.65	\$ 113,355.71	\$ 118,876.13	\$ 124,665.40	\$ 130,736.61	\$ 137,103.48	\$ 143,780.42	\$ 150,782.53
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 417,587.03</b>	<b>\$ 447,940.71</b>	<b>\$ 481,471.59</b>	<b>\$ 517,466.65</b>	<b>\$ 556,104.78</b>	<b>\$ 597,577.78</b>	<b>\$ 642,091.22</b>	<b>\$ 689,865.51</b>	<b>\$ 741,136.86</b>	<b>\$ 796,158.51</b>
(-)Gastos de Administracion	\$ 68,484.97	\$ 70,673.03	\$ 72,243.70	\$ 72,681.80	\$ 74,309.58	\$ 75,540.55	\$ 77,321.67	\$ 79,184.79	\$ 81,133.70	\$ 83,172.35
(-)Gastos de Ventas	\$ 1,089.13	\$ 1,142.17	\$ 1,197.79	\$ 1,256.13	\$ 1,317.30	\$ 1,381.45	\$ 1,448.73	\$ 1,519.28	\$ 1,593.27	\$ 1,670.86
<b>(=)UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 348,012.93</b>	<b>\$ 376,125.51</b>	<b>\$ 408,030.09</b>	<b>\$ 443,528.72</b>	<b>\$ 480,477.90</b>	<b>\$ 520,655.77</b>	<b>\$ 563,320.83</b>	<b>\$ 609,161.43</b>	<b>\$ 658,409.88</b>	<b>\$ 711,315.29</b>
(-)Gastos Financieros	\$ 37,214.33	\$ 34,703.15	\$ 31,940.85	\$ 28,902.31	\$ 25,559.93	\$ 21,883.31	\$ 17,839.02	\$ 13,390.30	\$ 8,496.72	\$ 3,113.77
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 310,798.60</b>	<b>\$ 341,422.36</b>	<b>\$ 376,089.24</b>	<b>\$ 414,626.41</b>	<b>\$ 454,917.97</b>	<b>\$ 498,772.46</b>	<b>\$ 545,481.81</b>	<b>\$ 595,771.13</b>	<b>\$ 649,913.16</b>	<b>\$ 708,201.52</b>
15% Participacion Trabajadores	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70	\$ 74,815.87	\$ 81,822.27	\$ 89,365.67	\$ 97,486.97	\$ 106,230.23
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 264,178.81</b>	<b>\$ 290,209.00</b>	<b>\$ 319,675.86</b>	<b>\$ 352,432.45</b>	<b>\$ 386,680.28</b>	<b>\$ 423,956.59</b>	<b>\$ 463,659.53</b>	<b>\$ 506,405.46</b>	<b>\$ 552,426.19</b>	<b>\$ 601,971.29</b>
25% Impuesto Renta	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07	\$ 105,989.15	\$ 115,914.88	\$ 126,601.37	\$ 138,106.55	\$ 150,492.82
<b>(=) UTILIDAD NETA EJERCICIO</b>	<b>\$ 198,134.11</b>	<b>\$ 217,656.75</b>	<b>\$ 239,756.89</b>	<b>\$ 264,324.34</b>	<b>\$ 290,010.21</b>	<b>\$ 317,967.44</b>	<b>\$ 347,744.65</b>	<b>\$ 379,804.10</b>	<b>\$ 414,319.64</b>	<b>\$ 451,478.47</b>

Elaboración: La autora

## 5.2.2 FLUJO DEL EFECTIVO

Tabla 55: Flujo del Efectivo

FLUJO DEL EFECTIVO											
RUBROS	Inv. Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por ventas		\$ 514,617.60	\$ 551,012.75	\$ 589,563.24	\$ 630,822.36	\$ 674,980.92	\$ 722,243.18	\$ 772,827.83	\$ 826,968.99	\$ 884,917.28	\$ 946,941.03
<b>(-)Egresos del Efectivo</b>		<b>\$ 128,183.69</b>	<b>\$ 249,130.75</b>	<b>\$ 266,877.77</b>	<b>\$ 286,323.05</b>	<b>\$ 307,502.15</b>	<b>\$ 329,663.98</b>	<b>\$ 353,480.83</b>	<b>\$ 378,713.52</b>	<b>\$ 405,643.24</b>	<b>\$ 434,388.07</b>
Gastos de Produccion		\$ 97,030.57	\$ 103,072.04	\$ 108,091.65	\$ 113,355.71	\$ 118,876.13	\$ 124,665.40	\$ 130,736.61	\$ 137,103.48	\$ 143,780.42	\$ 150,782.53
Gastos Administrativos		\$ 30,063.99	\$ 32,252.05	\$ 33,822.72	\$ 35,378.86	\$ 37,006.64	\$ 38,709.36	\$ 40,490.48	\$ 42,353.60	\$ 44,302.51	\$ 46,341.16
Gastos de Ventas		\$ 1,089.13	\$ 1,142.17	\$ 1,197.79	\$ 1,256.13	\$ 1,317.30	\$ 1,381.45	\$ 1,448.73	\$ 1,519.28	\$ 1,593.27	\$ 1,670.86
15% Participacion Trabajadores		-	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70	\$ 74,815.87	\$ 81,822.27	\$ 89,365.67	\$ 97,486.97
25% Impuesto Renta		-	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07	\$ 105,989.15	\$ 115,914.88	\$ 126,601.37	\$ 138,106.55
<b>(=)FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 386,433.91</b>	<b>\$ 301,881.99</b>	<b>\$ 322,685.47</b>	<b>\$ 344,499.31</b>	<b>\$ 367,478.77</b>	<b>\$ 392,579.20</b>	<b>\$ 419,347.00</b>	<b>\$ 448,255.47</b>	<b>\$ 479,274.04</b>	<b>\$ 512,552.96</b>
<b>(-) FLUJO FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 62,326.16</b>									
(+)Pago de Prestamo		\$ 25,111.83	\$ 27,623.02	\$ 30,385.32	\$ 33,423.85	\$ 36,766.24	\$ 40,442.86	\$ 44,487.14	\$ 48,935.86	\$ 53,829.44	\$ 59,212.39
(+)Intereses		\$ 37,214.33	\$ 34,703.15	\$ 31,940.85	\$ 28,902.31	\$ 25,559.93	\$ 21,883.31	\$ 17,839.02	\$ 13,390.30	\$ 8,496.72	\$ 3,113.77
<b>(=)FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 1,000,544.91</b>	<b>\$ 324,107.75</b>	<b>\$ 239,555.83</b>	<b>\$ 260,359.30</b>	<b>\$ 282,173.15</b>	<b>\$ 305,152.60</b>	<b>\$ 330,253.03</b>	<b>\$ 357,020.84</b>	<b>\$ 385,929.31</b>	<b>\$ 416,947.88</b>	<b>\$ 450,226.80</b>

Elaboración: La autora

## 5.2.3 BALANCE SITUACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Tabla 56: Balance General proyectado para los primeros cinco años.

AQUA ZONE CIA. LTDA.					
BALANCE GENERAL					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CORRIENTES</b>					
CAJA	\$ 365,759.00	\$ 605,314.83	\$ 865,674.13	\$ 1,147,847.28	\$ 1,452,999.88
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 365,759.00</b>	<b>\$ 605,314.83</b>	<b>\$ 865,674.13</b>	<b>\$ 1,147,847.28</b>	<b>\$ 1,452,999.88</b>
<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>					
Terreno	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
Edificios	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00
Maquinarias	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80
Menaje y equipos	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10
Muebles y enseres	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00
Equipo computo	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00
Equipo oficina	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00
(-)Depreciacion Acumulada	-\$ 37,949.23	-\$ 75,898.46	-\$ 113,847.69	-\$ 150,678.88	-\$ 187,510.07
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 918,585.67</b>	<b>\$ 880,636.44</b>	<b>\$ 842,687.21</b>	<b>\$ 805,856.02</b>	<b>\$ 769,024.83</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>					
Gastos de constitucion	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76
(-)Amort.Gastos Const.	-\$ 471.75	-\$ 943.50	-\$ 1,415.25	-\$ 1,887.00	-\$ 2,358.76
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1,887.01</b>	<b>\$ 1,415.26</b>	<b>\$ 943.51</b>	<b>\$ 471.76</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 1,286,231.68</b>	<b>\$ 1,487,366.53</b>	<b>\$ 1,709,304.85</b>	<b>\$ 1,954,175.06</b>	<b>\$ 2,222,024.71</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>CORRIENTES</b>					
Participacion Trabajadores	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70
25%Impuesto Renta	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07
<b>TOTAL DE PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 112,664.49</b>	<b>\$ 123,765.60</b>	<b>\$ 136,332.35</b>	<b>\$ 150,302.07</b>	<b>\$ 164,907.76</b>
<b>NO CORRIENTE</b>					
Prestamo por pagar	\$ 375,106.12	\$ 347,483.10	\$ 317,097.78	\$ 283,673.93	\$ 246,907.70
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 375,106.12</b>	<b>\$ 347,483.10</b>	<b>\$ 317,097.78</b>	<b>\$ 283,673.93</b>	<b>\$ 246,907.70</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 487,770.61</b>	<b>\$ 471,248.70</b>	<b>\$ 453,430.13</b>	<b>\$ 433,976.01</b>	<b>\$ 411,815.46</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
<b>CAPITAL</b>					
Capital social	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96
Utilidad del ejercicio	\$ 198,134.11	\$ 217,656.75	\$ 239,756.89	\$ 264,324.34	\$ 290,010.20
Utilidades retenidas	-	\$ 198,134.11	\$ 415,790.86	\$ 655,547.75	\$ 919,872.09
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 798,461.07</b>	<b>\$ 1,016,117.82</b>	<b>\$ 1,255,874.71</b>	<b>\$ 1,520,199.05</b>	<b>\$ 1,810,209.25</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 1,286,231.68</b>	<b>\$ 1,487,366.53</b>	<b>\$ 1,709,304.85</b>	<b>\$ 1,954,175.06</b>	<b>\$ 2,222,024.71</b>

Elaboración: La autora

Tabla 57: Balance General proyectado para diez años.

"AQUA ZONE CIA. LTDA."										
BALANCE SITUACION FINAL										
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>CORRIENTES</b>										
CAJA	\$ 365,759.00	\$ 605,314.83	\$ 865,674.13	\$ 1,147,847.28	\$ 1,452,999.88	\$ 1,783,252.92	\$ 2,140,273.76	\$ 2,526,203.06	\$ 2,943,150.94	\$ 3,393,377.74
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 365,759.00	\$ 605,314.83	\$ 865,674.13	\$ 1,147,847.28	\$ 1,452,999.88	\$ 1,783,252.92	\$ 2,140,273.76	\$ 2,526,203.06	\$ 2,943,150.94	\$ 3,393,377.74
<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>										
Terreno	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
Edificios	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00	\$ 569,670.00
Maquinarias	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80	\$ 41,617.80
Manejo y equipos	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10	\$ 38,943.10
Muebles y enseres	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00
Equipo computo	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00	\$ 3,388.00
Equipo oficina	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00	\$ 1,276.00
(-)Depreciacion Acumulada	-\$ 37,949.23	-\$ 75,898.46	-\$ 113,847.69	-\$ 150,678.88	-\$ 187,510.07	-\$ 224,341.26	-\$ 261,172.45	-\$ 298,003.64	-\$ 334,834.83	-\$ 371,666.02
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 918,585.67	\$ 880,636.44	\$ 842,687.21	\$ 805,856.02	\$ 769,024.83	\$ 732,193.64	\$ 695,362.45	\$ 658,531.26	\$ 621,700.07	\$ 584,868.88
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>										
Gastos de constitucion	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 2,358.76	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(-)Amort.Gastos Const.	-\$ 471.75	-\$ 943.50	-\$ 1,415.25	-\$ 1,887.00	-\$ 2,358.76	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 1,887.01	\$ 1,415.26	\$ 943.51	\$ 471.76	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	\$ 1,286,231.68	\$ 1,487,366.53	\$ 1,709,304.85	\$ 1,954,175.06	\$ 2,222,024.71	\$ 2,515,446.56	\$ 2,835,636.21	\$ 3,184,734.32	\$ 3,564,851.01	\$ 3,978,246.62
<b>PASIVOS</b>										
<b>CORRIENTES</b>										
Participacion Trabajadores	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70	\$ 74,815.87	\$ 81,822.27	\$ 89,365.67	\$ 97,486.97	\$ 106,230.23
25%Impuesto Renta	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07	\$ 105,989.15	\$ 115,914.88	\$ 126,601.37	\$ 138,106.55	\$ 150,492.82
<b>TOTAL DE PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 112,664.49	\$ 123,765.60	\$ 136,332.35	\$ 150,302.07	\$ 164,907.76	\$ 180,805.02	\$ 197,737.15	\$ 215,967.03	\$ 235,593.52	\$ 256,723.05
<b>NO CORRIENTE</b>										
Prestamo por pagar	\$ 375,106.12	\$ 347,483.10	\$ 317,097.78	\$ 283,673.93	\$ 246,907.70	\$ 206,464.84	\$ 161,977.69	\$ 113,041.83	\$ 59,212.39	-
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$ 375,106.12	\$ 347,483.10	\$ 317,097.78	\$ 283,673.93	\$ 246,907.70	\$ 206,464.84	\$ 161,977.69	\$ 113,041.83	\$ 59,212.39	\$ 0.00
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	\$ 487,770.61	\$ 471,248.70	\$ 453,430.13	\$ 433,976.01	\$ 411,815.46	\$ 387,269.86	\$ 359,714.85	\$ 329,008.86	\$ 294,805.91	\$ 256,723.05
<b>PATRIMONIO</b>										
<b>CAPITAL</b>										
Capital social	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96	\$ 600,326.96
Utilidad del ejercicio	\$ 198,134.11	\$ 217,656.75	\$ 239,756.89	\$ 264,324.34	\$ 290,010.20	\$ 317,967.45	\$ 347,744.66	\$ 379,804.10	\$ 414,319.64	\$ 451,478.47
Utilidades retenidas	-	\$ 198,134.11	\$ 415,790.86	\$ 655,547.75	\$ 919,872.09	\$ 1,209,882.29	\$ 1,527,849.74	\$ 1,875,594.40	\$ 2,255,398.50	\$ 2,669,718.14
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 798,461.07	\$ 1,016,117.82	\$ 1,255,874.71	\$ 1,520,199.05	\$ 1,810,209.25	\$ 2,128,176.70	\$ 2,475,921.36	\$ 2,855,725.46	\$ 3,270,045.10	\$ 3,721,523.57
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 1,286,231.68	\$ 1,487,366.53	\$ 1,709,304.85	\$ 1,954,175.06	\$ 2,222,024.71	\$ 2,515,446.56	\$ 2,835,636.21	\$ 3,184,734.32	\$ 3,564,851.01	\$ 3,978,246.62

Elaboración: La autora

## 5.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA

### 5.3.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para determinar que la presente propuesta es considerada económicamente rentable se procede a calcular mediante las siguientes herramientas los principales indicadores económicos cuyo objetivo generalmente es una evaluación de los flujos del dinero a través de los años de vida útil del proyecto, estas permitirán asegurar o no ganancias económicas por las posibles inversiones. La definición que Baca Urbina (2012), manifiesta acerca del valor presente neto indica que es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial es decir compara las ganancias contra los desembolsos en términos de este momento o tiempo cero. (pág. 182)

Pero esto no sería posible sino a través de una tasa porcentual donde se exprese todas las oportunidades de invertir en dicho proyecto es decir se ha determinado una tasa de descuento que evalúa la tasa de inflación, tasa activa, tasa pasiva y riesgo país.

Tasa Activa (BCE, 2015)= 8.70%x (Recursos de terceros)=8.70 x 40% =3.48%

Tasa Pasiva (BCE, 2015)=5.48%x (Recursos propios)= 5.48 x 60%= 3.28%

Tabla 58: Determinación Tasa de Descuento

Tasa Activa	3.48%
Tasa Pasiva	3.28%
Inflación	4.87%
Riesgo País	7.5%
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>19%</b>

Elaboración: La autora

Mediante la aplicación de la fórmula de cálculo de Excel se ha determinado el VAN que para este caso es mayor a cero exactamente \$348.170.06 dólares, lo que indica que el proyecto es aceptable.

Tabla 59: Valor Actual Neto

<b>0</b>	<b>I.INICIAL</b>	<b>-\$ 1,000,544.91</b>
1	2016	\$ 324,107.75
2	2017	\$ 239,555.83
3	2018	\$ 260,359.30
4	2019	\$ 282,173.15
5	2020	\$ 305,152.60
6	2021	\$ 330,253.03
7	2022	\$ 357,020.84
8	2023	\$ 385,929.31
9	2024	\$ 416,947.88
10	2025	\$ 450,226.80
<b>VAN</b>		<b>\$ 348,170.06</b>

Elaboración: La autora

### 5.3.2 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La tasa interna de retorno hace referencia a aquel porcentaje que iguala el VAN a cero. La suma flujos de efectivo descontados a la inversión inicial. Según la TIR la aceptación del proyecto debe darse si esta resulta mayor a la tasa de descuento que se emplea. (Baca Urbina, 2012, Pág.184)

Tabla 60: TIR

TIR	28%
-----	-----

Elaboración: la autora

Por lo tanto tenemos que la tasa interna de retorno, que demuestra una ganancia forzando el VAN a cero es igual al 28% mayor a la tasa de descuento empleada, lo que indica que el proyecto es rentable.

### 5.3.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PR)

El período de recuperación se define como el tiempo que tardara la inversión inicial en recuperarse de acuerdo al movimiento del efectivo anual.

Para lo que se ha realizado un cuadro en el que se detallan los flujos del efectivo anuales por diez años, se precisa que se alcanzará el objetivo en el cuarto año.

*Tabla 61: Período de Recuperación Inversión Inicial*

Nº	PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO EFECTIVO ACUM.
0		-\$ 1,000,544.91	-\$ 1,000,544.91
1	2016	\$ 324,107.75	-\$ 676,437.16
2	2017	\$ 239,555.83	-\$ 436,881.33
3	2018	\$ 260,359.30	-\$ 176,522.03
4	2019	\$ 282,173.15	\$ 105,651.12
5	2020	\$ 305,152.60	\$ 410,803.72
6	2021	\$ 330,253.03	\$ 741,056.76
7	2022	\$ 357,020.84	\$ 1,098,077.59
8	2023	\$ 385,929.31	\$ 1,484,006.90
9	2024	\$ 416,947.88	\$ 1,900,954.78
10	2025	\$ 450,226.80	\$ 2,351,181.58

Elaboración: La autora

### 5.3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

La evaluación económica del punto de equilibrio permite indicar el punto mínimo de producción que el proyecto debería de generar para ni perder ni ganar. (Baca Urbina, 2012, pag.149)

Para lo que se ha hecho uso de la siguiente fórmula que relaciona los costos fijos y variables con los ingresos.

Tabla 62: Punto de Equilibrio

<b>Punto de Equilibrio</b>	=	$\frac{\text{COSTOS FIJO}}{100\% - \% \text{COSTOS VARIABLES}}$	
<b>Punto de Equilibrio</b>	=	$\frac{106,788.43}{100\% - 18.85\%}$	= 131,593.87

Elaboración: La autora

**Costos fijos** (Gastos Totales)

\$106,788.43

**Costos Variables** (Costos de Ventas)

\$97,030.57

% (Costo de venta/ Ingresos)

18.85%

**Total en dólares para ni perder ni ganar:**

\$131,593.87

**5.3.5 RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO**

Esta correspondencia se estima mediante el valor actual neto y los recursos iniciales que se utilizarán para emprender la empresa, es decir que por cada dólar invertido se asume un beneficio de \$0.35 centavos, como se ve reflejado en la siguiente relación:

Tabla 63: Relación Beneficio/Costo

Valor actual neto	\$ 348,170.06
Inversión Inicial	\$ 1,000.544.91
<b>Beneficio/ costo</b>	<b>\$ 0.35</b>

Elaboración: La autora

### 5.3.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad ayudará a reflejar mediante el desarrollo de dos tipo de escenarios la relación que guarda el VAN y la TIR referente a los cambios que se puedan dar en el mercado y como estos afectarán a la empresa. Por lo antes expuesto se considera lo siguiente:

Tabla 64: Primer escenario

AUMENTO 10% INGRESOS	
TASA	19%
VAN	\$ 629,040.83
TIR	34%
B/C	\$ 0.63
PR	Al 4 año

Elaboración: La autora

Tabla 65: Segundo escenario

DISMINUCION 12% INGRESOS	
TASA	19%
VAN	\$ 40,697.21
TIR	20%
B/C	\$ 0.04
PR	Al 5 año

Elaboración: La autora

Como se puede apreciar existe un aumento del porcentaje del TIR, esto es un 34%, la relación beneficio- costo también es mayor como se muestra es de \$0.63 centavos de dólar, al aumentar los flujos de efectivo se ven afectados los valores totales.

No sucede lo mismo al disminuir los ingresos tal como se muestra en la segunda tabla, ya que también se reduce la TIR que en este caso es del 20%, en esta situación no se tiene un VAN negativo, lo que demuestra la sostenibilidad del proyecto para enfrentar este escenario sin embargo en un caso de que los ingresos sigan bajando se podrá evidenciar un VAN negativo. La inversión es recuperable al quinto año.

## CONCLUSIONES

Es preciso relacionar los objetivos inicialmente planteados para la desarrollo del presente proyecto de investigación con las conclusiones derivadas del mismo. Por tal razón se plantea a través de la siguiente tabla la consecución de cada uno de los objetivos particulares:

*Tabla 66: Tabla de Relación Objetivos-Conclusiones*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
Reconocer el mercado potencial del proyecto por medio de encuestas y el análisis de la demanda.	Los encuestados mostraron una favorable aceptación por la nueva propuesta. Se obtuvo una captación del 40% de asistencia los fines de semana por lo que se puede deducir aproximadamente 220 personas diarias como potenciales clientes.
Diseñar la estructura organizacional de la empresa. Que se dedicará a ofrecer un producto turístico enmarcado en la oferta de un conjunto de servicios que se complementan entre sí.	A través del análisis de importantes factores como la demanda y la disponibilidad de servicios básicos se resuelve que el tamaño y localización definidos son las más convenientes para la instalación de la empresa. Se definió el equipo humano óptimo para el inicio de las operaciones del complejo turístico.
Plantear la disponibilidad de recursos técnicos y costos del proyecto.	La disponibilidad y costo de las materias primas e insumos físicos dentro del territorio nacional hacen posible lograr el funcionamiento de todas las áreas con las que contará el complejo turístico.
Analizar el estudio financiero para determinar la rentabilidad económica del proyecto.	Se obtuvo el VAN del proyecto como indicador clave para una evaluación sustentable que es de \$348,170.06, TIR del 28% y un tiempo para el retorno de la inversión inicial de aproximadamente cuatro años.

Elaboración: La autora

## RECOMENDACIONES

- Para el proyecto se sugiere la puesta en marcha en el 2016, puesto que involucra la búsqueda de socios capitalistas así como también la obtención de los respectivos trámites y permisos necesarios.
- Crear campañas publicitarias rigurosas por lo menos dentro de los primeros meses del proyecto, esto ayudará a captar la atención y curiosidad de la gente, así como a brindar un servicio personalizado oportuno.
- Se incita también la visita a instituciones públicas y privadas para dar a conocer el centro turístico y sus promociones.
- No descuidar las instalaciones que deberán mantenerse limpias y en buen funcionamiento.
- Implementar en el futuro nuevos servicios con el fin de renovar y satisfacer a una mayor cantidad de clientes, esto podría ser la ejecución de una hostería.

## BIBLIOGRAFÍA

- *Compendio estadístico El Oro.* (2013). Obtenido de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Manlateral/R esultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Manlateral/R esultados-provinciales/el_oro.pdf)
- *Fasciculo de la Provincia de El Oro.* (2010). Obtenido de Ecuador en cifras:[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- *Fasciculo del cantón Machala.* (2001). Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/fasciculos-cantonales/>
- *Ficha Machala, El Oro.* (2010). Obtenido de Sistema Nacional de Informacion:[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FI CHAS%20F/0701\\_MACHALA\\_EL%20ORO.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FI CHAS%20F/0701_MACHALA_EL%20ORO.pdf)
- *Memorias Tecnicas de Machala.* (2013). Obtenido de SNI: [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDOT/IEE%202014/MAC HALA\\_50000/MEMORIAS%20TECNICAS/m\\_t\\_Machala\\_socioecono mico.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDOT/IEE%202014/MAC HALA_50000/MEMORIAS%20TECNICAS/m_t_Machala_socioecono mico.pdf)
- *Plan Estrategico Provincia de El Oro.* (2005-2016). Obtenido de SNI: [https://www.google.com.ec/?gfe\\_rd=cr&ei=EcXvVJXaH5LAqAXdjoDg BQ&gws\\_rd=ssl#q=una+provincia+que+nace+en+el+archipelago+de +jambeli+y+se+remota+hasta+alcanzar+las+estribaciones](https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=EcXvVJXaH5LAqAXdjoDg BQ&gws_rd=ssl#q=una+provincia+que+nace+en+el+archipelago+de +jambeli+y+se+remota+hasta+alcanzar+las+estribaciones)
- *Puerto Bolivar.* (Enero de 2015). Obtenido de CAMAE(Camara MaritimaEcuador):[http://www.camae.org/p%C3%A1ginas\\_noticias/Am pliacionPtos.html](http://www.camae.org/p%C3%A1ginas_noticias/Am pliacionPtos.html)
- *Crecimiento del Turismo.* (Mayo de 2015). Obtenido de El Ciudadano:<http://www.elciudadano.gob.ec/la-meta-del-sector-turistico-es-ser-la-primera-fuente-de-ingresos/>
- *Disposiciones generales del Seguro Social.* (2014). Obtenido de IESS:<http://www.iesg.gob.ec/documents/10162/2220562/Ley+de+S eguridad+Social>
- *Boletin de matrimonios y divorcios.* (2011). Obtenido de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Poblacion\\_y \\_Demografia/Matrimonios\\_Divorcios/Publicaciones/Anuario\\_Matrimoni os\\_y\\_Divorcios\\_2011.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Poblacion_y _Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimoni os_y_Divorcios_2011.pdf)
- *Codigo trabajo actualizado.* (2015). Obtenido de Ecuador Legal: <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/codigo-de-trabajo-actualizado/>
- *Fomento del Turismo.* (06 de Abril de 2015). Obtenido de NOTICIAS MINISTERIO DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD:

<http://www.produccion.gob.ec/gobierno-acuerda-alianza-publico-privada-en-beneficio-del-fomento-productivo-turistico/>

- *Funciones de la SuperIntendencia de Compañías.* (2010). Obtenido de SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/1a.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/1a.pdf)
- *Indicadores Economicos.* (Junio de 2015). Obtenido de BCE: <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- *Indice de Desarrollo Humano.* (24 de julio de 2014). Obtenido de Agencia de noticias Los Andes: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/onu-ecuador-consolida-indice-desarrollo-humano-perfila-pais-alto-progreso.html>
- *Indice de Desarrollo Humano segun la CAN.* (Abril de 2015). Obtenido de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/Ficha-T%C3%A9cnica-CAN-Abril-2015.pdf>
- *Inflacion.* (junio de 2015). Obtenido de Banco Central Ecuador: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201506.pdf>
- *Ley de Compañías.* (2011). Obtenido de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/51259443/LEY-DE-COMPANIAS-DEL-ECUADOR#scribd>
- *Ley de Turismo.* (2008). Obtenido de MINTUR: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- *Licencia Ambiental.* (2005). Obtenido de Firma Consultora Ecuador Ambiental: [www.ecuadorambiental.com](http://www.ecuadorambiental.com)
- *Licencia Anual Unica de Funcionamiento.* (2012). Obtenido de TramitesCiudadanos: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/mobile/tramite.php?cd=2556>
- *Turismo.* (2015). Obtenido de ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: <http://www2.unwto.org/es>
- *PIB.* (5 de Junio de 2015). Obtenido de Agencia de noticias Los Andes: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/economia-ecuador-crecera-19-2015-segun-ultimas-previsiones-banco-central.html>
- *PNGIDS ECUADOR.* (s.f.). Obtenido de MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE: <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- *Registro Turistico.* (2015). Obtenido de MINTUR: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registroidestablecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>

- *Reglamento de actividades turísticas.* (2004). Obtenido de MINTUR: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- *Reglamento General de la Ley de Turismo.* (2004). Obtenido de MINTUR: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- *Riesgo País.* (26 de FEBRERO de 2009). Obtenido de Revista Actibva: <http://www.actibva.com/magazine/actibva/riesgo-pais-que-es>
- *Turismo Sostenible.* (2005). Obtenido de Jornada de Turismo Sostenible Aragón: <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- *Turismo, Cultura y Desarrollo.* (2006). Obtenido de Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm#subir>
- Elaboración de diseño de planos. (2015). Obtenido de <http://www.floorplanner.com>
- Montoya H., & Trigo E. (2015). Motricidad Humana. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=IhIICQAAQBAJ&pg=PA17&dq=libro+motricidad+humana&hl=es419&sa=X&ved=0CCsQ6wEwAmoVChMI4YTA\\_aWhxwIVxCYeCh30vgYe#v=onepage&q=libro%20motricidad%20humana&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=IhIICQAAQBAJ&pg=PA17&dq=libro+motricidad+humana&hl=es419&sa=X&ved=0CCsQ6wEwAmoVChMI4YTA_aWhxwIVxCYeCh30vgYe#v=onepage&q=libro%20motricidad%20humana&f=false)
- Samiengo, P. (2012). Racking Anual de Gestion . *Gestion*, 117.
- Sampierini, R. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. MC GRAW HILL.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2012). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. McGraw-Hill.
- Rodriguez Moguel, E. (2005). *Metodologia de la Investigacion*. Recuperado de Coleccion de Hector Merino Rodriguez: [https://books.google.com.co/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing.Mexico.Pearson Education*.

## ANEXOS

### ANEXO 1

PRIMER ESCENARIO: 10% INCREMENTO DE INGRESOS											
FLUJO DEL EFECTIVO											
RUBROS	Inv. Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por ventas		\$ 566,079.36	\$ 606,114.02	\$ 648,519.56	\$ 693,904.60	\$ 742,479.01	\$ 794,467.50	\$ 850,110.62	\$ 909,665.89	\$ 973,409.01	\$ 1,041,635.14
<b>(-)Egresos del Efectivo</b>		<b>\$ 128,183.69</b>	<b>\$ 249,130.75</b>	<b>\$ 266,877.77</b>	<b>\$ 286,323.05</b>	<b>\$ 307,502.15</b>	<b>\$ 329,663.98</b>	<b>\$ 353,480.83</b>	<b>\$ 378,713.52</b>	<b>\$ 405,643.24</b>	<b>\$ 434,388.07</b>
Gastos de Produccion		\$ 97,030.57	\$ 103,072.04	\$ 108,091.65	\$ 113,355.71	\$ 118,876.13	\$ 124,665.40	\$ 130,736.61	\$ 137,103.48	\$ 143,780.42	\$ 150,782.53
Gastos Administrativos		\$ 30,063.99	\$ 32,252.05	\$ 33,822.72	\$ 35,378.86	\$ 37,006.64	\$ 38,709.36	\$ 40,490.48	\$ 42,353.60	\$ 44,302.51	\$ 46,341.16
Gastos de Ventas		\$ 1,089.13	\$ 1,142.17	\$ 1,197.79	\$ 1,256.13	\$ 1,317.30	\$ 1,381.45	\$ 1,448.73	\$ 1,519.28	\$ 1,593.27	\$ 1,670.86
15% Participacion Trabajadores		-	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70	\$ 74,815.87	\$ 81,822.27	\$ 89,365.67	\$ 97,486.97
25% Impuesto Renta		-	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07	\$ 105,989.15	\$ 115,914.88	\$ 126,601.37	\$ 138,106.55
<b>(=)FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 437,895.67</b>	<b>\$ 356,983.27</b>	<b>\$ 381,641.79</b>	<b>\$ 407,581.55</b>	<b>\$ 434,976.86</b>	<b>\$ 464,803.52</b>	<b>\$ 496,629.78</b>	<b>\$ 530,952.36</b>	<b>\$ 567,765.77</b>	<b>\$ 607,247.06</b>
<b>(-) FLUJO FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 62,326.16</b>									
(+)Pago de Prestamo		\$ 25,111.83	\$ 27,623.02	\$ 30,385.32	\$ 33,423.85	\$ 36,766.24	\$ 40,442.86	\$ 44,487.14	\$ 48,935.86	\$ 53,829.44	\$ 59,212.39
(+)Intereses		\$ 37,214.33	\$ 34,703.15	\$ 31,940.85	\$ 28,902.31	\$ 25,559.93	\$ 21,883.31	\$ 17,839.02	\$ 13,390.30	\$ 8,496.72	\$ 3,113.77
<b>(=)FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 1,000,544.91</b>	<b>\$ 375,569.51</b>	<b>\$ 294,657.10</b>	<b>\$ 319,315.63</b>	<b>\$ 345,255.38</b>	<b>\$ 372,650.70</b>	<b>\$ 402,477.35</b>	<b>\$ 434,303.62</b>	<b>\$ 468,626.20</b>	<b>\$ 505,439.61</b>	<b>\$ 544,920.90</b>

DISMINUCION DEL 12% DE LOS INGRESOS

<b>SEGUNDO ESCENARIO: DISMINUCIÓN 12% INGRESOS</b>											
<b>FLUJO DEL EFECTIVO</b>											
<b>RUBROS</b>	<b>Inv. Inicial</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Ingresos por ventas</b>		\$ 458,281.75	\$ 490,692.67	\$ 525,022.99	\$ 561,765.43	\$ 601,089.89	\$ 643,178.29	\$ 688,225.38	\$ 736,439.63	\$ 788,044.25	\$ 843,278.18
<b>(-)Egresos del Efectivo</b>		<b>\$ 128,183.69</b>	<b>\$ 249,130.75</b>	<b>\$ 266,877.77</b>	<b>\$ 286,323.05</b>	<b>\$ 307,502.15</b>	<b>\$ 329,663.98</b>	<b>\$ 353,480.83</b>	<b>\$ 378,713.52</b>	<b>\$ 405,643.24</b>	<b>\$ 434,388.07</b>
Gastos de Produccion		\$ 97,030.57	\$ 103,072.04	\$ 108,091.65	\$ 113,355.71	\$ 118,876.13	\$ 124,665.40	\$ 130,736.61	\$ 137,103.48	\$ 143,780.42	\$ 150,782.53
Gastos Administrativos		\$ 30,063.99	\$ 32,252.05	\$ 33,822.72	\$ 35,378.86	\$ 37,006.64	\$ 38,709.36	\$ 40,490.48	\$ 42,353.60	\$ 44,302.51	\$ 46,341.16
Gastos de Ventas		\$ 1,089.13	\$ 1,142.17	\$ 1,197.79	\$ 1,256.13	\$ 1,317.30	\$ 1,381.45	\$ 1,448.73	\$ 1,519.28	\$ 1,593.27	\$ 1,670.86
15% Participacion Trabajadores		-	\$ 46,619.79	\$ 51,213.35	\$ 56,413.39	\$ 62,193.96	\$ 68,237.70	\$ 74,815.87	\$ 81,822.27	\$ 89,365.67	\$ 97,486.97
25% Impuesto Renta		-	\$ 66,044.70	\$ 72,552.25	\$ 79,918.96	\$ 88,108.11	\$ 96,670.07	\$ 105,989.15	\$ 115,914.88	\$ 126,601.37	\$ 138,106.55
<b>(=)FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 330,098.06</b>	<b>\$ 241,561.92</b>	<b>\$ 258,145.22</b>	<b>\$ 275,442.38</b>	<b>\$ 293,587.74</b>	<b>\$ 313,514.31</b>	<b>\$ 334,744.54</b>	<b>\$ 357,726.11</b>	<b>\$ 382,401.01</b>	<b>\$ 408,890.11</b>
<b>(-) FLUJO FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 62,326.16</b>									
(+)Pago de Prestamo		\$ 25,111.83	\$ 27,623.02	\$ 30,385.32	\$ 33,423.85	\$ 36,766.24	\$ 40,442.86	\$ 44,487.14	\$ 48,935.86	\$ 53,829.44	\$ 59,212.39
(+)Intereses		\$ 37,214.33	\$ 34,703.15	\$ 31,940.85	\$ 28,902.31	\$ 25,559.93	\$ 21,883.31	\$ 17,839.02	\$ 13,390.30	\$ 8,496.72	\$ 3,113.77
<b>(=)FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 1,000,544.91</b>	<b>\$ 267,771.90</b>	<b>\$ 179,235.76</b>	<b>\$ 195,819.06</b>	<b>\$ 213,116.21</b>	<b>\$ 231,261.58</b>	<b>\$ 251,188.14</b>	<b>\$ 272,418.38</b>	<b>\$ 295,399.95</b>	<b>\$ 320,074.85</b>	<b>\$ 346,563.95</b>

## ANEXO 2

DETALLE DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS:

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### CUESTIONARIO PARA LOS JEFES(AS) DEL HOGAR

Saludos cordiales, el propósito de la siguiente encuesta es recopilar información para el desarrollo del trabajo de titulación cuyo fin es determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en la ciudad. Le pido por favor conteste lo siguiente:

1. GÉNERO: M ( ) F ( )

2. CARGAS FAMILIARES

1- 2

3-4

5 O MÁS

3. ¿LE GUSTARIA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CIUDAD QUE OFREZCA ATRACTIVOS ACUÁTICOS COMO PISCINAS DE OLAS ARTIFICIALES?

SI

NO

4. ¿QUE TIEMPO DEL AÑO CREE USTED QUE ES EL INDICADO PARA ACUDIR A UN COMPLEJO TURÍSTICO?

FINES DE SEMANA

CARNAVAL

TEMPORADA DE VERANO

CUALQUIER MOMENTO LIBRE

5. ¿QUE CENTRO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA USTED HA VISITADO ÚLTIMAMENTE?

- HILLARY NATURE RESORT
- "EL MANANTIAL"
- "EL FARO"
- "EL GRAN DEPORTISTA"
- KARPATOS

6. ¿DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS POR CUAL DE ELLOS SE INCLINA USTED CON MAYOR INTERÉS?

- PISCINAS CON OLAS ARTIFICIALES
- RESTAURANTE
- TOBOGANES
- SAUNA
- GIMNASIO
- JUEGOS DE MESA

7. ¿QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE USTED?

- COMIDA CRIOLLA NACIONAL
- COMIDA RAPIDA
- PASTAS
- ENSALADAS/COMIDA LIGHT
- MARISCOS

8. ¿SU INGRESO FAMILIAR MENSUAL ESTA ENTRE?

- DE 354.00 A 620.00 DOLARES
- DE 621.00 A 920.00 DOLARES
- DE 921.00 1200.00 DOLARES
- DE 1201.00 EN ADELANTE

9. ¿LE GUSTARIA QUE EL COMPLEJO TURÍSTICO OFRECIERA MEMBRESIAS?

SI

NO

¡GRACIAS POR SU AMABLE ATENCIÓN Y COLABORACIÓN!



CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES

Saludos cordiales, el propósito de la siguiente encuesta es recopilar información para el desarrollo del trabajo de titulación cuyo fin es determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en la ciudad. Le pido por favor conteste lo siguiente:

1. EDAD:

De 12 a 17 años

De 18 a 29 años

De 30 a más

2. ¿LE GUSTARIA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CIUDAD QUE OFREZCA ATRACTIVOS ACUÁTICOS COMO PISCINAS DE OLAS ARTIFICIALES?

SI

NO

3. ¿QUE TIEMPO DEL AÑO CREE USTED QUE ES EL INDICADO PARA VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO?

FINES DE SEMANA

CARNAVAL

TEMPORADAS DE VERANO

CUALQUIER MOMENTO LIBRE

4. ¿GENERALMENTE, CON QUIEN LE GUSTARIA ASISTIR AL COMPLEJO TURÍSTICO?

SOLO

CON SUS AMIGOS

CON SU NOVIO(A)

CON SU FAMILIA

5. ¿DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS POR CUAL DE ELLOS SE INCLINA USTED CON MAYOR INTERÉS?

PISCINAS CON OLAS

RESTAURANTE

TOBOGANES

SAUNA

GIMNASIO

JUEGOS DE MESA

6. ¿QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE USTED?

COMIDA CRIOLLA NACIONAL

COMIDA RAPIDA

PASTAS

ENSALADAS/COMIDA LIGHT

MARISCOS

7. ¿QUE CANTIDAD DE DINERO ESTARIA USTED EN LA POSIBILIDAD DE GASTAR EN EL COMPLEJO TURÍSTICO?

DE 5 A 25 DOLARES

DE 26 A 40 DOLARES

DE 41 A 55 DOLARES

DE 55 A MÁS