



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN  
BALNEARIO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA  
DE TUPIGACHI, AÑO 2011”**

**AUTORES:**

**VÍCTOR ALFONSO FALCÓN SEVILLA  
HUGO PATRICIO BELALCÁZAR REINA**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**ING. MARIO ESCOBAR**

**PARES ACADÉMICOS:**

**ING. MARLON GARCÍA SALTOS  
LIC. LOURDES HERNANDEZ**

**Guaranda, 30 de Septiembre del 2012**

## **I. DEDICATORIA**

### **Víctor Alfonso Falcón Sevilla**

A mis padres y hermana.

Porque la vida me a da do la gran oportunidad de disfrutar su compañía porque a su lado he tenido la seguridad y el bienestar por haber recibido el amor más sincero y grande que un hijo y hermano necesita.

A todas las personas que con sus palabras que de aliento me ayudaron a sobresalir y a las personas que dudaron de mi capacidad, estas personas son las más importantes porque demostré que todo se puede lograr en la vida cuando se lucha por un objetivo.

A mis amigos! Gracias por estar siempre a mi lado con su amor, apoyo y dedicación por depositar toda su confianza en mí y por permitirme que me supere día a día.

### **Hugo Patricio Belalcázar Reina**

Con mucho cariño dedico este trabajo a:

Saida Soledad Quimbiamba de Belalcázar, Deivid Belalcázar, Mikaela Belalcázar.

Quienes día a día me inspiran a continuar ser su cabeza de familia a no faltarles y saber que estoy cumpliendo al contribuir en sus vidas con un poco de conocimiento adquirido y por permitirme ser uno de los pilares fundamentales en sus vidas.

Todos los catedráticos que infundieron sus conocimientos en el transcurso de esta Tecnología.

A mis padres por permitirme ser su ejemplo y motivarme en cada momento.

## **II. AGRADECIMIENTO**

### **Víctor Alfonso Falcón Sevilla**

A Dios por la bendición que me a da todos los días, a la “Universidad Estatal de Bolívar y al Instituto Tecnológico Superior Nelson Torres” por acogerme en sus aulas y dejarme formar parte de él.

A todos los docentes quienes día a día imparten todos sus conocimientos para formar profesionales de mucho éxito, y sobre todo a mi abnegado Asesor que hasta do con migo para la culminación de este proyecto.

### **Hugo Patricio Belalcázar Reina.**

Durante estos 3 años muchas personas intervinieron a que yo Hugo Patricio Belalcázar Reina cumpliera esta faceta importante en mi vida que es capacitarme y obtener títulos de reconocimiento en mi vida. No los menciono porque es una lista larga y no quiero olvidarme de ninguno.

Es así que agradezco a todas las personas que día a día durante todo este tiempo me ofrecieron su ayuda y apoyo.

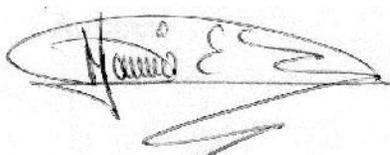
Gracias de todo corazón.

**Los Autores**

### III. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

El suscrito Ing. Mario Escobar G, en cumplimiento a lo estipulado en el Reglamento respectivo para la Titulación de Ingenieros Comerciales, certifico que una vez revisado el **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA DE TUPIGACHI, AÑO 2011**, presentado por los Egresados Sres. Víctor Alfonso Falcón Sevilla y Hugo Patricio Belalcázar Reina; cumplen con los parámetros y requisitos para tal efecto; de tal manera que sigan el trámite legal pertinente.

Para constancia de lo expuesto, firmo en Guaranda al primero de Noviembre del dos mil doce.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mario Escobar G', enclosed within a hand-drawn oval shape.

Ing. Mario Escobar G

**DIRECTOR**

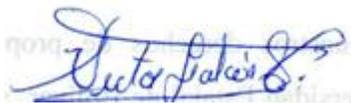
#### IV. AUTORÍA

Nosotros: VICTOR ALFONSO FALCON SEVILLA portador de la cedula de ciudadanía N° 100349995-9 y HUGO PATRICO BELALCÁZAR REINA portador de la cédula de ciudadanía N° 171491133-4: declaramos bajo juramento que los criterios emitidos en el trabajo de investigación es de total responsabilidad de los autores los contenidos, ideas, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad y que se ha respetado las diferentes fuentes de información.

Fecha

Firmas

Autores



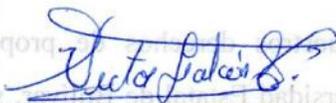
Víctor Alfonso Falcón Sevilla



Hugo Patricio Belalcázar Reina

## ACTA NOTARIAL DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS

En la ciudad de Cayambe, Cabecera del cantón Cayambe, hoy martes veintitrés de abril del año dos mil trece, ante mí el Notario Rodrigo Heredia Yerovi, y con el objeto de realizar la presente diligencia de Reconocimiento de firma y rúbrica, comparecen: el señor VICTOR ALFONSO FALCON SEVILLA, soltero, ecuatoriano, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido su cedula de ciudadanía que corresponde al número uno cero cero tres cuatro nueve nueve nueve cinco guion nueve, y, el señor HUGO PATRICIO BELALCAZAR REINA, casado, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido su cedula de ciudadanía que corresponde al número uno siete uno cuatro nueve uno uno tres tres guion cuatro.- Los comparecientes son mayores de edad, legalmente capaces para contratar y obligarse; quienes habiendo sido debida y legalmente juramentados, prevenidos de las penas de perjurio y de la gravedad del juramento, con la obligación que tienen de decir la verdad, bajo el juramento legal, dicen que reconocen como suyas las firmas y rubricas puestas al pie del presente DOCUMENTO, que antecede, manifestando que estas firmas y rubricas son suyas, siendo estas las que utilizan en todos sus actos tanto públicos como privados; y, suscriben conmigo el Notario, en unidad de acto, de todo lo cual doy fe.-



VICTOR ALFONSO FALCON SEVILLA

C.C.: 100349995-9



PULGAR DERECHO



HUGO PATRICIO BELALCAZAR REINA

C.C.: 1714911334



PULGAR DERECHO



EL NOTARIO,



RODRIGO HEREDIA YEROVI  
NOTARIO

RODRIGO HEREDIA YEROVI  
NOTARIO  
CAYAMBE - ECUADOR

## V. TABLA DE CONTENIDOS

I.	DEDICATORIA .....	2
II.	AGRADECIMIENTO .....	3
III.	CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR .....	4
IV.	AUTORÍA.....	5
V.	TABLA DE CONTENIDOS.....	6
VI.	LISTA DE ANEXOS.....	9
VII.	RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL.....	11
VIII.	INTRODUCCIÓN .....	13
CAPÍTULO I.....		15
1.1.	TEMA .....	16
1.2.	ANTECEDENTES .....	17
1.3.	JUSTIFICACIÓN .....	18
1.4.	OBJETIVOS .....	19
1.4.1.	GENERAL .....	19
1.4.2.	ESPECÍFICOS.....	19
1.5.	METODOLOGÍA .....	20
1.5.1.	MÉTODOS .....	20
1.5.1.1.	MÉTODO INDUCTIVO.....	20
1.5.1.2.	MÉTODO DEDUCTIVO .....	20
1.5.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	21
1.5.2.1.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	21
1.5.2.2.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA .....	21
1.5.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS.....	22
1.5.3.1.	ENCUESTA.....	22
1.5.3.2.	OBSERVACIÓN DIRECTA .....	22
1.5.3.3.	ENTREVISTA .....	22
1.6.	UNIVERSO Y MUESTRA .....	22
1.6.1.	MUESTRA .....	23
1.7.	PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.....	24
CAPÍTULO II.....		25
2.1.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	26
2.1.1.	RESULTADO DE LAS ENCUESTAS.....	26
2.1.2.	CONCLUSIONES .....	39
CAPÍTULO III.....		41
3.1.	ESTUDIO DE MERCADO .....	42
3.1.1.	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO .....	42
3.1.1.1.	SERVICIOS .....	42
3.1.1.2.	PRODUCTOS .....	42

3.1.2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES .....	43
3.1.2.1.	ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	44
3.1.3.	LA OFERTA, ANÁLISIS Y PROYECCIONES .....	46
3.1.3.1.	ESTUDIO DE LA OFERTA ACTUAL .....	47
3.1.3.2.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	48
3.1.4.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA Y PROYECCIONES.....	48
3.1.5.	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	50
3.1.6.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	50
3.1.7.	ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	52
3.2.	ESTUDIO TÉCNICO .....	53
3.2.1.	TAMAÑO .....	53
3.2.2.	LOCALIZACIÓN.....	54
3.2.3.	INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO PRODUCTIVO.....	57
3.2.3.1.	FLUJOGRAMA BÁSICO DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	57
3.2.3.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO .....	58
3.2.3.3.	DIAGRAMAS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	59
3.2.3.4.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	60
3.2.4.	DISTRIBUCIÓN DEL BALNEARIO .....	61
3.2.5.	REQUERIMIENTOS .....	63
3.3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL .....	67
3.3.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA .....	67
3.3.2.	GIRO DEL NEGOCIO .....	67
3.3.3.	ESLOGAN.....	67
3.3.4.	LOGOTIPO.....	67
3.3.5.	ACCIONISTAS .....	68
3.3.6.	CUADRO DIRECTIVO DE LA COMPAÑÍA .....	68
3.3.7.	REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	68
3.3.8.	ORGÁNICO ESTRUCTURAL.....	72
3.3.9.	ORGÁNICO FUNCIONAL .....	73
3.4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	78
3.4.1.	COSTO TOTAL .....	78
3.4.2.	INVERSIÓN TOTAL.....	79
3.4.3.	FINANCIAMIENTO.....	79
3.4.4.	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	82
3.4.5.	DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS.....	83
3.4.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	84
3.4.7.	ESTADO DE RESULTADOS .....	85
3.4.8.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	88
3.4.9.	FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO.....	92
CAPITULO IV .....		94
4.1.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	95
4.1.1.	TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTABLE .....	95
4.1.2.	TASA INTERNA DE RETORNO .....	97
4.1.3.	ÍNDICES FINANCIEROS .....	98

4.1.4. EVALUACIÓN SOCIAL.....	102
BIBLIOGRAFÍA .....	103
ENLACES.....	103
ENCUESTA N° 1 .....	104
FORMULARIO FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA .....	107
COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL .....	108

## VI. LISTA DE ANEXOS

ANEXO No 1 MATERIA PRIMA DIRECTA.....	109
ANEXO No 2 MANO DE OBRA DIRECTA.....	110
ANEXO No 3 MATERIA PRIMA INDIRECTA .....	110
ANEXO No 4 MANO DE OBRA DIRECTA.....	111
ANEXO No 5 DEPRECIACIONES.....	111
ANEXO No 6 MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE.....	111
ANEXO No 7 MANTENIMIENTO.....	112
ANEXO No 8 AMORTIZACIÓN.....	112
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUAL.....	113
ANEXO No 9 SUELDOS.....	114
ANEXO No 10 ÚTILES DE ASEO.....	114
ANEXO No 11 ÚTILES DE OFICINA.....	115
ANEXO No 12 SERVICIOS BÁSICOS.....	115
ANEXO No 13 DEPRECIACIONES.....	115
GASTOS DE VENTA ANUAL.....	116
ANEXO No 14 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	117
GASTOS FINANCIEROS ANUALES.....	118
ANEXO No 15 INTERESES.....	119
INVERSIÓN TOTAL.....	120
ANEXO No 16 TERRENO.....	121
ANEXO No 17 CONSTRUCCIÓN E INFRAESTRUCTURA.....	121
ANEXO No 18 MAQUINARIA.....	121
ANEXO No 19 EQUIPO DE COCINA.....	122
ANEXO No 20 MENAJE.....	122
ANEXO No 21 EQUIPO DE COMPUTO.....	123
ANEXO No 22 EQUIPO DE OFICINA.....	124
ANEXO No 23 MUEBLES Y ENSERES.....	124
ANEXO No 24 ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD.....	124
ANEXO No 25 ASESORÍA JURÍDICA.....	124
ANEXO No 26 CAPACITACIÓN.....	125
CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES.....	126
ANEXO No 27 MATERIA PRIMA DIRECTA.....	127
ANEXO No 28 MANO DE OBRA DIRECTA.....	128
ANEXO No 29 MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	128
ANEXO No 30 DEPRECIACIONES.....	129
ANEXO No 31 MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE.....	129
ANEXO No 32 MANTENIMIENTO.....	129
ANEXO No 33 AMORTIZACIÓN.....	129
ANEXO No 34 SUELDOS.....	130
ANEXO No 35 ÚTILES DE ASEO.....	130
ANEXO No 36 ÚTILES DE OFICINA.....	131
ANEXO No 37 SERVICIOS BÁSICOS.....	131

ANEXO No 38 DEPRECIACIONES .....	131
ANEXO No 39 GASTOS DE VENTA .....	132
ANEXO No 40 GASTOS FINANCIEROS .....	132
ANEXO No 41 TABLA DE PAGOS .....	132

## **VII. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL**

El proyecto de inversión está orientado a la implementación, adecuación y puesta en marcha del Balneario en la parroquia de Tupigachi, en el cantón Pedro Moncayo en la provincia de Pichincha que brinde todos los servicios de recreación, esparcimiento y relajamiento a los pobladores locales que en su mayor parte trabajan en las plantaciones florícolas así como un importante segmento de visitantes que se desplazan a este lugar atraídos por las vertientes de agua caliente que emanan en el sector y propiedad .

El proyecto consta de cuatro capítulos integrados en el estudio de mercado, técnico, administrativo organizacional y financiero; así como la evaluación social.

El mercado meta que va a hacer uso del servicio del balneario según las encuestas realizadas, analizadas y tabuladas en el capítulo dos, demuestran que tendrá aceptación por parte de las personas encuestadas.

En el capítulo tres se analizaron la demanda y oferta de los servicios de recreación (entrada a la piscina y alimentación) determinan la demanda insatisfecha con lo que se demostró el potencial del mercado que demandará del servicio en la parroquia de Tupigachi.

También en el estudio técnico se anota los equipos, la maquinaria y los insumos necesarios para su funcionamiento.

En el estudio administrativo organizacional de la proyecto se describen las funciones de cada uno de los miembros que laborarán en el balneario, además se estableció un directorio que permitirá cumplir con los objetivos.

En el estudio financiero se determinan los costos, inversiones, financiamiento, depreciaciones, amortizaciones, ingresos, punto de equilibrio, estado de resultados, estado de situación financiera y el flujo de fondos de efectivo proyectados.

Entre los principales indicadores financieros mencionamos:

- Costo Total al Primer Año 51.795,96 USD
- La Inversión Total es de 87.725,83 USD distribuidos en Inversión Fija Tangible e Intangible y Capital de Trabajo
- El Capital propio es de \$ 45.002,1 USD que corresponden al 51,30 % de la Inversión Total
- El Financiamiento es de \$ 42.723,8 USD que corresponden al 48,70 % de la Inversión Total
- Los Ingresos al primer año son de \$ 81.840,00 USD.
- El Punto de Equilibrio es de 47.996,51 USD
- La Utilidad Neta Ejercicio al Primer Año es de 19.814,4 USD; que corresponden al 24,2 % de los Ingresos
- El Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del Año 1 es de \$ 110.958,09 USD en Activos.
- Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), corresponde al 23,06%.
- El Período de Recuperación de la Inversión PRI es de 2 años, 6 meses

La presente Investigación arroja resultados positivos en los estudios de Mercado, Técnico, Económico y Financiero por lo que con este panorama es factible el **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN LA PARROQUIA TUPIGACHI, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA PICHINCHA** y que beneficiará a los inversionistas y población del cantón.

## VIII. INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha,...).

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son.

Existen diferentes tipos de Turismo, así:

Turismo individual, de masas, cultural ( Creativo, Urbano, Monumental, Arqueológico, Funerario, De compras, Etnográfico, Literario, Idiomático, Gastronómico, Enológico, Industrial), Turismo natural (Rural, Ecoturismo, Agroturismo, Agroecoturismo, Ornitológico, Ictioturismo, Cinegético), etc.

Todos y cada uno de las diferentes formas de turismo están orientados a la satisfacción de las necesidades de los hombres, de tal manera que aquí encaja perfectamente el presente proyecto.

# CAPÍTULO I

## **1.1. TEMA**

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN BALNEARIO EN  
EL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TUPIGACHI, AÑO 2011**

## 1.2. ANTECEDENTES

La parroquia de Tupigachi se encuentra al Noreste del Cantón Pedro Moncayo, a 160 km. y a 1 hora 30 minutos desde la ciudad de Quito, su población es de 3.638 habitantes.<sup>1</sup>

La parroquia formaba parte de una gran hacienda llamada Tupigachi, de propiedad de Jesuitas, la conformaban cuatro grandes sectores: Loma Gorda, San Juan Loma, Chaupiloma y Cajas (estos lugares conservan aún sus nombres); todo lo que constituye el actual centro urbano de la parroquia era la parte baja de un potrero que se lo conocía como El Hospital y estas tierras fueron entregadas a militares retirados, muchos de los cuales se constituyeron en los gestores de la parroquialización de Tupigachi.

Las actividades económicas de la parroquia son: las plantaciones florícolas (70%), agricultura y ganadería (30%) y entre los productos de la zona se mencionan a las papas, maíz, fréjol, cebada, trigo, chochos y quinua.

Entre los atractivos turísticos que actualmente se promociona son:

- La Iglesia y el Parque Central
- Lagunas de Mojanda
- Mirador en la Comunidad de Loma Gorda
- Hostería San Luis
- Hacienda Santa Cecilia,
- Hacienda San José de la Paz
- Hacienda del Sr. Jaime Guarderas Granja Integral de la Comunidad de Chaupiloma (viveros forestales).

---

<sup>1</sup> Aspecto demográfico parroquia Tupigachi; Municipio de Pedro Moncayo.

Los cantones Pedro Moncayo y Cayambe son sitios beneficiados por las empresas florícolas permitiendo que tengan un crecimiento poblacional impresionante, la migración de personas en busca de un trabajo con salarios estables, permitió que se erradiquen en estos cantones y sus parroquias aledañas, generando una serie de necesidades así como la demanda de sitios de entretenimiento o relajamiento pero estos sitios no se los encuentra tan fácilmente o están muy alejados, impidiendo a los habitantes disfrutar de momentos de sano esparcimiento.

Muchos pobladores desean pasar tiempo con sus familias, pocos son los que buscan y llegan a estos sitios alejados, pero ante la demanda y falta de lugares de recreación como balnearios turísticos en el cantón han decidido no salir a distraerse ni pasar momentos de tranquilidad familiar y personal los fines de semana.

El cantón y la parroquia cuentan con ventajas adicionales como son sus paisajes muy hermosos así como la tranquilidad y la hospitalidad de los habitantes.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El constante crecimiento poblacional del cantón Pedro Moncayo ha generado que la plaza comercial del sector aumente, por tal razón nos vemos en la necesidad de plantear el siguiente proyecto turístico que consiste en el aprovechamiento de las aguas termales del balneario localizado en la propiedad de uno de los proponentes y convertirlo en un sitio de esparcimiento donde la población se distraiga y recree; y, cumpla con ciertas características como moderno, accesible para todos, genere diversión y relajamiento.

Al momento no existen balnearios turísticos con agua temperada o caliente en el sector, por lo que la población se desplaza a sectores lejanos como por ejemplo al norte del sector de Tupigachi se encuentran los siguientes balnearios: el Sara Ñusta en la ciudad de Otavalo, el Oasis en el Juncal, el de Cachimbiro en Urcuqui y al sur del cantón Pedro Moncayo se encuentran el Aqua Park en la ciudad de Guayllabamba, el Municipal en la

ciudad de Quito, incurriendo en gastos por transporte y alimentación, cuando pueden ser aprovechados en el propio sector, convirtiéndose en una buena plaza y contribuir con la economía del cantón.

Este estudio y el desarrollo del proyecto de inversión nos permitirán demostrar que con la creación del balneario de aguas termales en la parroquia Tupigachi se lograra satisfacer las necesidades de relajamiento y distracción que requiere la población.

El estudio aprovechará la oportunidad de armonizar los intereses del individuo con los de la naturaleza donde la población se recree, distraiga y alimente; el balneario turístico mejorará su comportamiento familiar y elevará el nivel de vida de la población con base en el buen vivir y su repercusión será positiva en el trabajo.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. GENERAL**

- Elaborar el Proyecto de Inversión para la creación de un balneario en el cantón Pedro Moncayo, parroquia Tupigachi, año 2011

### **1.4.2. ESPECÍFICOS**

- Determinar la factibilidad del proyecto de inversión mediante el estudio de mercado, identificando la oferta y demanda turística.
- Determinar mediante el Estudio Económico el monto de las inversiones y costos totales.
- Establecer el modelo organizativo, las funciones y responsabilidades del personal que laborará en el Balneario
- Determinar mediante la Evaluación Financiera y Social las razones e impactos que tendrá el proyecto.

## **1.5. METODOLOGÍA**

Este proyecto se implementó en el cantón de Pedro Moncayo, parroquia Tupigachi para lo que se consideró los métodos y técnicas de la investigación.

La investigación de este proyecto se lo realizó de marzo a octubre del 2012.

### **1.5.1. MÉTODOS**

Para el estudio del presente proyecto se utilizó los siguientes métodos que nos permitió obtener información precisa y veraz como sustento teórico y técnico del proyecto, así:

#### **1.5.1.1. MÉTODO INDUCTIVO**

Es un proceso analítico – sintético, mediante el cual se partió del estudio de las cosas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

Para la investigación del proyecto partimos de hechos o fenómenos ocurridos en el área de estudio, la cual nos permitió analizar el presente y proyectarnos al futuro con base en las necesidades que planteen los pobladores respecto de las características que debe poseer el balneario. En la investigación se analizó las preferencias de la población cada vez más deseosa de relajarse y recrearse en establecimientos que cumplan las condiciones del balneario turístico.

#### **1.5.1.2. MÉTODO DEDUCTIVO**

Este método por el contrario permitió partir de ideas o conceptos generales que llevan a definir las particularidades; es decir, que “va de lo general a lo particular”<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Metodología de la Investigación, Método de inducción, Pág. 62

La aplicación de este método, nos ayudó a conocer las necesidades colectivas que requiere la población para luego definir donde implementar el balneario y la zona de influencia del proyecto a fin de centrar la investigación en la parroquia de Tupigachi.

## **1.5.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que desarrollamos es de campo, que unida a la investigación teórica, nos permitió analizar y orientar la propuesta de creación e implementación del balneario.

### **1.5.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Con base en las encuestas y entrevistas a la población conocimos como está el mercado turístico y cuál es el segmento de la población que requiere pasar momentos de sano esparcimiento así como las preferencias a ofertar en el balneario y cuáles son los servicios o productos. Además se analizó la oferta y demanda en el sector turístico para decidir si el proyecto es viable o no.

### **1.5.2.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Nos permitió hacer un análisis del presente en cuanto a los posibles clientes y tipo de mercado que se desea captar y alcanzar en un determinado tiempo.

### **1.5.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS.**

#### **1.5.3.1. ENCUESTA**

Es una técnica de investigación encaminada a obtener datos o información de varias personas a través de un cuestionario de preguntas preestablecidas.

Para la obtención de la información recorreremos la ciudad y aplicaremos la encuesta personalizada con el formato que consta como Anexo No 1 y 2.

#### **1.5.3.2. OBSERVACIÓN DIRECTA**

Nos permitió visualizar las características de funcionamiento de balnearios similares al que implementamos en la parroquia de Tupigachi así como las labores productivas que giran alrededor de este sector económico.

#### **1.5.3.3. ENTREVISTA**

Estuvo dirigida a los propietarios de balnearios más cercanos del cantón a fin de establecer criterios administrativos sobre producción, consumo y la repercusión en la sociedad local a la cual se ofrece el servicio.

Este trabajo se fundamentó en el uso de material bibliográfico, documentos e internet que nos brindarán la información relacionada con nuestro proyecto, tales como: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón.

### **1.6. UNIVERSO Y MUESTRA**

Nuestro universo partió de datos preliminares del Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010 y que le ubican al cantón Pedro Moncayo con 33.172 habitantes<sup>3</sup>; de los cuales consideramos a la población que está localizado en el sector urbano y

---

<sup>3</sup>INEC V Censo de Población y Vivienda datos preliminares, Boletín Informativo Quito, Agosto del 2011, Pag 99

dentro de ella a la Población Económicamente Activa para segmentar el mercado ya que por un lado laboran (tienen empleo) y por otro tienen ingresos económicos, así:

Población del cantón	33.172 habitantes
Población Urbana:	10.059 habitantes
Población Rural	23.113 habitante
PEA	52,6%
Población Local	5.291

### 1.6.1. MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$M = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

En donde:

M = Tamaño de la Muestra

N = Población Universo

e = Margen de error = 0,05

$$M = \frac{5.291}{0.05^2(5.291 - 1) + 1}$$

$$M = \frac{5.291}{0.0025(5.291 - 1) + 1}$$

$$M = \frac{5.291}{0.0025(5.290) + 1}$$

$$M = \frac{5.291}{13,225 + 1}$$

$$M = \frac{5.291}{14,225}$$

$$M = 371.9$$

Son 372 encuestas, que fueron utilizadas en la investigación y se establecieron 9 fichas de observación y de entrevistas para los locales alimenticios o Restaurantes de la localidad

## **1.7. PROCESAMIENTO DE LOS DATOS**

Después de recolectar los datos a través de la encuesta, procesamos la información para luego de analizarla estadísticamente, la ordenamos, tabulamos y graficamos según ciertos criterios que nos permitió interpretar esta información de forma cuantitativa y cualitativa para ver si es factible o no el proyecto de inversión que nos hemos propuesto.

# CAPÍTULO II

## 2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

### 2.1.1. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA DE TUPIGACHI.

##### PREGUNTA No 1

¿UD. HACE TURISMO EN LA PARROQUIA?

CUADRO No 1

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SI	350	94%
NO	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

De acuerdo al Cuadro No 1, el 94 % de los encuestados y pobladores nos respondieron que hacen turismo en la parroquia, pues dada las características del sector y el trabajo que realizan de lunes a viernes, sus habitantes realizan este tipo de actividades los fines de semana y feriados.

GRAFICO N° 1



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORACIÓN: Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA No 2**

**¿UD. HA VISITADO UN BALNEARIO TURÍSTICO?**

**CUADRO No 2**

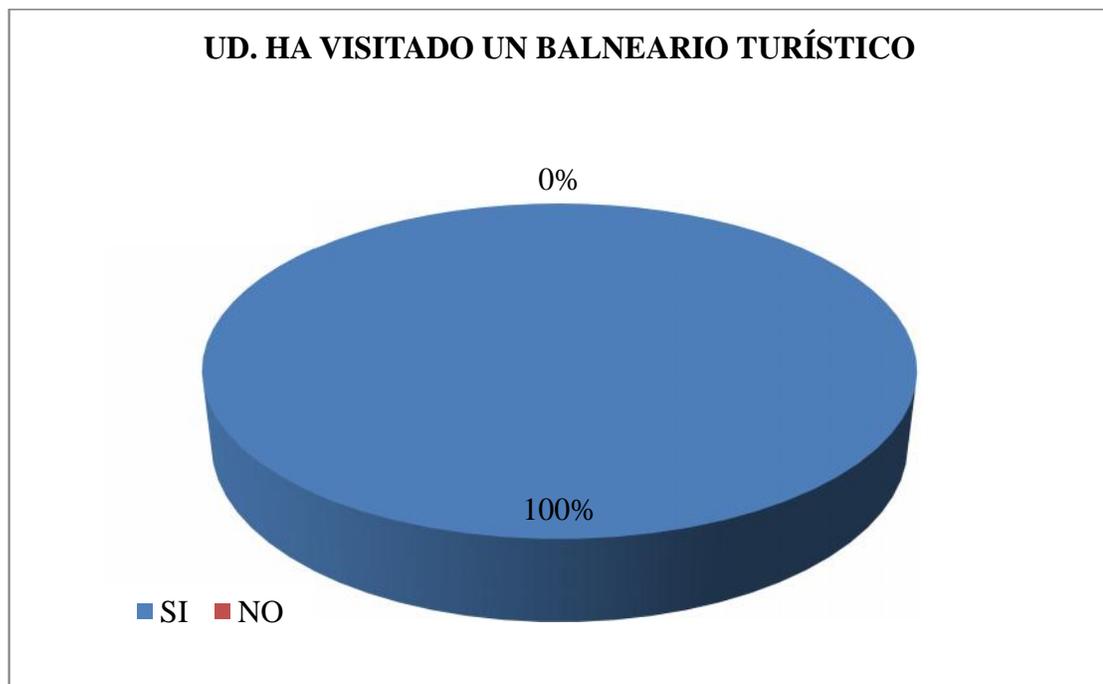
<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	372	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

De acuerdo al Cuadro No 2, las 372 personas encuestadas han visitado un Balneario Turístico sea en la localidad o fuera de ella

**GRAFICO N° 2**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

### PREGUNTA No 3

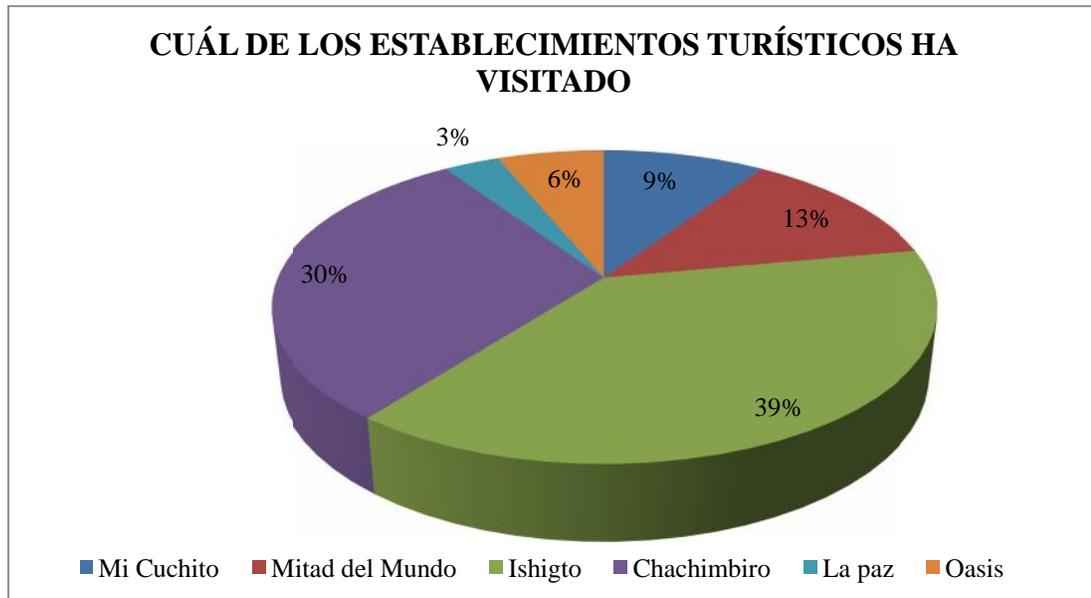
¿CUÁL DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS HA VISITADO, NOMBRE?

CUADRO N° 3

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Mi Cuchito	35	9%
Mitad del Mundo	47	13%
Ishigto	143	38%
Chachimbiro	112	30%
La Paz	12	3%
Oasis	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

De acuerdo al Cuadro No 3, de las personas encuestadas, el 38% contestaron que han visitado el Balneario Ishigto, con el 30% el localizado en Chachimbiro, con el 13 % el de la Mitad del Mundo y en menor porcentaje Mi Cuchito, Oasis y la Paz. Los datos lo podemos apreciar en el gráfico a continuación.

GRAFICO N° 3



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORACIÓN: Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA No 4**

**¿POR QUÉ ACUDE UD. A ESTOS ESTABLECIMIENTOS?**

**CUADRO No 4**

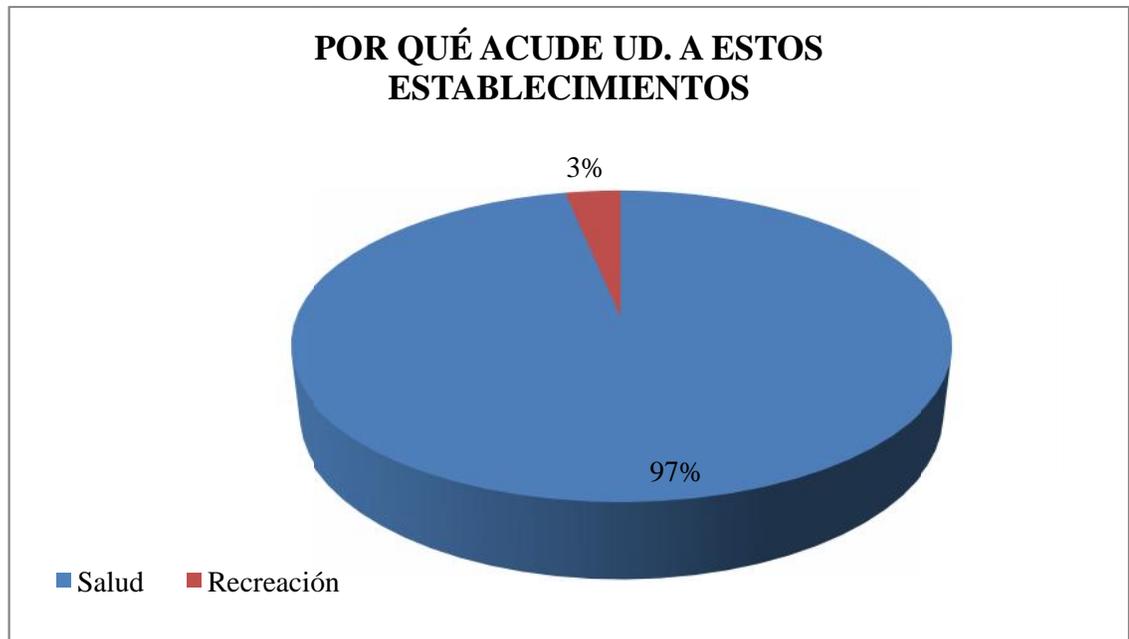
<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Salud	360	97%
Recreación	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

De acuerdo al Cuadro No 4, de los 372 encuestados, 360 que corresponde al 97 % nos manifestaron que lo hacen por salud y tan solo 12, que es el 3 % acuden por recreación. Los datos lo podemos apreciar a continuación.

**GRAFICO N° 4**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

## PREGUNTA N° 5

**¿QUÉ SERVICIOS OFRECE EL BALNEARIO TURÍSTICO QUE USTED VISITA?**

**CUADRO No 5**

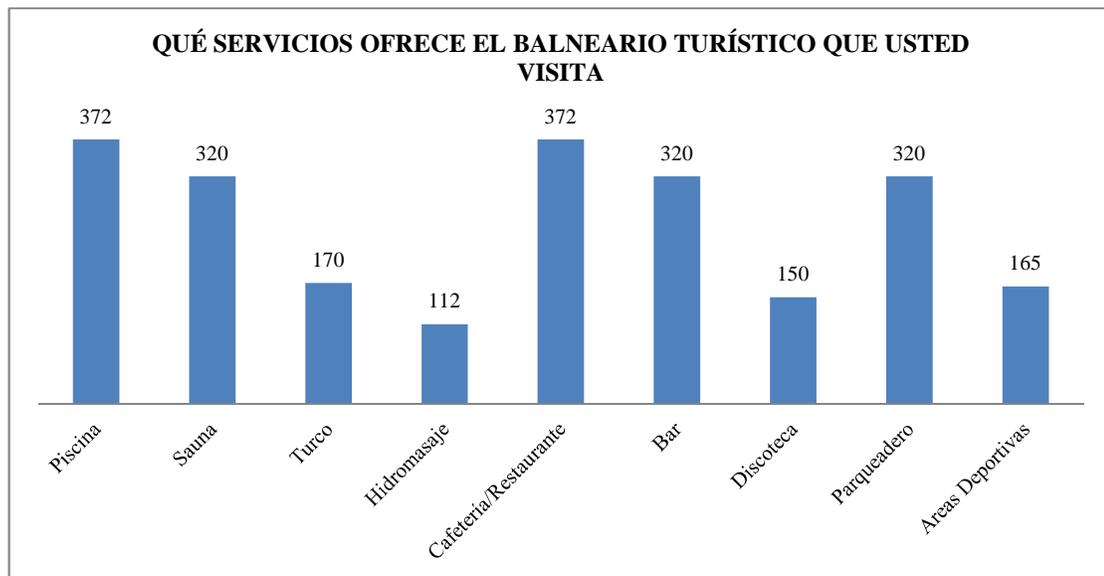
<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>
Piscina	372
Sauna	320
Hidromasaje	112
Cafetería/Restaurante	372
Bar	320
Discoteca	150
Parqueadero	320
Áreas Deportivas	165

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

De acuerdo al Cuadro No 5, de los 372 encuestados, la mayor parte manifestaron que los establecimientos que han visitado han ofertado los siguientes servicios en su orden: piscina, cafetería/restaurante, sauna, parqueadero, turco, áreas verdes, discoteca e hidromasaje.

**GRAFICO N° 5**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA N° 6**

**¿CUÁL ES EL PRECIO PROMEDIO QUE PAGA POR LOS SERVICIOS QUE UTILIZA?**

**CUADRO No 6**

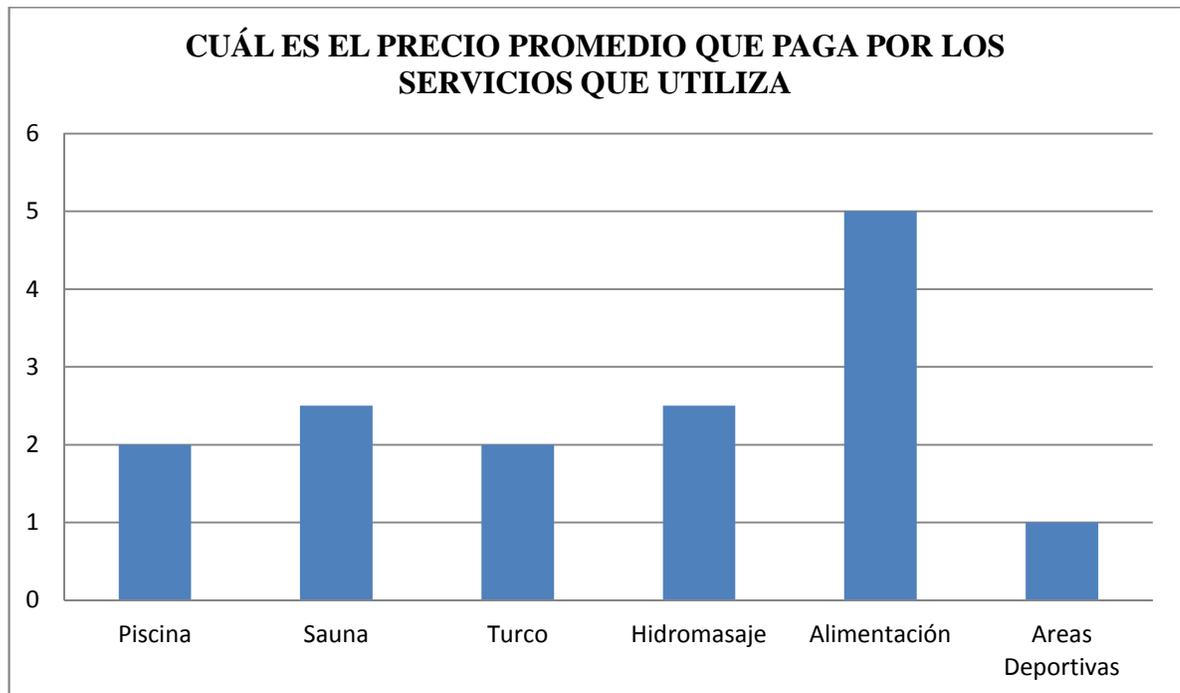
<b>OPCION</b>	<b>PRECIO PROMEDIO</b>
Piscina	2
Sauna	2,5
Hidromasaje	2,5
Alimentación	5
Áreas Deportivas	1

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

De acuerdo al cuadro N° 6 cuyos datos corresponden al precio que paga por los servicios que utiliza, en su orden son, Alimentación 5 dólares, Sauna e Hidromasaje 2,5 y la piscina y el turco 2 dólares.

**GRAFICO N° 6**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

## PREGUNTA N° 7

**¿LOS SERVICIOS QUE LE HAN BRINDADO EN LOS LUGARES DONDE ACUDE ES?**

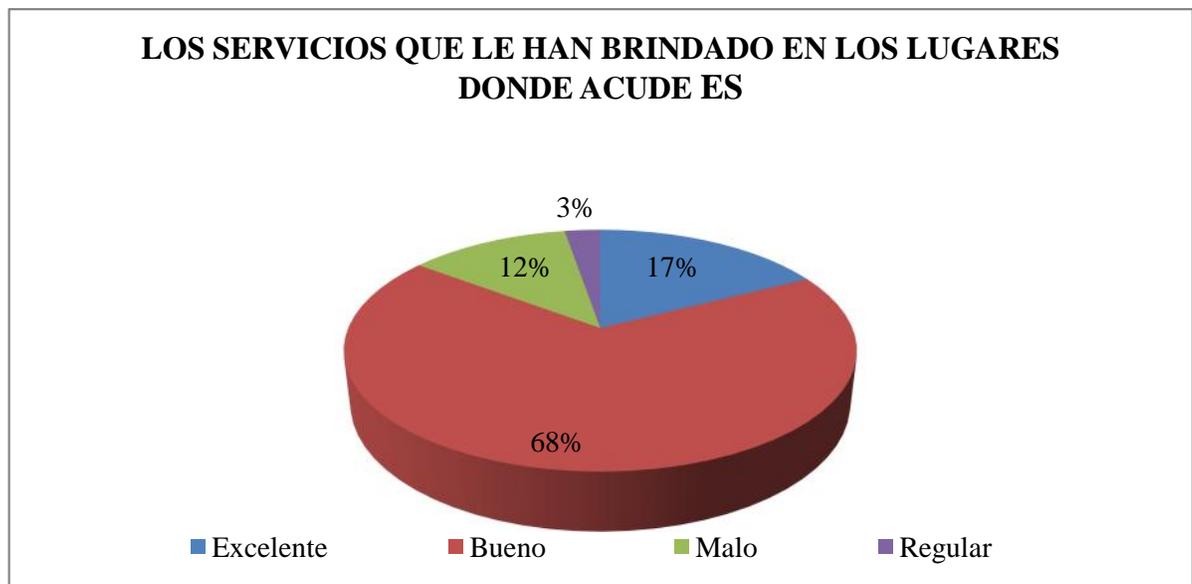
**CUADRO No 7**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	65	17 %
Bueno	252	68 %
Malo	45	12 %
Regular	10	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

De acuerdo al Cuadro No 7, de los 372 encuestados, al referirnos como califica el servicio que le han brindado, el 68 % manifiestan que es Bueno, el 17 % Excelente, el 12 % Malo y el 3 % que es Regular.

Estas respuestas nos indican que el servicio que brindan en la actualidad los Balnearios que han visitado son de calidad pero están muy lejos de la parroquia Tupigachi.

**GRAFICO N° 7**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA N° 8**

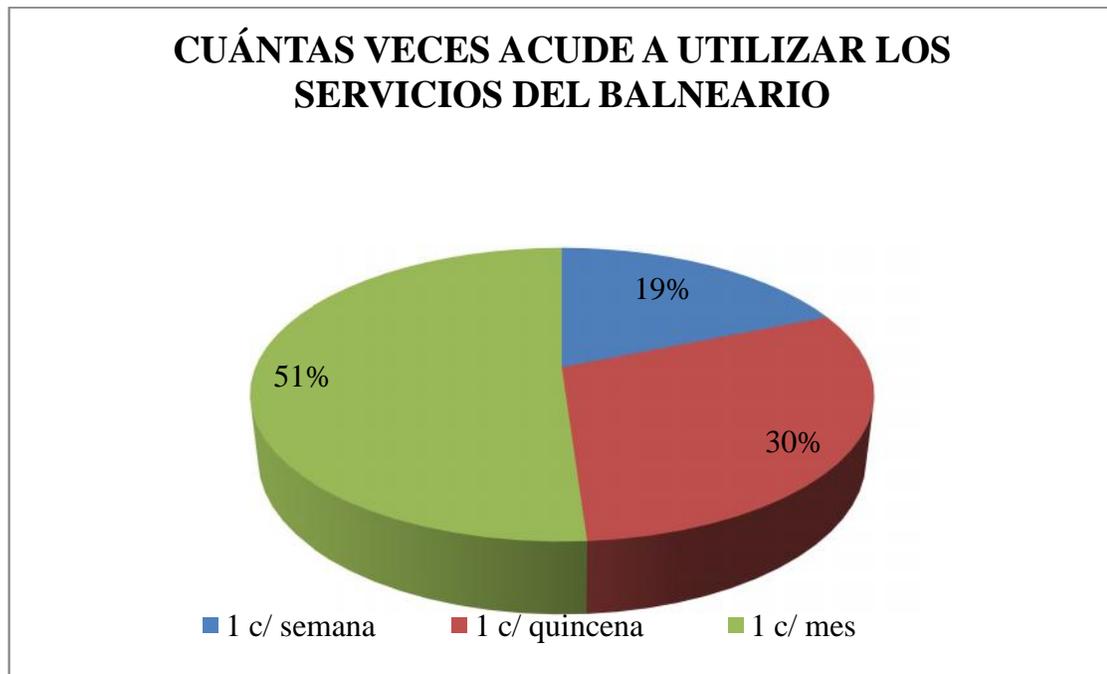
**¿CUÁNTAS VECES ACUDE A UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL BALNEARIO?**

**CUADRO No 8**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1 c/ semana	70	19%
1 c/ quincena	112	30%
1 c/ mes	190	51%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

De acuerdo al Cuadro No 8, de las personas encuestadas, el 51 % contestaron que acuden cada mes, 112 lo hacen quincenalmente y cada semana son 70 encuestados que corresponden al 19%; este es un referente para conocer incluso el poder adquisitivo de los posibles usuarios del Balneario, pues está en relación a cuantas veces visitan los Balnearios.

**GRAFICO N° 8**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA N° 9**

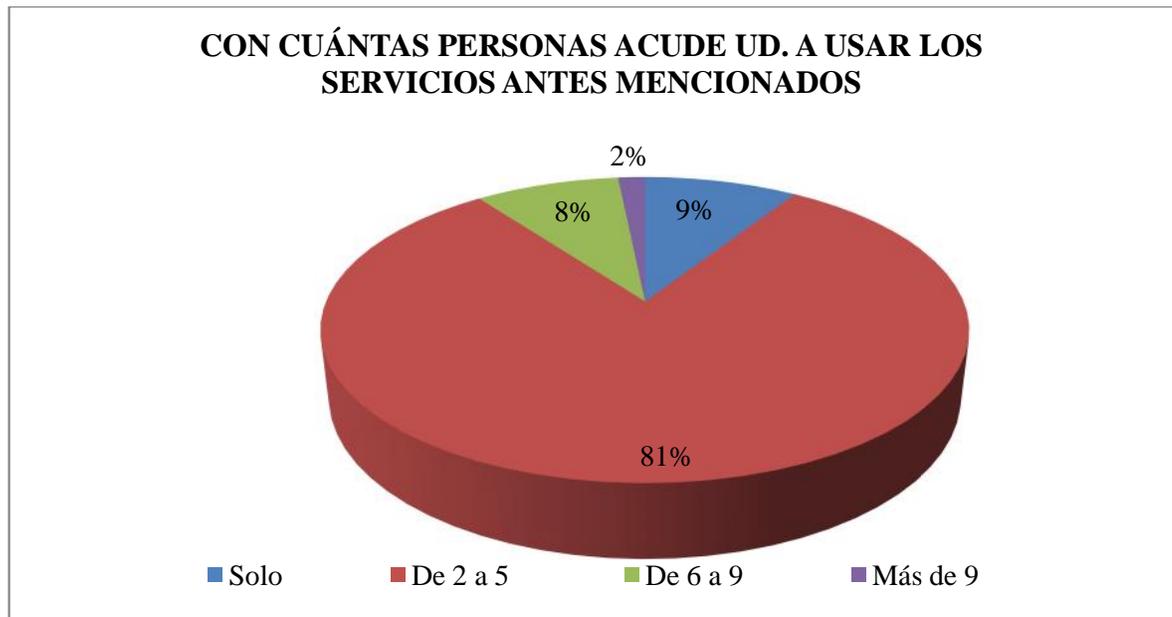
**¿CON CUÁNTAS PERSONAS ACUDE UD. A USAR LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS?**

**CUADRO No 9**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Solo	34	9%
De 2 a 5	300	80%
De 6 a 9	32	9%
Más de 9	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

De acuerdo al Cuadro No 9, de las personas encuestadas, 300 nos manifestaron que acuden a usar los servicios del Balneario entre 2 a 5 personas, correspondiendo al 80 % en tanto que Solos son 34 y corresponde al 9 %, 32 encuestados lo hacen entre 6 a 9 y más de 9 son 6 personas que corresponden al 2 %. Los datos lo apreciamos en el siguiente gráfico

**GRAFICO N° 9**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA No 10**

**¿CREE UD. QUE ES CONVENIENTE IMPLEMENTAR UN BALNEARIO TURÍSTICO CON TODOS LOS SERVICIOS REQUERIDOS EN LA PARROQUIA DE TUPIGACHI?**

**CUADRO N° 10**

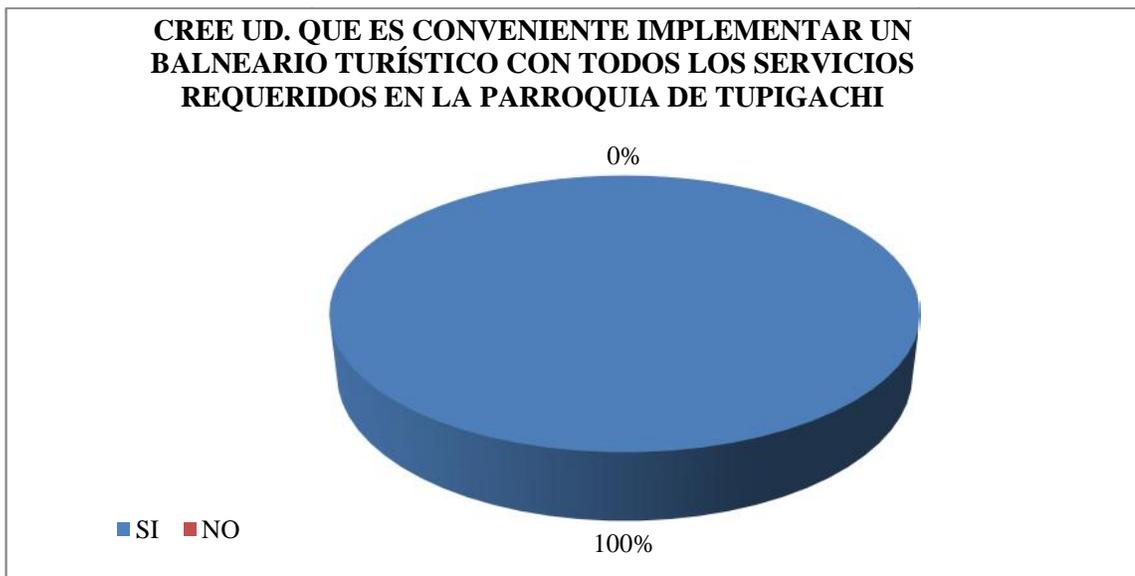
<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	372	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

Correlativamente al cuadro N° 10, al ser interrogados respecto de si están de acuerdo con la implementación de un Balneario con todos los servicios en la parroquia de Tupigachi, el 100 % de las personas encuestadas, nos manifestaron que Si, pues consideran que es un adelanto en la parroquia.

**GRAFICO N° 10**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA N° 11**

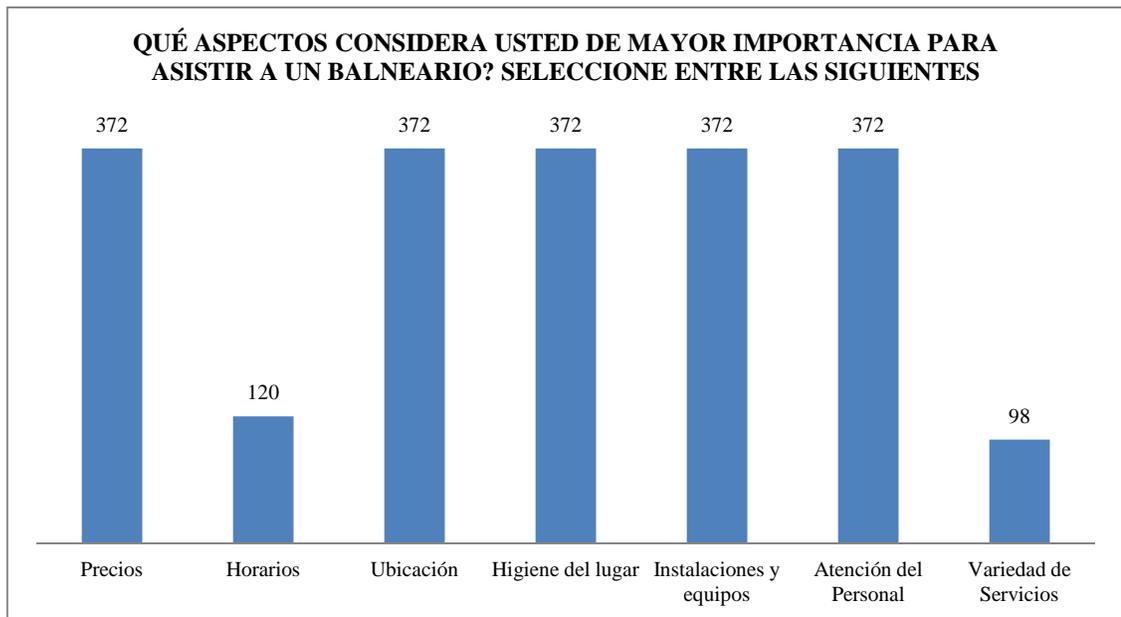
**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED DE MAYOR IMPORTANCIA PARA ASISTIR A UN BALNEARIO? SELECCIONE ENTRE LAS SIGUIENTES?**

**CUADRO N° 11**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>
Precios	372
Horarios	120
Ubicación	372
Higiene del lugar	372
Instalaciones y equipos	372
Atención del Personal	372
Variedad de Servicios	98

De acuerdo con el cuadro N° 11 en el cual pedimos sugerencias respecto de los aspectos que consideran de mayor importancia para asistir a un Balneario se mencionan en su orden a los precios, la ubicación, higiene del lugar, instalaciones y equipos, atención del personal, horarios y variedad de servicios.

**GRAFICO N° 11**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

## PREGUNTA N° 12

**¿SE DEBERÍA IMPLEMENTAR SERVICIOS ADICIONALES EN EL BALNEARIO TURÍSTICO A CREARSE?**

**CUADRO N° 12**

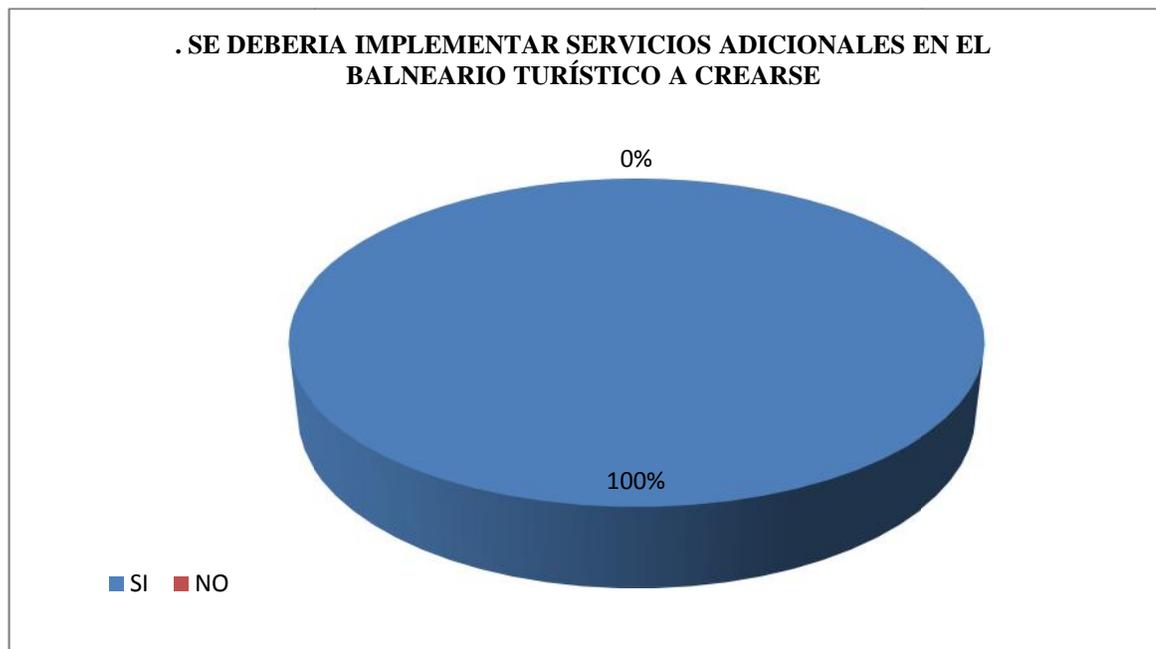
OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SI	372	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

De acuerdo con el cuadro N° 12 el 100 % de los encuestados manifiestan que si es conveniente incrementar servicios adicionales en el balneario; a lo que sugieren los baños de cajón, tratamientos faciales, nutrición, bar, bailoterapia, gimnasio y finalmente recreación para niños. Los datos lo podemos apreciar en el Gráfico a continuación.

**GRAFICO N° 12**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

**PREGUNTA No 13**

**SI SE IMPLEMENTARÍA UN BALNEARIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CON TODOS LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS Y SUS ADICIONALES. ¿HARÍA USO DEL MISMO?**

**CUADRO No 13**

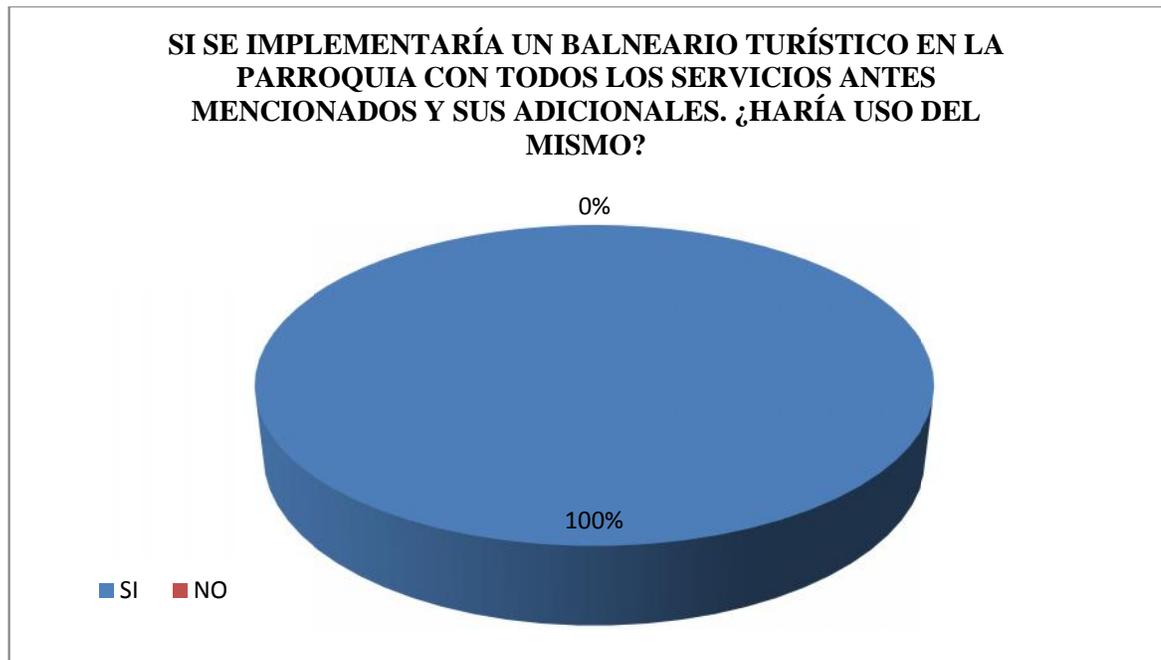
<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	372	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

Como resultados, se observa que el 100 % de la población encuestada si haría uso de los servicios del Balneario turístico, siempre que cuente con todos los servicios. Los datos lo podemos apreciar en el gráfico a continuación.

**GRAFICO N° 13**



**FUENTE:** Investigación de Campo.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

## **2.1.2. CONCLUSIONES**

De la investigación realizada a los pobladores de la parroquia Tupigachi en el cantón Pedro Moncayo, respecto de la creación de un Balneario, las conclusiones a las que llegamos son las siguientes:

Los habitantes de la parroquia y de sus alrededores hacen Turismo y han visitado un balneario en su gran mayoría, especialmente los del sector, sector norte y hacia Santo Domingo de los Tsáchilas, visitándolos por recreación y salud; los que fueron encuestadas de acuerdo al universo y muestra.

Visitan los balnearios por las piscinas, por el sauna, turco, hidromasaje, por la alimentación; etc.; y los precios que han pagado oscilan de acuerdo al producto o servicio entre los 2 a 5 dólares.

Los encuestados nos manifestaron que el servicio de los lugares que han visitado es excelente y bueno en su gran parte, pero al encontrarse lejanos de la parroquia y cantón, da la pauta para emprender en este negocio y estarían de acuerdo con que se implemente y visitarían el balneario, dependiendo de la calidad, variedad, higiene, seguridad y ambiente.

Esta conclusión permitirá implementar el proyecto en la parroquia, generar una dinamia en el sector y ahorrar recursos a los pobladores, toda vez que en la actualidad se desplazan a otras ciudades, cantones y provincias a recrearse gastando incluso en transporte o alquiler de vehículo para su movilización.

Los pobladores locales luego de sus largas jornadas de trabajo especialmente en las plantaciones de rosas, empleos públicos y privados requieren de espacios y locales para recrearse y recuperar sus fuerzas, para lo cual visitan en la actualidad cada semana, cada quincena o una vez al mes uno de los establecimientos turísticos

De todo lo anterior la conclusión general es que no existe en la parroquia de Tupigachi un establecimiento turístico que llene las expectativas de los pobladores locales y las fuentes de agua termal que existe en la propiedad de uno de los proponentes no es aprovechada técnica ni empresarialmente.

La encuesta también nos da a conocer que los visitantes acuden individualmente o entre 2 a más de 9 personas, garantizando un número adecuado de usuarios del futuro balneario a implementar en la parroquia.

La mayoría de los encuestados coinciden en que es beneficiosa la apertura de una actividad económica en la parroquia y cantón pues se aprovechara un recurso que esta inexplorado lo que aprovechara además la materia prima local, generara nuevas fuentes de trabajo y la actividad comercial e industrial se multiplicara

# CAPITULO III

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

En este Capítulo obtendremos información para enfrentar las condiciones del mercado, por lo que se podrá:

- Cuantificar el número de pobladores locales, consumidores o demandantes que acudan a un Balneario Turístico
- Determinar la demanda insatisfecha
- Determinar la capacidad de producción del Balneario en base de la infraestructura y extensión del terreno
- Analizar los precios de los servicios y productos alimenticios a ofertar en el Balneario y Restaurante.

#### **3.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

El proyecto utilizará maquinaria que cumpla con las expectativas de los clientes o habitantes de la parroquia por lo que se prevé los siguientes servicios y productos:

##### **3.1.1.1. SERVICIOS**

- Piscina de agua termal
- Ducha Polar
- Cancha deportiva de Uso Múltiple
- Sendero Ecológico por el Río Tupigachi
- Restaurante

##### **3.1.1.2. PRODUCTOS**

- Fritada
- Ceviches
- Yaguar loco
- Llapingachos
- Arroz con Menestra y Carne Asada
- Salchi papas
- Bebidas Calientes y Frías

### 3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES.

El proyecto, considera a los pobladores de la parroquia que requieren recreación, esparcimiento y estar en contacto con el agua que es fuente de salud, así en la Demanda Actual, los servicios y productos que se van a ofertar son: Piscina de agua termal, ducha Polar, cancha deportiva de uso múltiple, sendero ecológico por el río Guachala; y, en lo referente a los productos alimenticios, se brindará la fritada, ceviches, yaguarlocro, llapingachos, arroz con menestra y carne asada, salchipapas, así como bebidas calientes y frías, por lo que de acuerdo a la investigación de campo realizado y una vez tabuladas las encuestas, la Demanda Actual y Mercado Meta la obtenemos del porcentaje promedio de las respuestas de las preguntas de las encuestas que constan en el capítulo anterior, así:

Pregunta No 2.- ¿Usted ha visitado un balneario turístico?	Si 100,00%
Pregunta No 7.- ¿los servicios que le han brindado en los lugares donde acude es Malo y Deficiente?	15,00 %
Pregunta No 10. ¿Cree Ud. que es conveniente implementar un balneario turístico con todos los servicios requeridos en la parroquia de Tupigachi?	Si 100,00 %
Pregunta No 13. ¿Si se implementaría un balneario turístico en la parroquia con todos los servicios antes mencionados y sus adicionales. Haría uso del mismo?	Si 100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>315,00 %</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>78,75 %</b>

### 3.1.2.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

#### MERCADO META

<b>POBLACIÓN EN ESTUDIO</b>	<b>% PROMEDIO</b>	<b>MERCADO META</b>
5291	78,75 %	4167

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

De la población en estudio, 5291 posibles usuarios o demandantes del balneario, se concluye de acuerdo a las preguntas No 2, 7,10 y 13 en que hacen referencia a si han visitado un balneario turístico, los servicios que le han brindado en los lugares donde acude es bueno, malo y deficiente, si cree. que es conveniente implementar un balneario turístico con todos los servicios requeridos en la parroquia de Tupigachi y si se implementaría un balneario turístico en la parroquia con todos los servicios antes mencionados y sus adicionales. Haría uso del mismo, la sumatoria de las respuestas da un total de 315 % y dividiéndole para 4 nos da un promedio del 78,75 %. Este resultado lo multiplicados por los 5291 posibles usuarios y nos da como resultado que 4167 personas constituyen el mercado meta.

Del mercado meta determinamos la frecuencia o las veces que acude a utilizar los servicios del balneario de acuerdo a la pregunta No 8, por lo que para nuestro caso se considerará los resultados del cuadro No 8, así:

<b>OPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>NUMERO</b>
Semana	19%	792
Quincena	30%	1250
Mes	51%	2125
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4167</b>

De acuerdo al cuadro anterior, el mercado meta tiene una participación semanal, quincenal y mensual, por lo que se requiere cuantificarlo anualmente, así:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>COEFICIENTE ANUAL</b>	<b>PARTICIPACIÓN ANUAL</b>
Semana	792	52	41167
Quincena	1250	24	30000
Mes	2125	12	25500
<b>TOTAL</b>	<b>4167</b>	<b>100%</b>	<b>96667</b>

Para definir el número de personas que acuden a utilizar los servicios del balneario, utilizamos los resultados de la pregunta No 9 en que hace referencia a estos resultados, así:

**CUADRO No 29**

<b>OPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MERCADO META</b>	<b>NÚMERO</b>
Solo	9%	8700	8700
De 2 a 5	80%	77333	232000
De 6 a 9	9%	8700	60900
Más de 9	2%	1933	19333
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>96667</b>	<b>320933</b>

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

Al año se tendrá que acuden 320.933 personas, este resultado se obtiene, primero determinando la participación en el mercado meta y su relación con la opción, esto es los 96.667 multiplicamos por el 9, 80, 9 y 2 % para obtener el mercado meta anual y este resultado lo multiplicamos por 1 (en el caso de solo), por 3 (en el caso de 2 a 5), por 7 (en el caso de 6 a 9) y por 10 (en el caso de más de 9), de lo cual obtenemos los resultados anotados anteriormente.

**Proyección de la Demanda.-** Para calcular la demanda futura se aplica la fórmula estadística del monto con un crecimiento del 1,44% anual, usada cuando el crecimiento poblacional (dato del Gobierno Central) se relaciona directamente con el aumento de la demanda, como se especifica a continuación:

Este dato es tomado del INEC, que a la presente fecha está utilizando este indicador para proyectar el consumo, así:

$$DF = DA (1+i)^n$$

DF =	Demanda Futura
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,44%)
n =	# de años

En el siguiente cuadro se proyecta la Demanda, así:

### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Nº	AÑOS	DF
0	2012	<b>320933</b>
1	2013	325554
2	2014	330242
3	2015	334998
4	2016	339822
5	2017	344715

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

### 3.1.3. LA OFERTA, ANÁLISIS Y PROYECCIONES

Con respecto a la oferta del servicio de recreación que brindan los balnearios localizados en cantones cercanos o alejados como Mi Cuchito (Santo Domingo) o Chachimbiro, Ishigto y Oasis (Imbabura), conforme los resultados de la pregunta No 3 y 7, así:

Pregunta No 3. ¿Cuál de los establecimientos turísticos ha visitado?	17 %
Pregunta No 7. ¿Los servicios que le han brindado en los lugares donde acude es?	85 %
<b>TOTAL</b>	<b>102 %</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>51 %</b>

Si aplicamos este porcentaje a la Demanda Actual, tendríamos:

### 3.1.3.1. ESTUDIO DE LA OFERTA ACTUAL

CONCEPTO	PORCENTAJE	OFERTA
Porcentajes	51 %	163.676

Bajo la misma referencia establecida para la demanda futura, la oferta crece en la medida que crece la población, por lo que la oferta debe satisfacer las necesidades del consumidor; la fórmula de cálculo es:

$$OF = OA (1+i)^n$$

OF =	Oferta Futura
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,44%)
n =	# de años

FUENTE: Investigación de campo 04- 05-2012..

### 3.1.3.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Nº	AÑOS	OF
0	2012	163.676
1	2013	166033
2	2014	168424
3	2015	170849
4	2016	173309
5	2017	175805

FUENTE: Investigación de campo 04- 05-2012.

ELABORACIÓN: Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

### 3.1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA Y PROYECCIONES

**Demanda Insatisfecha Actual.**- Al comparar la Demanda Actual con la Oferta Actual, se establece una diferencia que será Déficit o Superávit; y, si es la primera se considerará como Demanda Insatisfecha resultante de lo siguiente:

#### DEMANDA INSATISFECHA AL AÑO 2012

Producto	Año 2012		
	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
Usuarios	320.933	163.676	157.257

FUENTE: Investigación de campo 04- 05-2012.

ELABORACIÓN: Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

**Demanda Insatisfecha Futura.**- Se obtiene de la resta de la Demanda con la Oferta, así:

**CUADRO No 30**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha Futura</b>		
	<b>Demanda Futura</b>	<b>Oferta Futura</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2012	<b>320933</b>	163.676	157.257
2013	325554	166033	159.522
2014	330242	168424	161.819
2015	334998	170849	164.149
2016	339822	173309	166.513

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

### 3.1.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

En el sector y de acuerdo a la encuesta y resultados obtenidos, los precios que pagan por los servicios y productos que cobran los diferentes balnearios y complejos turísticos son.

<b>OPCION</b>	<b>PRECIOS PROMEDIOS</b>
Piscina	2
Sauna	2,5
Turco	2
Hidromasaje	2,5
Alimentación	5
Áreas Deportivas	1

Para nuestro proyecto se considerará un precio promedio cuyo valor está en:

<b>OPCIÓN</b>	<b>PRECIOS PROMEDIOS</b>
Piscina Adultos	2
Piscina Niños	1
Piscina Tercera Edad	1
Uso de la cancha de uso múltiple	0,5
Alimentación	3

El Horario de atención al público será:

- De Miércoles a Domingo de 5 am 6 pm
- El día Martes no se trabaja pues se hace limpieza y desinfección.
- Un día del mes dedicado a mantenimiento general
- La piscina tiene 1 metro de profundidad

### 3.1.6. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción está ligada a un porcentaje a cubrir de la demanda insatisfecha así como a las dimensiones de la piscina y de la cancha de uso múltiple, las que serán ocupadas por el público asistente, así:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO DE PAX DÍA</b>	<b>HORAS DÍA</b>	<b>HORAS DÍA</b>	<b>PAX POR SEMANA</b>
Piscina	30	5	150	750
Canchas de Uso Múltiple	30	1	30	150
Alimentación	60	2	120	600

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

La capacidad del proyecto dependerá del tiempo y permanencia de los usuarios en las instalaciones por lo que en un día normal serán de promedio:

<b>OPCION</b>	<b>HORAS DÍA</b>
Piscina	150
Cancha de Uso Múltiple	30
Alimentación	120
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>

La proyección de la atención semanal y anual será:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO DE PAX DÍA</b>	<b>PAX POR SEMANA</b>	<b>ATENCIÓN ANUAL</b>
Piscina	30	150	7.500
Canchas de Uso Múltiple	30	150	7.500
Alimentación	60	300	15.000

**FUENTE:** Investigación de campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar.

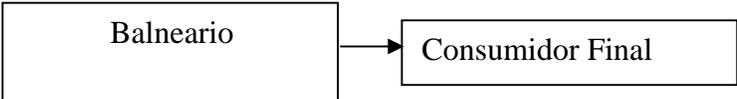
Según el cuadro anterior, una vez que opere y de acuerdo al servicio, el balneario en el año 2012, atenderá al 23,84 % de la Demanda Insatisfecha ( $37.500/157.257*100= 23,84\%$ )

**3.1.7. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN**

El balneario y la empresa que se conformará utilizarán los distintos canales de comercialización a fin de llegar o entregar el servicio y productos al consumidor final, se establecerá de esta manera una forma de comercialización directa e indirectamente.

La cadena comercial queda de la siguiente manera:

**CADENA DE COMERCIALIZACIÓN**



## **3.2. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico abarca el tamaño, la localización, la Ingeniería del proyecto, la descripción del proceso productivo, la distribución del balneario y los requerimientos.

Al describir la estructura física del balneario, se considerará el espacio para las piscinas, el restaurante, la cancha de uso múltiple, los vestidores, la cocina donde se ubicará la maquinaria necesaria para la elaboración de los distintos platos a brindar a los visitantes; así como bodega donde se almacenará la materia prima. Además contendrá las oficinas administrativas para el Gerente, la secretaría contadora y para el sendero ecológico a través del río.

### **3.2.1. TAMAÑO**

El tamaño del proyecto se determinará en base del estudio de mercado y la capacidad de producción que fue calculado en el estudio de mercado y en el estudio técnico se analiza las instalaciones, maquinaria y espacio a ocupar.

Del Balance Oferta Demanda que se presenta en el numeral 3.1.4, al referirnos al Análisis de la Demanda Insatisfecha y proyecciones, así como del numeral 3.1.6 respecto de la capacidad de producción, se plantea que el proyecto de inversión va a cubrir el 23,84 % de la demanda con una atención semanal teórica de 750 personas por semana en la piscina, de 150 personas en la cancha de uso múltiple y de 600 personas en alimentación.

Para la puesta en marcha del proyecto, el balneario y la empresa contarán con una construcción civil de 400 m<sup>2</sup> en un terreno de propiedad de uno de los socios, ubicado al sureste de la parroquia, cuya extensión total es de 1.500 m<sup>2</sup>, en la que se construirán 2 piscinas, una para los adultos y otra para los niños, los espacios para la cancha de uso múltiple, para camping, el restaurante, el parqueadero, el sendero

---

ecológico, los vestidores, las duchas, guardianía, administración, etc.

La ubicación del terreno y su selección es clave para el proyecto ya que el terreno de propiedad de uno de los socios posee 2 vertientes de agua termal y colinda con el río que posee agua dulce.

En este análisis intervienen varios factores como tenencia de la tierra ya que está en la zona rural y el terreno colinda con la comunidad, se analiza también el costo del terreno, la amplitud, la dotación de servicios básicos.

Entre las ventajas de ubicar el balneario en el sector es porque cuenta con todos los servicios básicos.

### **ESPACIO DE CONSTRUCCIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>M2</b>	<b>VALOR M2</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	1500	12,00	18.000,00
Construcción y Obra Civil	400	120	48.000,00

**FUENTE:** Investigación de Campo 04- 05-2012.

**ELABORACIÓN:** Víctor Falcón y Patricio Belalcázar

### **3.2.2. LOCALIZACIÓN**

El Terreno dispondrá de los siguientes servicios básicos:

- Vertiente de aguas termales en cantidades suficientes
- Agua dulce de buena calidad y en cantidades suficientes.
- Cercanía a la parroquia
- Vialidad para acceso directo de los visitantes, sus vehículos, la materia prima y los materiales.

- Instalaciones eléctricas.
- Sector de expansión, crecimiento y desarrollo acelerado por la vía hacia Cayambe y la ciudad de Quito, además de que existe en la parroquia comercios, cooperativas de ahorro y crédito y otras instituciones públicas y privadas.

### Macro localización

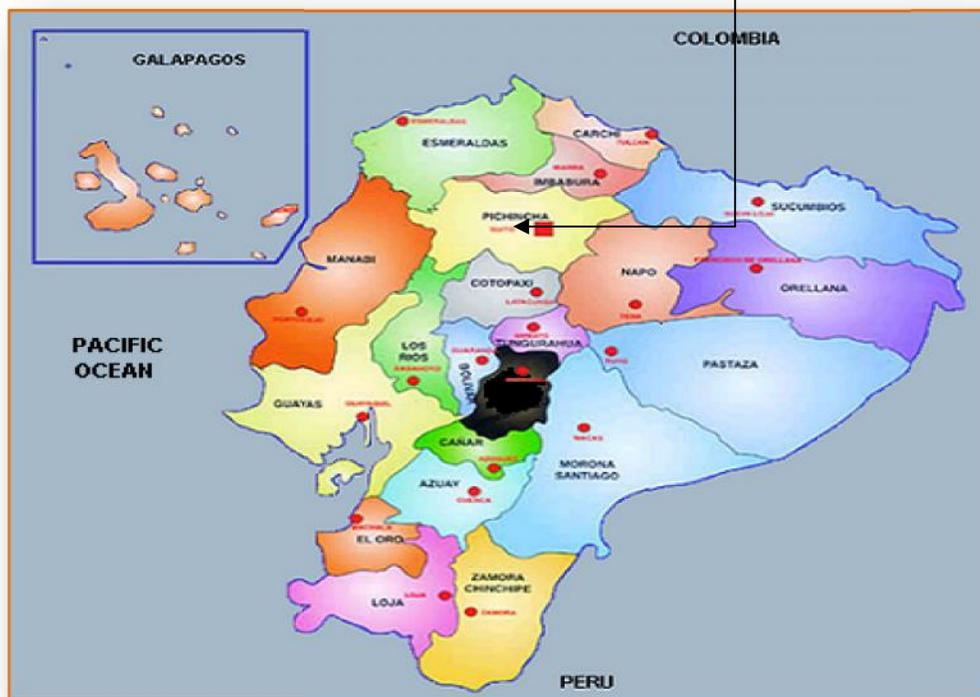
El proyecto se ubica en Ecuador

En la Provincia de Pichincha

En el cantón Pedro Moncayo

Prov. de Pichincha

### MAPA DEL ECUADOR



**Pedro Moncayo es uno de los cantones de la provincia de Pichincha**



Ubicación en la Provincia de Pichincha

El proyecto estará ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Pedro Moncayo cuyo clima es de 18° C de promedio

Micro localización

La parroquia de Tupigachi y el cantón Pedro Moncayo, se encuentran ubicados en el sector Noreste de la Provincia de Pichincha y el lugar donde se implementará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos como: agua, alcantarillado

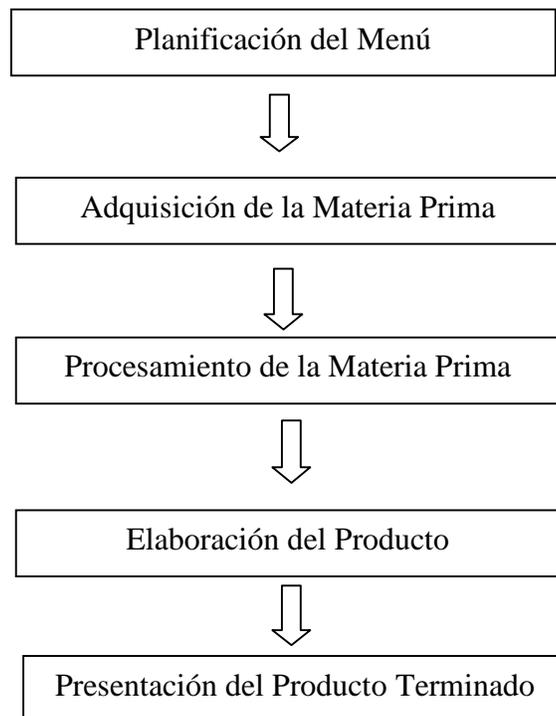
electrificación, vías de acceso, ubicación y cercanía al poblado, este está ubicado en una bajante al río :Tupigachi

### **3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO PRODUCTIVO**

La empresa al brindar el servicio de recreación y alimentación debe seguir el siguiente proceso productivo:

#### **3.2.3.1. FLUJOGRAMA BÁSICO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

El Restaurante pondrá a disposición de su clientela platos típicos para lo que cumplirá con el siguiente proceso productivo.



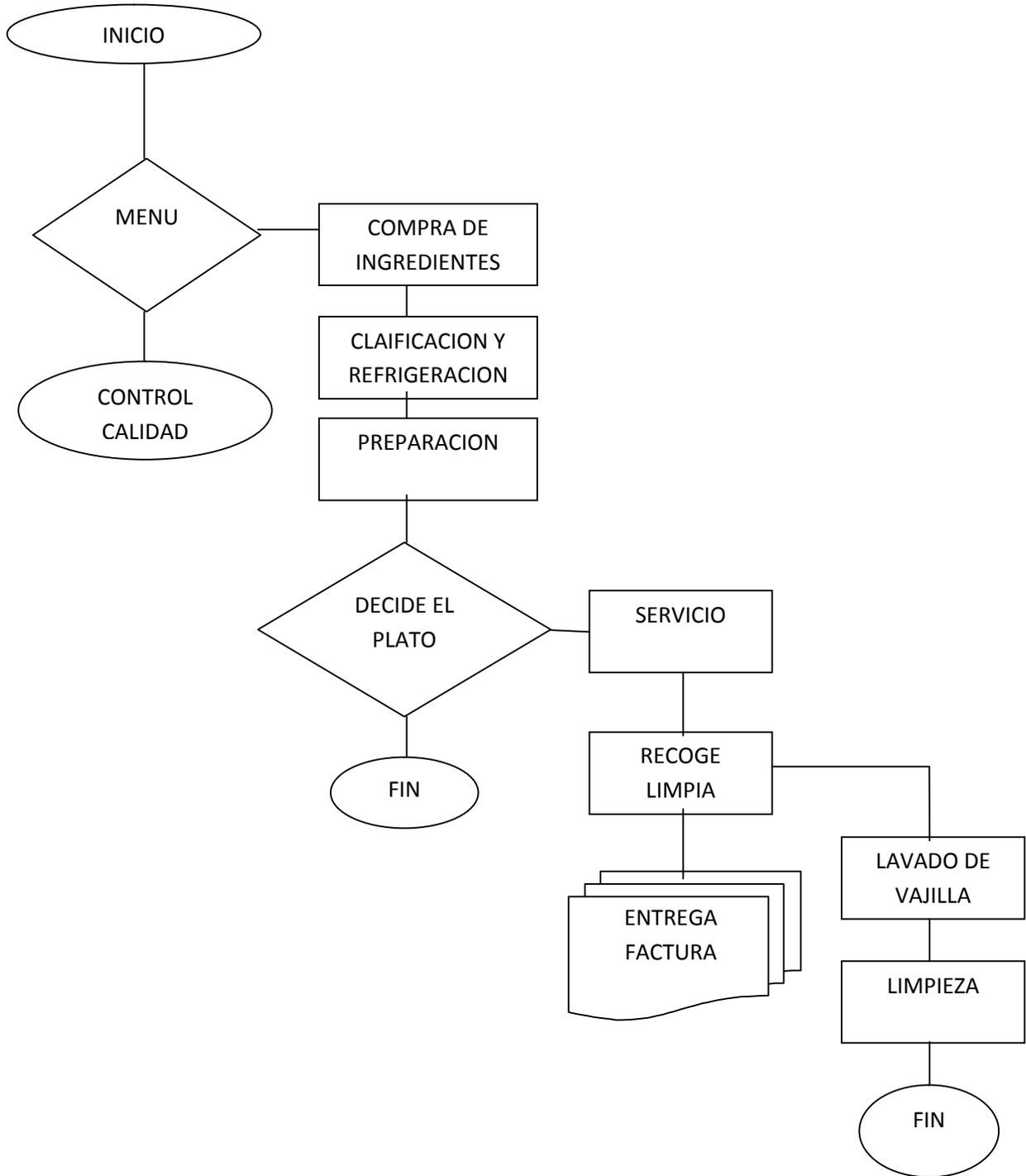
### **3.2.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

Previa planificación del menú por parte del Jefe de Cocina o administrador procederá a adquirir la materia prima en el mercado o supermercado local, para posteriormente iniciar el proceso de elaboración de los platos típicos, para lo que clasificara las carnes, verduras y víveres en general; debiendo realizar otras actividades como:

- ❖ Lavado.- En esta actividad se quitaran todas las impurezas de las carnes rojas y blancas, se las pondrán en reposo unos 15 minutos para que escurra toda el agua con la que ha sido lavada. Igual procedimiento se lo hará con las legumbres y hortalizas que se utilicen.
- ❖ Los aliños serán de buena calidad para alcanzar un sabor especial y exquisito.
- ❖ Todas las carnes rojas y blancas, una vez adobadas se las dejará un mínimo de reposo de 12 horas, para que se concentre el aliño.
- ❖ Preparación de los Alimentos: Las carnes blancas y rojas una vez que estén en su punto y listos para la cocción, se las asara, las otras como las blancas se las prepararan de acuerdo al plato que se requiera en el momento para dar un producto fresco y con buen sabor como es el caso del pescado. En el caso del arroz, este será cocinado para tenerlo al momento del despacho listo para ser servido; y de igual manera se hará con las menestras.
- ❖ Una vez cocinado el producto final, se servirán los alimentos en vajilla especial de porcelana para que den una buena imagen del negocio, además quienes vayan a servir los alimentos serán empleados debidamente uniformados para que den una buena atención e imagen ante el cliente.
- ❖ Los empleados que sirvan los alimentos y bebidas debe hacer que el cliente se sienta cómodo y a gusto en el establecimiento.

3.2.3.3.

DIAGRAMAS DEL PROCESO PRODUCTIVO.



#### **3.2.3.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

##### **RECREACIÓN**

**Ingreso.-** La primera operación consiste en el ingreso del usuario al Balneario.

**Pago.-** El usuario realiza el pago por el ingreso al Balneario que incluye piscina y sendero por la ribera del río

**Ejecución de la actividad.-** Luego del pago respectivo el cliente escogerá la canastilla y se desplazará a los vestidores para cambiarse de ropa, entregar la canastilla e ingresar a la piscina.

**Salida del cliente.-** Después de haberse relajado y disfrutado, procede a retirarse del lugar.

##### **ALIMENTACIÓN:**

**Ingreso.-**El cliente realiza el respectivo ingreso al restaurante donde se ofrece el servicio de alimentación.

**Pedido.-**Se acerca al mostrador revisa la carta y realiza el pedido.

**Toma la orden.-** Con el pedido y de acuerdo a la carta el cocinero coloca los alimentos en el plato.

**Entrega del pedido.-** El mesero entrega el pedido y el cliente se sirve.

**Pago.-**Luego de haberse servido los alimentos le pide al mesero la cuenta y realiza el pago respectivo.

**Salida del cliente.-** Después de haber degustado del alimento procede a retirarse del lugar.

### 3.2.4. DISTRIBUCIÓN DEL BALNEARIO

Plano 1

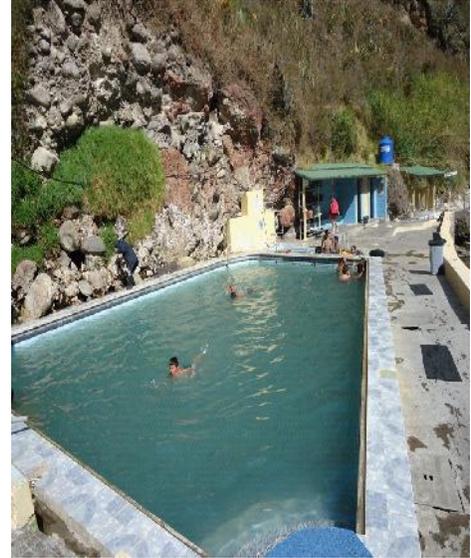
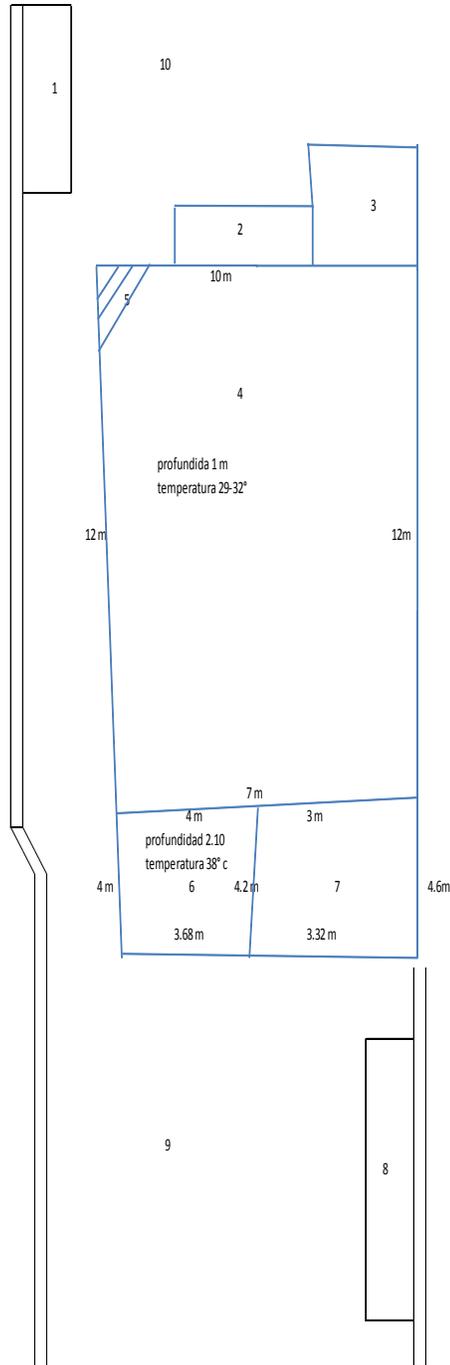
Piscina

- 1 Vestidores
- 2 Ducha caliente, termal
- 3 Bodega
- 4 Piscina
- 5 Gradas
- 6 Vertiente agua termal
- 7 Ducha agua fria
- 8 Vestidores, servicios higienicos
- 9 Patio trasero
- 10 Patio principal

Observaciones

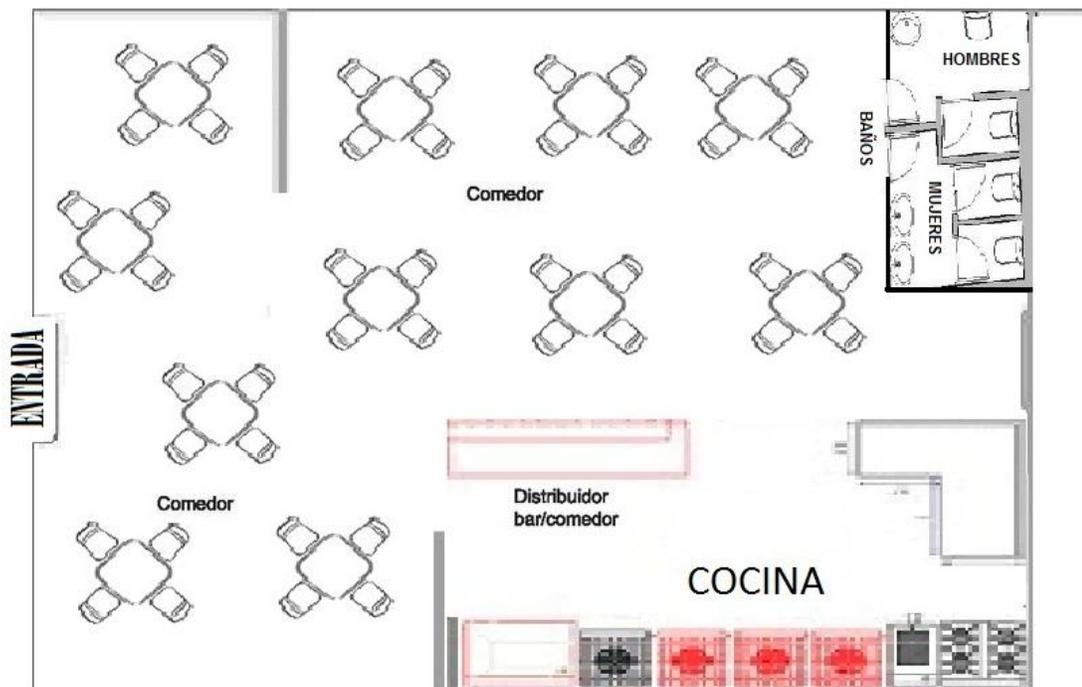
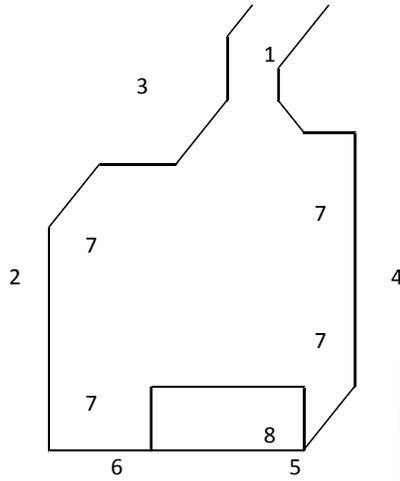
Tiempo de llano es entre 4 - 5 horas

Tonalidad de agua Amarillo Verdoso



Plano 1  
Ingreso y Estacionamiento

- 1 Calle de ingreso
- 2 Rio
- 3 Casas Vecinas
- 4 Casas Vecinas
- 5 Espacios Verdes
- 6 Entrada
- 7 Estacionamiento
- 8 Restaurante



## **VENTAJAS DE UNA BUENA DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS EN EL BALNEARIO**

Una buena distribución de las instalaciones en el balneario permitirá:

- Circulación adecuada de la clientela, personal, equipos, materiales y productos.
- Seguridad del personal y reducción de accidentes.
- Mejorar la calidad y atención al cliente.
- Mejorar las condiciones de trabajo.
- Incrementar la productividad y reducción de costos.

### **3.2.5. REQUERIMIENTOS**

#### **MAQUINARIA**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
1	Cocina Industrial	Unidades	2
2	Congelador	Unidades	1
3	Refrigeradoras	Unidades	2
4	Cafetera	Unidades	1
5	Batidora	Unidades	1
6	Licadoras	Unidades	2
7	Asadero	Unidades	1
6	Micro ondas	Unidades	1
7	Extractor de Jugo	Unidades	2

## EQUIPO DE COCINA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
1	Ollas Grandes	Unidad	4
2	Ollas Medianas	Unidad	8
3	Juego de Cuchillos	Unidad	3
4	Juego de Cubiertos	Unidad	4
5	Vajillas	Unidad	2
6	Juego de Espumaderas	Unidad	1
7	Juego de Coladores	Unidad	5
8	Juego de Sartenes	Unidad	2
9	Juego de Pailas Pequeñas	Unidad	1
10	Juego de Cucharones	Unidad	3

## ACTIVOS FIJOS

Son todos aquellos bienes que la empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones y se menciona al terreno, construcciones, equipamiento de la planta, oficina y ventas, así:

## TERRENOS

El terreno donde se construirá la empresa está localizado en el sector sur de la parroquia Tupigachi, en un área de 1.500 m<sup>2</sup> cuyo costo es de US \$ 18.000,00 dólares; y, está distribuido en:

Piscina para Adultos	120 m <sup>2</sup>
Piscina para Adultos	30 m <sup>2</sup>
Vestidores y Duchas	40 m <sup>2</sup>
Baños	30 m <sup>2</sup>
Bodega y Canceles	40 m <sup>2</sup>
Gerencia	20 m <sup>2</sup>
Administración y Contabilidad	20 m <sup>2</sup>

Restaurante y Cocina	60 m2
Cancha de Uso Múltiple	140 m2
Parqueadero	200 m2
Sendero Ecológico	300 m2
Áreas Verdes	500 m2

**TOTAL 1.500 m2**

A continuación se presentan los equipos para una administración más eficiente de la empresa.

### **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Computadora	Epson.	2
Impresora	Epson	1

Fuente: Trabajo de campo.

La adquisición de las computadoras e impresora serán de mucha utilidad para el área administrativa, estos equipos presentan características especiales e indispensables, las cuales ayudan al manejo administrativo.

### **EQUIPO DE OFICINA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Televisor	LG	1
Equipo de Sonido	LG	1

Fuente: Trabajo de campo.

## **MUEBLES DE OFICINA.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Escritorios	Para Oficinas Administrativas	3
Archivador	Para Oficinas Administrativas	2
Sillas	Para Oficinas Administrativas	3

Fuente: Trabajo de campo.

Estos muebles de oficina se utilizarán en cada una de las áreas administrativas con la finalidad de acoplar los equipos de computación y dar mejor espacio al personal de oficina y clientes.

## **PAPELERÍA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Papel Bond resma	2
Esferográficos	6
Quita Grapas	3
Papel de fax	3
Sellos	1

## **ÚTILES DE ASEO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Basureros	Para cada área	4
Papel, Rótulos en mica	Informativos	5
Dispensadores de papel	Colocar el papel higiénico	2

Fuente: Trabajo de campo.

### **3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL**

#### **3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA**

La empresa BALNEARIO EL EDÉN S.A, estará representada por un Directorio y cada socio tendrá acciones en la medida de su aporte de capital

#### **3.3.2. GIRO DEL NEGOCIO**

Este negocio está ligado a la recreación y el esparcimiento de los habitantes de la parroquia de Tupigachi y cantón Pedro Moncayo, para lo que contará con los recursos materiales, económicos y humanos.

#### **3.3.3. ESLOGAN**

El slogan de la empresa es BALNEARIO EL EDÉN, EL PARAÍSO DE LA V REGIÓN

#### **3.3.4. LOGOTIPO**

El logotipo de la empresa es:



### **3.3.5. ACCIONISTAS**

Al ser la empresa una Sociedad Anónima, la ley establece mínimo 3 accionistas, por lo que a continuación se menciona a los socios y cuál es su aporte de capital

#### **APORTE DE LOS ACCIONISTAS**

<b>No</b>	<b>NOMBRE DEL SOCIO</b>	<b>C.I</b>	<b>APORTE DE CAPITAL</b>
1	Sevilla Monteros Jorge Luis	1718613381	22.248,95
2	Sevilla Monteros Edwin Jorge	1713641452	20.000,00
3	Sevilla Monteros María Yolanda	1001650827	15.000,00

### **3.3.6. CUADRO DIRECTIVO DE LA COMPAÑÍA**

<b>No</b>	<b>NOMBRE DEL SOCIO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
1	Sevilla Monteros Jorge Luis	Presidente
2	Sevilla Monteros Edwin Jorge	Secretario
3	Sevilla Monteros María Yolanda	Tesorero

### **3.3.7. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Al constituir una Sociedad Anónima los requisitos para su constitución son:

- Contar con mínimo tres socios que sean mayores de edad y capaces de contraer obligaciones
- Establecer 3 reuniones y en ellas conocer y aprobar el Estatuto de Constitución de la Compañía

- Nombrar un Presidente y Secretario que será a su vez el Gerente de la Compañía
- Contratar un Abogado para que sea el responsable de elevar a escritura pública el estatuto y presentar en la Notaría
- Abrir una Cuenta de Integración en un banco de localidad con el 50 % del capital a iniciar o que consta en la Escritura de Constitución y como se pagará el otro 50%.
- Presentar en 3 ejemplares la Escritura de Constitución en la Intendencia de Compañías en la ciudad de Quito por parte del Abogado
- En el caso de no existir ningún impedimento y sea aprobado, publicar un extracto de aprobación de la Compañía en un periódico local
- Llevar la publicación y marginar en la Notaría
- Ir al Registro Mercantil para registrar la Compañía y los Nombramiento del Gerente y Presidente
- Nombrar al Contador que será el encargado de llevar la Contabilidad, el Ruc en el SRI y en el Seguro Social
- Los aportes se contabilizarán y se emitirán acciones, de acuerdo al cuadro adjunto, debiendo señalar el valor de cada una de ellas, por ejemplo si serán de 1, 5, 10 o más dólares las participaciones:

### **Requisitos Legales**

Los requisitos legales para el funcionamiento de la empresa son los siguientes:

### **Registro Único de Contribuyentes- RUC**

El RUC, es el punto de partida para el proceso de administración tributaria y constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas.

El RUC es el documento que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal, por lo que los contribuyentes deben inscribirse en el SRI dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

### **Requisitos:**

- Formulario suscrito por el representante legal.
- Copia de la escritura de la Constitución legal de la empresa.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Original y copia de la planilla de servicio básico agua luz o teléfono.

### **Aspectos Tributarios**

Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI):

El SRI, es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. 4

El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1ro. de enero al 31 diciembre, los pasos a seguir son los siguientes:

Las obligaciones tributarias varían según el tipo de contribuyente y de acuerdo a las características de su actividad económica.

---

4[www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=163](http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=163)

### **Las obligaciones con el SRI son las siguientes:**

- Presentar declaración del IVA como agente de retención si es que la actividad lo amerita, ésta declaración se presentará mensualmente de las operaciones grabadas por dicho impuesto, la base imponible es el 12%.
- Declaración del Impuesto a la Renta Sociedades.
- Declaración del Impuesto a la Renta Empleados.
- Realizar retenciones en la fuente por concepto de impuesto a la renta y presentar las correspondientes declaraciones y pago retenido.

### **Patente Municipal**

- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Formulario de declaración del impuesto de patentes (Se compra en la tesorería a la que corresponda el establecimiento).
- Formulario para categorización
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Clave catastral.

### **Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos**

Se realizó la investigación sobre los requisitos que se necesita para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos, a continuación se describe los requisitos:

#### **Requisitos:**

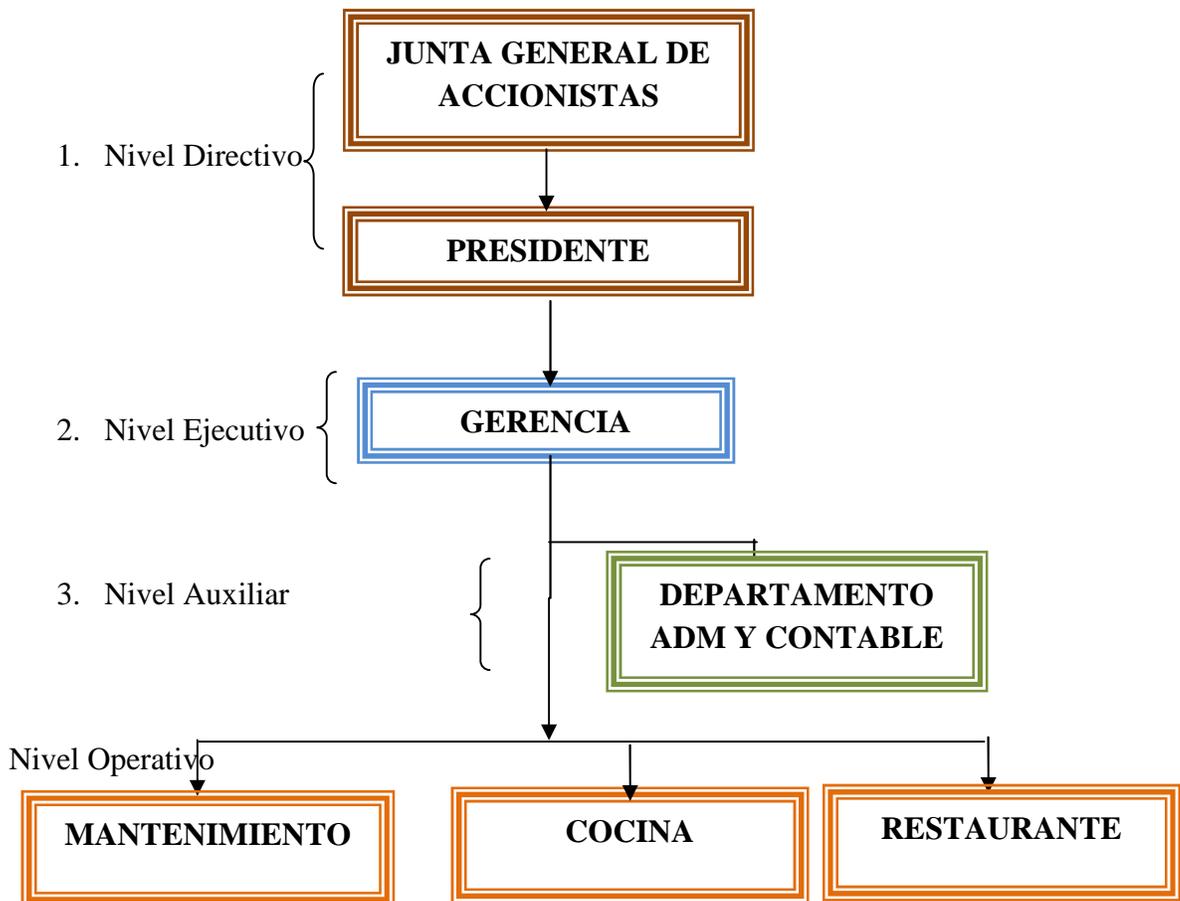
- Original y copia de la cedula de identidad y papeleta de votación
- Copia del RUC.

- Formulario de declaración del Impuesto de patentes (Este formulario se lo compra en la tesorería del CB).
- Informe favorable de inspección.
- Copia de la Patente Municipal.

### 3.3.8. ORGÁNICO ESTRUCTURAL

La organización de la empresa será de tipo vertical en que se encuentran los 4 niveles jerárquicos de la empresa y son:

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| 1. Nivel Directivo | 2. Nivel Ejecutivo |
| 3. Nivel Auxiliar  | 4. Nivel Operativo |



### **3.3.9. ORGÁNICO FUNCIONAL**

#### **NIVEL DIRECTIVO:**

Legislará sobre las políticas que deberán seguir en la Compañía, sus funciones serán:

- Normar los procedimientos,
- Redactar los reglamentos internos,

El Nivel Directivo lo conforma la:

- Junta General de Accionistas
- Presidente

#### **JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

Está integrada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano máximo de gobierno y dirección de la Compañía, ordinariamente se reunirá mensualmente, previa convocatoria del señor Presidente o por iniciativa de los accionistas

#### **FUNCIONES**

- Resolver asuntos relativos a todos los negocios que sean de acuerdo a la competencia de Ley y el Estatuto.
- Nombrar, remover por causa legal a los funcionarios, fijar remuneraciones y sueldos.
- Conocer sobre las cuentas bancarias, informes, documentos que le fueren presentados y dictar las resoluciones correspondientes.
- Resolver sobre el reparto de los beneficios sociales.
- Facultar al Gerente General para que suscriba actos y contratos.
- Nombrar al Gerente General
- Elaborar y políticas comerciales de la empresa.
- Fiscalizar el cumplimiento de los planes de inversión.

## **NIVEL EJECUTIVO**

El Gerente será el representante legal, sus funciones administrativas serán: planificar, organizar y dirigir planes y programas; transmitir a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

## **PERFIL DEL PUESTO**

Título Terminal: Ingeniero Comercial

Edad: 23 a 30 años

Experiencia: 2 años

## **FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL**

- Presentar el Plan Operativo y ejecutarlo si es aprobado por la Junta General de Accionistas.
- Dirigir, controlar y evaluar las actividades técnicas, administrativas, financieras y judiciales.
- Implementar mecanismos de control interno, calidad y competitividad
- Instituir un sistema de selección técnica y capacitación del personal
- Preparar y presentar anualmente o cuando lo requieran, los informe de actividades administrativas, económicas y financieras de la empresa.
- Elaborar informes para los accionistas
- Supervisar la correcta utilización de los recursos en la empresa
- Controlar los depósitos y reembolsos
- Supervisa la elaboración de la producción

## **NIVEL AUXILIAR**

Ayuda a los otros niveles en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia; las actividades del nivel auxiliar tiene que ver con administración, contabilidad, finanzas, etc.

## **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO Y CONTABLE**

- Llevar el registro del personal que labora en la empresa
- Preparar el plan de capacitación de los empleados
- Llevar la contabilidad de la compañía.
- Manejar todo el sistema contable de la empresa y sus estados financieros
- Evaluar las necesidades de contratar capacitadores de diversos temas, de acuerdo a las necesidades de los miembros de la empresa y de los clientes.

## **NIVEL OPERATIVO**

Son los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la compañía, es decir cumplirán las órdenes emanadas por los órganos directivo y administrativo.

## **COCINA**

En este departamento habrá un Chef y un Ayudante.

### **Perfil del candidato.**

- Título en gastronomía o administración hotelera
- Mínimo 2 años de experiencia en el área
- Edad mínima 25 años

**Funciones del Chef de Cocina:**

- Preparar todos los platos típicos que el Restaurante ofrezca.
- Vigilar el aseo de la cocina.
- Hacer reportes de los comestibles que se necesiten al departamento de alimentos y bebidas.
- Organizar el área de cocina.
- Elaborar los menús
- Capacitar a su personal
- Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos.

**Ayudante de Cocina:**

- Preparar la comida junto con el chef.
- Notificar al Chef, alguna novedad en la cocina
- Recibir los pedidos que dan los meseros y despacharlo de manera oportuna y eficiente.

**RESTAURANTE**

En esta área trabajará 1 mesero que tendrá la siguiente función:

- Recibir a los clientes con un cordial saludo.
- Ubicarlos en las mesas respectivas
- Tomar nota del pedido
- Entregarlo al departamento de cocina
- Limpiar la zona del comedor.
- Atender a los turistas y población local con servicios de alimentación, bebidas calientes y frías de calidad.
- Confeccionar los pedidos de alimentación.
- Optimizar los materiales y cantidad de alimentos

- Implementar recetas y menús.
- Optimizar la materia prima para la disminución de los precios en los que se prime la calidad del producto.
- Vigilar que se prepare con solvencia lo solicitado.

## **MANTENIMIENTO**

El Departamento de mantenimiento se encarga de la reposición de los elementos de trabajo de cada una de las áreas y realiza el mantenimiento de las instalaciones.

Sus funciones serán:

- Reparar y mantener en buenas condiciones la piscina, jardines, instalaciones eléctricas, etc., además realizan refacciones en general.
- Mantener en excelentes condiciones higiénicas todas las instalaciones del balneario.
- Realizar la limpieza de las áreas públicas del mismo, reponer los artículos propios de las habitaciones como por ejemplo las toallas, jabones, entre otros.

La labor del departamento de mantenimiento, está relacionada muy estrechamente en la prevención de accidentes y lesiones en el trabajador, ya que tiene la responsabilidad de mantener en buenas condiciones, la maquinaria y herramientas, equipo de trabajo, lo cual permite un mejor desenvolvimiento y seguridad evitando en parte riesgos en el área laboral.

### 3.4. ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero es muy importante para continuar con el proyecto, ya que aquí se analiza los Egresos de acuerdo al Costo de Producción, las Inversiones en Capital de Trabajo, Activos Fijos, la totalidad de la Inversión y Financiamiento así como los Ingresos para en base del Estado de Resultados determinar la Utilidad y los posteriores indicadores financieros que permita tomar la decisión de invertir.

#### 3.4.1. COSTO TOTAL

**CUADRO No 31**

<b>COSTO TOTAL</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>REFERENC</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			<b>25711,57</b>
Costos Directos			
Materia Prima	8083,80	Anexo No 1	
Mano de Obra Directa	10055,58	Anexo No 2	
Costos Indirectos			
Materia Prima Indirecta	624,00	Anexo No 3	
Mano de Obra Indirecta	2861,54	Anexo No 4	
Depreciación	3256,65	Anexo No 5	
Movilización y Transporte	480,00	Anexo No 6	
Mantenimiento	120,00	Anexo No 7	
Amortización	230,00	Anexo No 8	
<b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>10082,31</b>
Sueldos	7811,70	Anexo No 9	
Útiles de Aseo	934,80	Anexo No 10	
Útiles de Oficina	317,76	Anexo No 11	
Servicios Básicos	276,00	Anexo No 12	
Depreciaciones Equ. Of.	742,05	Anexo No 13	
<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>1476,00</b>
Promoción y Publicidad	1476,00	Anexo No 14	
<b>COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	14526,08	Anexo No 15	<b>14526,08</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>51795,96</b>		<b>51795,96</b>

ELABORADO POR: El Autor

### 3.4.2. INVERSIÓN TOTAL

CUADRO No 32

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			
<b>RUBROS</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>REFERENC</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			<b>81109,50</b>
Terreno	18000,00	Anexo No 16	
Construcción e Infraestructura	49700,00	Anexo No 17	
Maquinaria	4490,00	Anexo No 18	
Equipo de Cocina	1030,00	Anexo No 19	
Menaje	1744,50	Anexo No 20	
Muebles y Enseres	3070,00	Anexo No 21	
Equipo de Oficina	2175,00	Anexo No 22	
Equipo de Computo	900,00	Anexo No 23	
<b>INVERSIÓN INTANGIBLES</b>			<b>2300,00</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1200,00	Anexo No 24	
Gastos de Organización	500,00	Anexo No 25	
Capacitación del Personal	600,00	Anexo No 26	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>4316,33</b>
Materia Prima	673,65	Anexo No 27	
Mano de Obra	837,97	Anexo No 28	
Gastos de Fabricación	611,85	Anexo No 29	
Gastos Administrativos y Generales	840,19	Anexo No 30	
Gastos de Venta	123,00	Anexo No 31	
Gastos Financieros	1210,51	Anexo No 32	
Amortización	19,17	Anexo No 33	
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>87725,83</b>

ELABORADO POR: El Autor

### 3.4.3. FINANCIAMIENTO

CUADRO No 33

<b>FUENTES</b>	<b>INVERSIÓN FIJA E INTANGIBLE</b>	<b>%</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Aporte Propio	40685,8	46,4	4316,3	4,92	45002,1	51,30
Préstamo	42723,8	48,7	0,0	0,00	42723,8	48,70
<b>TOTAL</b>	<b>83409,6</b>	<b>95,1</b>	<b>4316,3</b>	<b>4,92</b>	<b>87725,9</b>	<b>100,0</b>

## FINANCIAMIENTO POR PARTIDAS

CUADRO No 34

CONCEPTO INVERSIONES FIJAS INVERSIONES FIJAS	TOTAL INVERSIÓN INVERSIÓN	PROPIETARIO	CRED BAN
Terreno	18000,00	18000,00	0
Construcciones	49700,00	14910,00	34790,00
Maquinaria	4490,00	2245,00	2245,00
Equipo de Cocina	1030,00	515,00	515,00
Menaje	1744,50	872,25	872,25
Muebles y Enseres	3070,00	921,00	2149,00
Equipo de Oficina	2175,00	652,50	1522,50
Equipo de Computo	900,00	270,00	630,00
Inversiones Fijas Intangibles	2300,00	2300,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	673,65	673,65	0,00
Mano de Obra	837,97	837,97	0,00
Gastos de Fabricación	611,85	611,85	0,00
Gastos Administrativos	840,19	840,19	0,00
Gastos de Venta	123,00	123,00	0,00
Gastos Financieros	1210,51	1210,51	0,00
<b>Amortización</b>	19,17	19,17	
<b>TOTAL</b>	<b>87725,83</b>	<b>45002,08</b>	<b>42723,75</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>			
	100	51,30	48,70

De acuerdo al Cuadro de Financiamiento, del Total de la Inversión que contiene la Inversión en Activos Fijos y Capital de Trabajo totalizan US\$ 87.725,83 dólares, de los cuales los socios aportarán con recursos propios 45.002,08 dólares que corresponden al 51,30 % del total y la diferencia esto es de US\$ 42.723,75 dólares que corresponden al 48,70 % del total serán obtenidos a través de un crédito en una de las instituciones financieras de la localidad.

### CUADRO No 35

<b>CALCULO PRÉSTAMO</b>		
Fecha de Contratación		
Monto	42.723,8	
Tasa de Interés	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	85.44,75	

### TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

<b>No</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO TOTAL</b>	<b>SALDO</b>
0	42723,75	14 %		
1	8544,75	5981,3	14526,1	42723,75
2	8544,75	4785,1	13329,8	34179,00
3	8544,75	3588,8	12133,5	25634,25
4	8544,75	2392,5	10937,3	17089,50
5	8544,75	1196,3	9741,0	8544,75
	<b>42723,75</b>	<b>17944,0</b>	<b>60667,7</b>	

Empleando la fórmula para el cálculo de interés por cuotas variables y de acuerdo a la tasa de interés que cobran actualmente los bancos para financiar actividades productivas, el financiamiento está calculado a 5 años, con lo que las cuotas anuales son variables correspondiendo al Pago Total que resulta de la suma del Capital más el Interés cuyas cuotas anuales van de los 14.526,1 a 9741 dólares al quinto año; la cuota para el capital de trabajo mensualmente en el primer año es de 1210,51 dólares; en los que se incluye el interés y la amortización de la deuda.

### 3.4.4. ESTRUCTURA DE COSTOS

CUADRO No 36

	DESCRIPCIÓN	FIJO	VARIABLE	TOTAL
<b>1</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>25711,57</b>
	Costos Directos			
	Materia Prima		<b>8083,80</b>	
	Mano de Obra Directa	10055,58		
	Costos Indirectos			
	Materia Prima Indirecta		624,00	
	Mano de Obra Indirecta	2861,54		
	Depreciación	3256,65		
	Movilización y Transporte		480,00	
	Mantenimiento	120,00		
	Amortización	230,00		
<b>2</b>	<b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>10082,31</b>
	Sueldos y Salarios	7811,70		
	Útiles de Aseo	934,80		
	Papelería	317,76		
	Servicios Básicos	276,00		
	Depreciaciones Equ. Of.	742,05		
<b>3</b>	<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>1476,00</b>
	Promoción y Publicidad	1476,00		
<b>4</b>	<b>COSTO FINANCIERO</b>			
	Intereses	14526,08		<b>14526,08</b>
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>42608,16</b>	<b>9187,80</b>	<b>51795,96</b>

El Costo Total del Proyecto está conformado por los Costos Fijos que totalizan 42.608,16 dólares y permanecen constantes a cualquier volumen de producción, integrando la mano de obra directa, la depreciación de activos fijos de la empresa, sueldos, gastos de venta y financieros.

Los Costos Variables, de acuerdo al cuadro anterior suman 9.187.8 dólares en que se incurren durante el proceso de producción y varían de acuerdo al volumen como materia prima, servicios básicos, útiles de oficina, etc.

### 3.4.5. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Para obtener los ingresos debemos considerar 3 actividades sobre la cual empresa genera sus ingresos, laborando 5 días a la semana y 52 semanas al año y son: Entrada al Complejo y Piscinas, Alimentación y Bebidas Frías o Calientes.

**CUADRO No 37**

RUBROS	PRECIO VENTA	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	TOTAL	INGRESO
		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Arroz con menestra carne, pollo o chuleta asada.	2	40	120	480	5.760	11.520
Fritada.	2	20	60	240	2.880	5.760
Ceviche de Concha y Camarón	3	30	90	360	4.320	12.960
Ceviche Mixto.	4	10	30	120	1.440	5.760
Yaguar loco	4	20	60	240	2.880	11.520
Llapingachos	3	20	60	240	2.880	8.640
<b>SUBTOTAL</b>						<b>56.160</b>
Entrada a las Piscinas	1	30	150	600	7.200	7.200
<b>SUBTOTAL</b>						<b>7.200</b>
Cola Personal	0,3	30	150	600	7.200	2.160
Jugos	0,5	10	50	200	2.400	1.200
Aguas.	0,3	10	50	200	2.400	720
Energizantes	1	10	50	200	2.400	2.400
Cerveza	1	50	250	1.000	12.000	12.000
<b>SUBTOTAL</b>						<b>18.480</b>
<b>TOTAL AÑO</b>						<b>81.840</b>

### 3.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

<b>PE</b> =	<b>C F</b>
1 -	<b>C V</b>
	<b>Y</b>

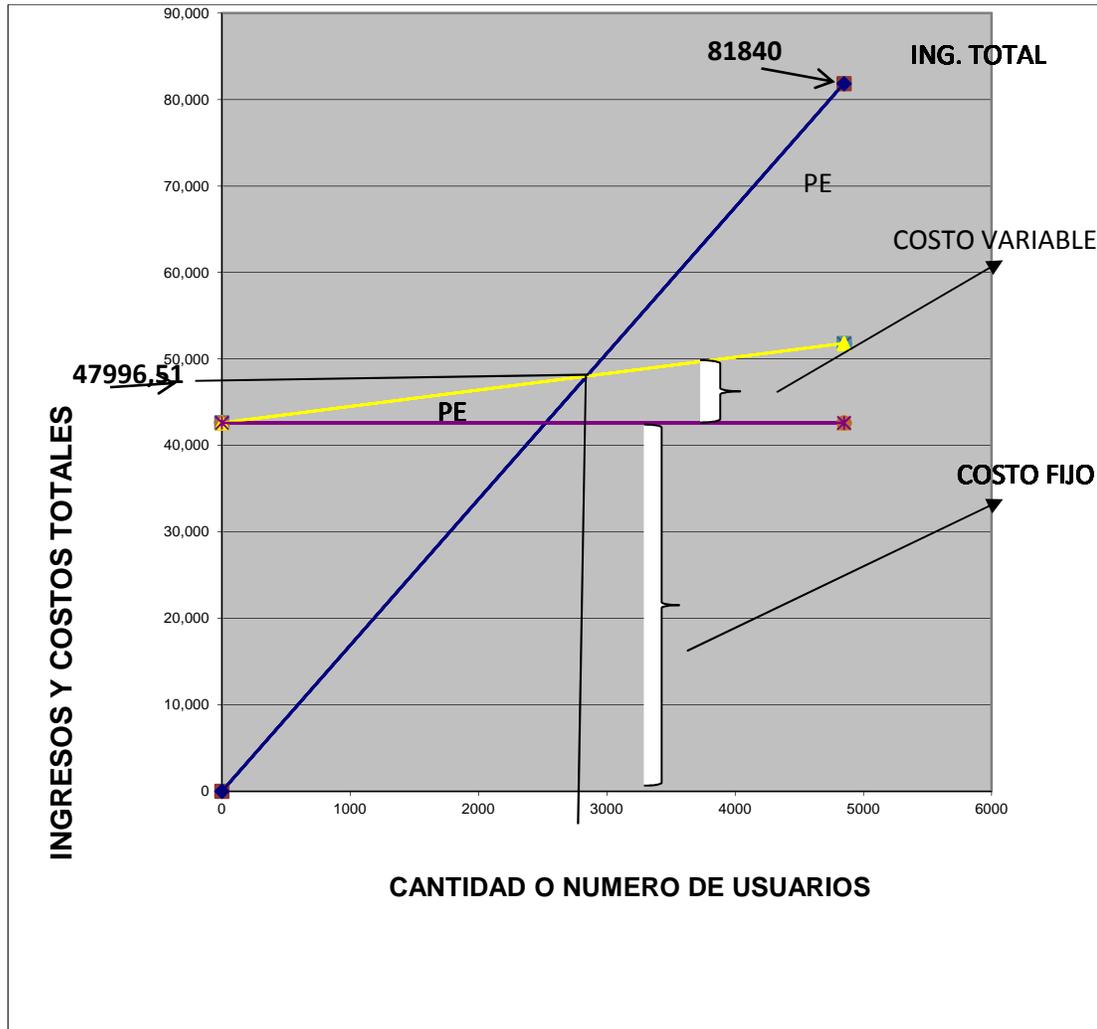
<b>PE</b> =	<b>COSTOS FIJOS</b>
1 -	<b>COSTOS VARIABLES</b>
	<b>INGRESOS TOTALES</b>

=	42608,16
1 -	9187,80
	81840,00
=	42608,16
1 -	0,112265
	42608,16
=	0,887735
=	47996,51

De acuerdo a la fórmula que se utiliza para el cálculo del Punto de Equilibrio, la empresa no puede vender menos de 47996,51 lo que quiere decir con este rubro no ganamos ni perdemos.

Para tener concordancia con el cálculo numérico del Punto de Equilibrio, en el gráfico se demuestra que el Ingreso Total es de 81840 dólares, el Costo Fijo es de 42608,16 dólares y el Costo Variable es de 9.187,8 dólares totalizando el Costo en 51795,96 dólares y el Punto de Equilibrio coincide en 47996,51 dólares.

### GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



#### 3.4.7. ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados, se estructura en base de los Ingresos por la venta de los productos alimenticios, entrada al balneario y bebidas frías que se brindará a los clientes, a los cuales se le resta todos los costos de producción donde se incluye la materia prima, mano de obra y de fabricación, para seguidamente anotar los gastos administrativos, de venta, financieros y los impuestos que por Ley se deben cancelar.

El Estado de Resultados para el Primer Año, se anota a continuación, así:

### PRIMER AÑO

CONCEPTO /AÑOS		Año 1	%
	<b>INGRESOS</b>	81840	100,0
-	<b>COSTOS</b>	51565,96	63,0
-	Costo de Producción	25481,57	31,1
-	Costos Administrativos	10082,31	12,3
-	Costos de Ventas	1476	1,8
-	Costos Financieros	14526,1	17,7
=	<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>	30274	37,0
-	Participación (15%) Trabajadores	4541,1	5,5
=	Utilidad antes de Participación	25732,9	31,4
-	Impuesto a la Renta (23 %)	5918,6	7,2
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>19814,4</b>	24,2

Cancelando todos los gastos e impuestos se obtendrá una utilidad de US\$ 19.814,4 dólares correspondiendo al 24,2 % en relación al Ingreso Total, utilidad que pasará a ser Patrimonio de la empresa; los costos de mayor incidencia son los de Producción con el 31,1 %, el Financiero con el 17,7 %, de Administración y Generales el 12,3 % y el de ventas con el 1,8 %.

CONCEPTO /AÑOS		Año 2	%
	<b>INGRESOS</b>	<b>85113,6</b>	<b>100,0</b>
	<b>COSTOS</b>	<b>51851,29</b>	<b>60,9</b>
	Costo de Producción	26500,84	31,1
	Costos Administrativos	10485,6	12,3
	Costos de Ventas	1535,0	1,8
	Costos Financieros	13329,8	15,7
	<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>	<b>33262</b>	<b>39,1</b>
	Participación (15%) Trabajadores	4989,3	5,9
	Utilidad antes de Imp	28273,0	33,2
	Impuesto a la Renta (22%)	6220,1	7,3
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>22052,9</b>	25,9

CONCEPTO /AÑOS		Año 3	%
<b>INGRESOS</b>		<b>89369,3</b>	<b>100,0</b>
<b>COSTOS</b>		<b>51970,82</b>	<b>58,2</b>
Costo de Producción	27560,87		30,8
Costos Administrativos	10695,3		12,0
Costos de Ventas	1581,1		1,8
Costos Financieros	12133,5		13,6
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>		<b>37398</b>	<b>41,8</b>
Participación (15%) Trabajadores		5609,8	6,3
Utilidad antes de Imp		31788,7	35,6
Impuesto a la Renta (22%)		6993,5	7,8
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>24795,2</b>	<b>27,7</b>

CONCEPTO /AÑOS		Año 4	%
<b>INGRESOS</b>		<b>93837,7</b>	<b>100,0</b>
<b>COSTOS</b>		<b>52138,33</b>	<b>55,6</b>
Costo de Producción	28663,31		30,5
Costos Administrativos	10909,2		11,6
Costos de Ventas	1628,5		1,7
Costos Financieros	10937,3		11,7
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>		<b>41699</b>	<b>44,4</b>
Participación (15%) Trabajadores		6254,9	6,7
Utilidad antes de Imp		35444,5	37,8
Impuesto a la Renta (22%)		7797,8	8,3
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>27646,7</b>	<b>29,5</b>

CONCEPTO /AÑOS		Año 5	%
<b>INGRESOS</b>		<b>98529,6</b>	<b>100,0</b>
<b>COSTOS</b>		<b>52355,64</b>	<b>53,1</b>
Costo de Producción	29809,84		30,3
Costos Administrativos	11127,4		11,3
Costos de Ventas	1677,4		1,7
Costos Financieros	9741,0		9,9
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>		<b>46174</b>	<b>46,9</b>
Participación (15%) Trabajadores		6926,1	7,0
Utilidad antes de Imp		39247,9	39,8
Impuesto a la Renta (22%)		8634,5	8,8
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>30613,4</b>	<b>31,1</b>

### 3.4.8. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corriente</b>		31262,6	Pasivo Corriente	
Caja	8955,3		Dtos x Pagar	13329,8
Bancos	20960			
Ctas x Cobrar			Pasivo Largo Plazo	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	32811,8
Inventarios	1347,30			
<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	18000			
Construcciones	49700,00			
Maquinaria	4490,00	77110,8	Capital	45002,1
Equipo de Cocina	1030,0		Utilidad Ejercicio	19299,7
Publicidad	1744,5			
Muebles y Enseres	3070,00			
Equipo de Oficina	2175,00			
Equipo de Computo	900,00			
Depreciación	-3998,70			
Otros Activos	2070,00	2070,00		
<b>TOTAL</b>	<b>110443,43</b>		<b>TOTAL</b>	<b>110443,43</b>

El Balance General o Estado de Situación financiera al Primer Año, nos demuestra la situación económica financiera en que se encontrará la Empresa, al 31 de diciembre del primer año, luego de un año de funcionamiento, el Activo Corriente es de 31.262,6 dólares en el que se incluye Caja, Bancos; el Activo Fijo de 77.110,8 dólares y Otros Activos de 2.070 dólares; lo que da un Activo Total de 110.443,43 dólares.

En tanto que el Pasivo de Corto Plazo es de 13.329,8 dólares, el Pasivo de Largo Plazo de 32.811,8 dólares; dentro de Patrimonio se encuentra el Capital Propio que es de 45.002,1 y la Utilidad del Ejercicio es de 19.299,7 dólares, sumados entre el Pasivo y el Patrimonio se igualan al Activo Total.

## ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 2

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>		
<b>Activos Corriente</b>		44555,5	<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja	15980,0		Dtos x Pagar	13329,8
Bancos	27228,19			
Ctas x Cobrar			<b>Pasivo Largo Plazo</b>	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	32811,8
Inventarios	1347,30			
<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	18000			
Construcciones	42493,50			
Maquinaria	3636,90	66801,2	Capital	45002,1
Equipo de Cocina	834,30		Utilidad Ejercicio	22052,9
Menaje	1046,70			
Muebles y Enseres	2486,70			
Equipo de Oficina	1761,75			
Equipo de Computo	540,00			
Depreciación	-3998,70			
Activos Diferidos	1840,00	1840,00		
<b>TOTAL</b>	<b>113196,64</b>		<b>TOTAL</b>	<b>113196,64</b>

Según el Estado de Situación Financiera se mantiene una cantidad considerable en los pasivos por el crédito solicitado para el desarrollo normal de las actividades, sin embargo en las cuentas Caja, Bancos se mantiene cantidades considerables que podrían servir para pagar esos créditos a corto y largo plazo.

**ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 3**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>		
<b>Activos Corriente</b>		26063,1	<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja	9015,8		Dtos x Pagar	10937,3
Bancos	15700			
Ctas x Cobrar			<b>Pasivo Largo Plazo</b>	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	9741,0
Inventarios	1347,30			
<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	18000			
Construcciones	40257,00			
Maquinaria	3232,80	62802,5	Capital	45002,1
Equipo de Cocina	741,60		Utilidad Ejercicio	24795,2
Menaje	523,35			
Muebles y Enseres	2210,40			
Equipo de Oficina	1566,00			
Equipo de Computo	270,00			
Depreciación	-3998,70			
Activos Diferidos	1610,00	1610,00		
<b>TOTAL</b>	<b>90475,55</b>		<b>TOTAL</b>	<b>90475,55</b>

## ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 4

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corriente</b>		21412,7	<b>Pasivo Corriente</b>
Caja	5983,0		Dtos x Pagar
Bancos	14082,41		9741,0
Ctas x Cobrar			<b>Pasivo Largo Plazo</b>
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar
Inventarios	1347,30		0,0
<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>
Terreno	18000		
Construcciones	38020,50		
Maquinaria	2828,70	59597,1	Capital
Equipo de Cocina	648,90		Utilidad Ejercicio
Menaje	0,00		45002,1
Muebles y Enseres	1934,10		27646,7
Equipo de Oficina	1370,25		
Equipo de Computo	0,00		
Depreciación	-3205,35		
Activos Diferidos	1380,00	1380,00	
<b>TOTAL</b>	<b>82389,81</b>		<b>TOTAL</b>
			<b>82389,81</b>

## ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 5

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corriente</b>		18073,7	<b>Pasivo Corriente</b>
Caja	4590,0		Dtos x Pagar
Bancos	12136,39		0,0
Ctas x Cobrar			<b>Pasivo Largo Plazo</b>
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar
Inventarios	1347,30		0,0
<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>
Terreno	18000		
Construcciones	35784,00		
Maquinaria	2424,60	56391,8	Capital
Equipo de Cocina	556,20		Utilidad Ejercicio
Menaje	0,00		45002,1
Muebles y Enseres	1657,80		30613,4
Equipo de Oficina	1174,50		
Equipo de Computo	0,00		
Depreciación	-3205,35		
Activos Diferidos	1150,00	1150,00	
<b>TOTAL</b>	<b>75615,44</b>		<b>TOTAL</b>
			<b>75615,44</b>

### 3.4.9. FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO

El flujo de fondos es muy importante para la evaluación del proyecto considerando que es para cinco años, en él se detalla la Inversión Inicial distribuida en Activos Fijos Tangibles, Intangibles y Capital de Trabajo, la proyección se la ha realizado de acuerdo al incremento en los productos alimenticios, entradas al balneario y consumo de bebidas.

El flujo de fondos es importante para la evaluación de proyectos, estimándose para 5 años la vida útil del proyecto; de allí que con una inversión al año cero (0) de US\$ 87.725,8 dólares, distribuido en Inversiones Fijas Tangibles, Intangibles, Capital de Trabajo e Imprevistos; el Flujo Neto de Caja al Año 1 es de US\$. 23.528,4 dólares.

## FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO

AÑO 2012- 2016

<b>RUBROS /AÑOS</b>		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Ingresos	<b>0</b>	81840	85113,6	89369,28	93837,7	98529,6
+ Fondo de Salvamento						38391,75
Ingresos Totales						136921,38
- Costos de Producción		<b>51565,96</b>	<b>51851,29</b>	<b>51970,82</b>	<b>52138,33</b>	<b>52355,64</b>
= Utilidad Bruta en Ventas		25481,57	26500,8	27560,9	28663,3	29809,8
- Costos Administrativos		10082,31	10485,6	10695,3	10909,2	11127,4
- Costos de Ventas		1476	1535,04	1581,1	1628,5	1677,4
- Costos Financieros		14526,08	13329,81	12133,55	10937,28	9741,02
= Utilidad Operacional		30274,04	33262,3	37398,5	41699,4	84565,7
Participación (15%) - Trabajadores		4541,1	4989,3	5609,8	6254,9	21141,4
= Utilidad antes de Impuestos		25732,9	28273,0	31788,7	35444,5	63424,3
- Impuesto a la Renta		6433,2	6220,1	6993,5	7797,8	13953,3
= Utilidad Neta Ejercicio		19299,7	22052,9	24795,2	27646,7	<b>49471,0</b>
+ Depreciaciones		3998,7	3998,7	3998,7	3998,7	3998,7
+ Amortizaciones		230	230	230	230	230
<b>INVERSIONES</b>						
Fija	81109,5					
+ Intangible	2300					
+ Capital de Trabajo	4316,3					
Recuperación capital de Trabajo						4316,3
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>87725,8</b>	<b>24043,1</b>	<b>26281,6</b>	<b>29023,9</b>	<b>31875,4</b>	<b>58016,0</b>

# CAPITULO IV

#### 4.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se obtuvo a través de las razones financieras, como una relación entre dos cantidades numéricas de los Estados Financieros, las que se obtienen dividiendo una cantidad entre otra.

Para determinar si la Empresa está funcionando bien y obtener una rentabilidad adecuada, se debe analizar el Estado de Resultados y el Balance General con lo que determinaremos los valores de Activos, Pasivos, Patrimonio, Ingresos y Gastos.

Además se debe recurrir y analizar la información contable en base de técnicas como el VAN, TIR y los índices financieros, así:

##### 4.1.1. TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTABLE

TREMA = Tasa de Interés+ Tasa de Inflación +Premio

$$\text{TREMA} = 8 \% + 4,5 \% + 5 = 17,5$$

VAN =	INVERSION	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		(1+0,165)1	(1+0,165)2	(1+0,165)3	(1+0,165)4	(1+0,165)5
VAN =	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		1,175	1,380625	1,622234375	1,906125391	2,23969733
VAN =	-87725,8	20462,2	19036,0	17891,3	16722,6	25903,5
<b>VAN =</b>	<b>12289,79</b>					

Tasa de Interés: 30 %

### VALOR ACTUAL NETO POSITIVO

<b>VAN =</b>	Inversión	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
<b>VAN =</b>	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		(1+0,30)1	(1+0,30)2	(1+0,30)3	(1+0,30)4	(1+0,30)5
<b>VAN =</b>	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		1,3	1,69	2,197	2,8561	3,71293
<b>VAN =</b>	-87725,8	18494,7	15551,2	13210,7	11160,5	15625,4
<b>VAN =</b>	<b>-13683,37</b>					

Tasa de Interés: 20 %

### VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO

<b>VAN =</b>	Inversión	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
<b>VAN =</b>	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		(1+0,20)1	(1+0,20)2	(1+0,20)3	(1+0,20)4	(1+0,20)5
<b>VAN =</b>	-87725,8	24043,1	26281,6	29023,9	31875,4	58016,0
		1,2	1,44	1,728	2,0736	2,48832
<b>VAN =</b>	-87725,8	20035,9	18251,1	16796,2	15372,0	23315,3
<b>VAN =</b>	<b>6044,74</b>					

#### 4.1.2. TASA INTERNA DE RETORNO

El Valor Actual Neto VAN positivo y negativo se combinan para por medio de la fórmula  $(TIR) = r1 + (r2-r1) VAN1/VAN1-VAN2$ ; y, cálculos de aproximaciones sucesivas, obtener la Tasa Interna de Retorno TIR, por lo que al ser el rendimiento superior al requerimiento mínimo, es factible ejecutar el proyecto de inversión

El cálculo para determinar lo aseverado, lo podemos apreciar a continuación:

**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) =  $r1 + (r2-r1) VAN1/VAN1-VAN2$**

RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1	=	30
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2	=	20

VAN 1 = Valor positivo	=	30
VAN 2= Valor negativo	=	-10
TIR	=	30
TIR	=	0,694
TIR	=	-6,9
TIR	=	23,06

**VALOR ACTUAL NETO = 23,06 %**

<b>TIR =</b>	Inversión	F1 + (1+i)1	F2 + (1+i)2	F3 + (1+i)3	F4 + (1+i)4	F5 (1+i)5
<b>TIR =</b>	-87725,8	24043,1 (1+0,2306)1	26281,6 (1+0,2306)2	29023,9 (1+0,2306)3	31875,4 (1+0,2306)4	58016,0 (1+0,2306)5
<b>TIR =</b>	-87725,8	24043,1 1,2306	26281,6 1,513638	29023,9 1,862682923	31875,4 2,29	58016,0 2,81530568
<b>TIR =</b>	-87725,8	19537,7	17363,2	15581,8	13926,3	20607,4
<b>TIR =</b>	<b>-709,55</b>					

Se obtuvo dos VAN, el primero con valor positivo del 20 % y el otro con un valor negativo del 30 % que proyectaron resultados tanto positivo como negativo y se calculó mediante la fórmula la Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), la misma que corresponde al 23,06 % con la que se recupera la inversión en 2 años 6 meses y con esta tasa el resultado del VAN es cercana a CERO, en nuestro caso (-709,55).

#### 4.1.3. ÍNDICES FINANCIEROS

Las razones financiera que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

##### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

<b>PRI</b>	Inversión	87725,8	
	Utilidad Promedio Anual	33848,0	2,59

El Periodo de Recuperación de la Inversión PRI mide en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo de capital involucrado, es decir se recuperará la inversión en 2 años 6 meses.

Índice de Solvencia	Activo Corriente	31777,3	
	Pasivo Corriente	13329,8	2,38

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 2 dólares con 38 centavos en los activos corrientes, por lo que estos recursos se pueden destinar al pago de las deudas, adquirir maquinaria, materia prima, etc.

Prueba del Acido	Activo Corriente- Inventario	30430,0	
	Pasivo Corriente	13329,8	2,28

Esta razón nos indica que una vez restados los Inventarios del Activo Corriente, la Empresa dispone por cada dólar de deuda, 2 dólares con 28 centavos de dólar, lo que evidentemente demuestra que tenemos dinero en efectivo al que hay que darle un uso adecuado, sea cancelando las deudas, adquiriendo materia prima, maquinaria o cancelando la deuda de largo plazo.

Relación Activo Total	Ventas	81840	
	Activo	110958,1	0,74

Esta razón indica que cada dólar que está invertido en el Activo Total, ha generado 74 centavos de dólar en Ventas.

Endeudamiento	Deuda Total	46141,7	
	Activo Total	110958,1	0,42

Se observa que por cada dólar invertido en los activos de la empresa, está financiado con 42 centavos de Deuda.

Apalancamiento	Activo Total	110958,1	
	Patrimonio	64816,4	1,71

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 1 dólar con 71 centavos en Activos.

Margen Neto en Ventas	Utilidad Neta	19814,4	
	Ventas	81840	0,24

Se observa que por cada dólar invertido en Ventas, se obtiene un 24 por ciento de Utilidad.

Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Neta	19814,4	
	Patrimonio	64816,4	0,31

Esto significa que por cada dólar invertido en el Patrimonio, se ha generado 31 centavos de dólar de Utilidad.

Rentabilidad del Activo	Utilidad Neta	81840	
	Activo	110958,1	0,74

Se demuestra que por cada dólar invertido en los Activos, han generado 1 dólar con 74 centavos de Utilidad.

## **RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

Define la rentabilidad del proyecto dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados, obteniendo el costo que representa la Inversión versus los ingresos. La fórmula es:

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>
	<b>Costos Actualizados + Inversión</b>

## INGRESOS ACTUALIZADOS

ING =	INVERSIÓN	ING1 + (1+i)1	ING2 + (1+i)2	ING3 + (1+i)3	ING4 + (1+i)4	ING5 (1+i)5
ING =	-87725,83	81840,00	85113,60	89369,28	93837,74	136921,38
		(1+0,2306)1	(1+0,2306)2	(1+0,2306)3	(1+0,2306)4	(1+0,2306)5
ING =	-87725,83	81840,00	85113,60	89369,28	93837,74	136921,38
		1,20000	1,44000	1,72800	2,07360	2,48832
ING =	-87725,83	68200,00	59106,67	51718,33	45253,54	55025,63
ING =	<b>191578,34</b>	Ingresos	Actualizados			

## COSTOS ACTUALIZADOS

COS =	INVERSIÓN	COS 1 + (1+i)1	COS2 + (1+i)2	COS3 + (1+i)3	COS 4 + (1+i)4	COS 5 (1+i)5
COS =	-87725,8	51566,0	51851,3	51970,8	52138,3	52355,6
		(1+0,2306)1	(1+0,2306)2	(1+0,2306)3	(1+0,2306)4	(1+0,2306)5
COS =	-87725,8	51566,0	51851,3	51970,8	52138,3	52355,6
		1,2	1,44	1,728	2,0736	2,48832
COS =	-87725,8	42971,6	36007,8	30075,7	25143,9	21040,6
COS =	<b>67513,78</b>	Costos	Actualizados			

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	191578,34
	155239,61

RBC=	1,234
------	-------

Es decir que por cada dólar invertido en los costos, recibimos US\$ 1,23 de Ingresos Actualizados

#### **4.1.4. EVALUACIÓN SOCIAL**

La implementación de la Empresa, generará un impacto social en los pobladores locales que acudirán a distraerse, recrearse y vivir momentos de sano esparcimiento en el balneario, generando 6 puestos de empleo directo y 18 puestos indirectos a más de relaciones comerciales en la localidad.

El aspecto social del proyecto se mide también por los Sueldos y Remuneraciones que pagará la Empresa, estimándose que el primer año cancelará 20.728,82 dólares, que representan el 25,30 % en relación a los Ingresos del primer año.

De la misma manera en lo referente a Impuestos, se pagarán por concepto de Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta 10.97 dólares que representa en relación a los Ingresos el 13,4 %

La creación de la empresa e implementación del balneario en la parroquia de Tupigachi, generará un desarrollo social y volverá más dinámico al sector.

La implementación del proyecto influirá en el medio pues los demandantes no saldrán a otras ciudades como por ejemplo Santo Domingo de los Colorados a disfrutar en los balnearios del sector, lo que permitirá la recirculación de capitales en el medio, pues estos dineros se los gastará en la parroquia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Martínez, Ortega Manuel. Calidad saludable en la ciudad, Como construir un balneario urbano. (AEUBU) Asociación Española de Balnearios Urbanos.
- Ministerio de Turismo del Ecuador, Ley de Turismo. Registro oficial N° 118
- J.A. López Geta, (2007). Panorama actual de las aguas minerales y minero - medicinales en España. Ministerio de medio ambiente España.
- Luis Gómez, Alberto. (1989). Aproximación histórica al estudio de los balnearios montañoses. Santander: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria.
- Luis Jiménez López, (2009). Piscinas; CEAC.
- Alan Boquitaa, (2003). Como construir una piscina paso a paso; Taringa.
- Revista de la construcción, mantenimiento y equipos de la construcción de Piscinas y saunas, (2004). Piscinas. XX1; N° 186.

## ENLACES

- <http://www.books.google.com.ec> BIBLIOTECA VIRTUAL GOOGLE ECUADOR
- <http://www.educacion.gov.ec/CNIE/> AMIE - Población y Vivienda. Obtenido el 15 de Agosto de 2010
- <http://www.inec.gov.ec> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS.
- <http://www.mintur.gov.ec> MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR
- <http://www.pichincha.gob.ec> GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA EFICIENCIA Y SOLIDARIDAD.

## ENCUESTA N° 1

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**  
**ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**  
**DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO**

FECHA:

OBJETIVO:

Recopilar la mayor información necesaria de las personas que pueden hacer uso de un balneario en las cercanías de estos cantones.

### INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN

CÓDIGO:

RESPONSABLE

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione servirá para mucha ayuda para la elaboración de nuestro proyecto. Marque con una X en la respuesta de su conformidad.

### INFORMACIÓN DE CLASIFICACIÓN

NOMBRE:

DIRECCIÓN:

CIUDAD:

PARROQUIA:

TELÉFONO:

MÓVIL 1:

MÓVIL

2:

### CUERPO DE ENCUESTA

1. ¿Ud. hace turismo en la parroquia?

SI

NO

2. ¿Ud. a visitado un Balneario Turístico?

SI

NO

3. ¿Cuál de los establecimientos turísticos ha visitado, Nombre?

---

4. ¿Por qué acude Ud. a estos establecimientos?

Salud

Recreación

5. ¿Qué servicios ofrece el balneario turístico que usted visita?

Servicio de piscina

Sauna

Turco

Hidromasaje

Cafetería/Restaurant

Bar

Discoteca

Parqueadero

Áreas Deportivas

6. ¿Cuál es el precio que paga por los servicios que utiliza?

Servicio de piscina

Sauna,

Turco,

Hidromasaje

Alimentación

Áreas Deportivas

7. Los servicios que le han brindado en los lugares donde acude es:

Excelente

Malo

Bueno

Deficiente

8. ¿Cuántas veces acude a utilizar los servicios del balneario?

1 c/ semana

1 c/mes

1 c/quincena

9. ¿Con cuántas personas acude Ud. a usar los servicios antes mencionados?

De 1 a 3

De 3 a 6

De 6 a 9

mas de 9

10. ¿Cree Ud. que es conveniente implementar un Balneario Turístico con todos los servicios requeridos en la parroquia de Tupigachi?

SI

NO

11. ¿Qué aspectos considera usted de mayor importancia para asistir a un balneario?

Seleccione entre las siguientes:

Precio

Instalaciones y equipo

Horario

Atención del personal

Ubicación

Variedad de Servicios

Higiene del lugar

12. A fin de mejorar la atención ¿Cree Ud. Conveniente incrementar servicios adicionales en el Balneario Turístico?; si su respuesta es afirmativa por favor indique cual servicio le gustaría incrementar

SI

NO

CUAL

13. Si se implementaría un Balneario Turístico en la parroquia con todos los servicios antes mencionados y sus adicionales. ¿Haría uso del mismo?

SI

NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**TENGA UN BUEN DÍA!**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**

FORMULARIO FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

FECHA:

OBJETIVO: Levantar información para la creación de un balneario en el cantón Pedro Moncayo.

**OBSERVACIÓN DIRECTA**

NOMBRE DEL BALNEARIO TURÍSTICO

NOMBRE DEL PROPIETARIO

DIRECCIÓN

SERVICIOS QUE OFERTA

PRECIOS DE LOS SERVICIOS

ASPECTOS A OBSERVARSE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
Espacios y amplitud de las instalaciones			
Orden y Aseo			
Infraestructura			
Tecnología implementada			
Servicios que ofertan			
Servicios Básicos			
Ubicación del local en la ciudad			
Espacios verdes			

RESPONSABLE:

# COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

ANEXO No 1 MATERIA PRIMA DIRECTA

<b>MEDIDA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>V.UNIT</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Quintales	Arroz (libras)	35	0,50	17,50
Unidad	Aceite	6	1,5	9,00
Unidad	Pimiento	10	0,1	1,00
Libras	Cebolla Paiteña (libra)	0,5	5,00	2,50
Libras	Tomate	1	6	6,00
Libras	Especería	1	1	1,00
Libras	Zanahoria	0,5	4	2,00
Libras	Cebolla Blanca	1	4	4,00
Libras	Maní	1	2	2,00
Quintales	Papa	2	15	30,00
Unidad	Col	1	2	2,00
Libras	Pollo (libras)	1,3	10	13,00
Libras	Frejol (libras)	0,5	10	5,00
Unidad	Ají	0,5	1	0,50
Unidad	Huevos	0,1	100	10,00
Unidad	Pulpa tamarindo	1,2	2	2,40
Unidad	Maduro	0,08	25	2,00
Unidad	Orégano	0,5	4	2,00
Quintales	Azúcar	35	0,5	17,50
Unidad	Limón	0,03	100	3,00
Libras	Chuleta (libras)	1,8	50	90,00
Libras	Chanco (libras)	1,5	50	75,00
Libras	Mote	1	10	10,00
Libras	Camarón (libras)	2	25	50,00
Unidad	Mostaza	2	1	2,00
Unidad	Salsa de Tomate	1	2	2,00
Libras	Salchichas	1,2	5	6,00
Libras	Mondongo	1	10	10,00
Unidad	Aguacate	0,5	10	5,00
Unidad	Lechuga	0,3	10	3,00
Libras	Conchas	1,2	20,00	24,00
Libras	Calamar	1,4	20	28,00
	<b>Subtotal</b>			<b>437,40</b>

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Agua	Caja	3	45
15	Cerveza	Caja	7,5	112,5
15	Colas	Jabas (personal)	5,25	78,75
<b>Subtotal</b>				<b>236,25</b>
<b>Total Semana</b>				<b>673,65</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>8083,8</b>

#### ANEXO No 2 MANO DE OBRA DIRECTA

No	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	10 3ro	10 4to	FONDOS RESERVA	VACACIOES	TOTAL MES	TOTAL
1	Cocinero	292	31,68	24,33	29,2	24,33	12,17	413,72	
1	Mesero 1/2 Tiempo	150	16,28	12,50	14,6	12,50	6,25	212,13	
1	Mantenimiento 1/2 Tiempo	150	16,28	12,50	14,6	12,50	6,25	212,13	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>442</b>	<b>47,957</b>	<b>36,83</b>	<b>43,8</b>	<b>36,83</b>	<b>18,42</b>	<b>837,97</b>	
<b>TOTAL</b>								<b>837,97</b>	<b>10055,58</b>

#### ANEXO No 3 MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANT	UNIDAD MEDIDA	PRODUCTO	V. UNI	V. TOTAL
10	Libras	Maní	0,3	3
2	Litro	Achiote	1	2
2	Libras	Ajo	0,8	1,6
4	Libras	Sal	0,3	1,2
5	Libras	Mantequilla	0,6	3
3	Frasco	Mostaza	0,8	2,4
4	Sobres	Curry	1,2	4,8
120	m3	Agua	0,2	24
10	Libras	Carbón	1	10
3	Tanque	Gas	2,8	8,4
<b>SUBTOTAL</b>				<b>52</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>624</b>

ANEXO No 4 MANO DE OBRA DIRECTA

No	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	10 3ro	10 4to	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
1	Guardián 1/2 Tiempo	170	18,45	14,17	14,6	14,17	7,08	238,46	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>170</b>	<b>18,45</b>	<b>14,17</b>	<b>14,6</b>	<b>14,17</b>	<b>7,08</b>	<b>238,46</b>	
	<b>TOTAL</b>							<b>238,46</b>	<b>2861,5</b>

ANEXO No 5 DEPRECIACIONES

BIENES	VALOR LIBROS	AÑOS	% DE	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRE ANUAL	CIACION MES
				10 % VLib			
Construcciones	49.700	20	5	4970	44730,00	2236,50	186,38
Maquinaria	4.490,00	10	10	449	4.041,00	404,10	33,68
Equipo de Cocina	1.030,00	10	10	103	927	92,70	7,73
Menaje	1.744,50	3	3,3	174,45	1570,05	523,35	43,61
<b>TOTAL</b>	<b>56.965</b>			<b>5.696</b>	<b>51268,05</b>	<b>3256,65</b>	<b>271,39</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual

No de Años

**DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12**

ANEXO No 6 MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR DIARIO	TOTAL
Alquiler de Camioneta para Compras de Materia Prima	5	8	40
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>480</b>

ANEXO No 7 MANTENIMIENTO

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>DÍAS PROMEDIO</b>	<b>PRECIO POR DÍA</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Reparac. Maq. Equip	1	10	10
<b>SUBTOTAL</b>			<b>10,0</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>120,0</b>

ANEXO No 8 AMORTIZACIÓN

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1200	120
Gastos de Organización	500	50
Capacitación del Personal	600	60
<b>TOTAL</b>	<b>2300</b>	<b>230</b>

**FORMULAS**

AMORTIZACIÓN ANUAL

AMORTIZACIÓN MES

$V_{\text{Libros}}/10$  (Años)

$\text{Amortz Anual}/12$  (Mes)

# COSTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUAL

ANEXO No 9 SUELDOS

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO UNIFICADO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>10 3ro</b>	<b>10 4to</b>	<b>FON DOS RESE RVA</b>	<b>VACA CIONES</b>	<b>TOTAL A PAGAR</b>
Gerente	300	32,55	25,00	29,2	25,00	12,50	424,25
Contador Medio Tiempo	150	16,28	12,50	29,2	12,50	6,25	226,73
<b>SUBTOTAL</b>		<b>48,83</b>	<b>37,50</b>	<b>58,4</b>	<b>37,50</b>	<b>18,75</b>	<b>650,98</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>7811,7</b>

ANEXO No 10 ÚTILES DE ASEO

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Jabón	12	0,7	8,4
Papel Higiénico	5	3	15
Baldes	1	2,5	2,5
Trapeadores	1	2,5	2,5
Escobas	2	1,25	2,5
Ambientales	6	3,5	21
Desinfectantes	4	3	12
Tachos para basura	2	2	4
Fundas para basura	200	0,02	4
Toallas pequeñas	4	1,5	6
<b>TOTAL MES</b>			<b>77,9</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>934,8</b>

ANEXO No 11 ÚTILES DE OFICINA

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Hojas	1	4,5	4,5
Lápices	10	0,17	1,7
Lapiceros	5	0,22	1,1
Borradores	5	0,08	0,4
Resaltadores	5	0,6	3
Folders	24	0,02	0,48
Carpetas	10	0,1	1
Sobre manila	10	0,02	0,2
Cintas	2	1	2
Goma	2	0,6	1,2
Tijeras	2	0,45	0,9
Grapadoras	1	5	5
Perforadoras	1	5	5
<b>TOTAL MES</b>			<b>26,48</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>317,76</b>

ANEXO No 12 SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	VALOR MES	COSTO ANUAL
Teléfono	8	96
Energía Eléctrica	15	180
<b>SUBTOTAL</b>	<b>23</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>276</b>

ANEXO No 13 DEPRECIACIONES

BIENES	VALOR LIBROS	AÑOS	%	VALOR RESIDUA	VALOR A DEPRECI	DEPRECIACION	
						ANUAL	MES
				10 % VLib			
Muebles y Enseres	3070,00	10	10	307	2763,00	276,30	23,03
Equipo de Computo	900,00	3	3,3	90	810,00	270,00	22,50
Equipo de Oficina	2175,00	10	10	217,5	1957,50	195,75	16,31
<b>TOTAL</b>	<b>6145,00</b>			<b>614,5</b>	<b>5530,5</b>	<b>742,05</b>	<b>61,84</b>

# GASTOS DE VENTA ANUAL

ANEXO No 14 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

<b>DETALLE</b>	<b>Número</b>	<b>Días</b>	<b>Valor Diario</b>	<b>V/ MES</b>	<b>V/ AÑO</b>
Radio	3	20	0,3	18	216
Gigantografía	2	1	50	100	100
Impresiones	100	1	0,05	5	60
<b>SUBTOTAL</b>				<b>123</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>1476</b>

# GASTOS FINANCIEROS ANUALES

ANEXO No 15 INTERESES

<b>CALCULO PRÉSTAMO</b>		
Fecha de Contratación		
Monto	<b>42723,8</b>	
Tasa de Interés	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	8544,75	

**TABLA DE PAGOS**

<b>No</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO TOTAL</b>	<b>SALDO</b>
1	8544,75	5981,3	14526,1	42723,75
2	8544,75	4785,1	13329,8	34179,00
3	8544,75	3588,8	12133,5	25634,25
4	8544,75	2392,5	10937,3	17089,50
5	8544,75	1196,3	9741,0	8544,75
	<b>42723,75</b>	<b>17944,0</b>	<b>60667,7</b>	

# INVERSIÓN TOTAL

ANEXO No 16 TERRENO

CONCEPTO	COSTO UNIT	m2	VALOR TOTAL
Terreno	12	1.500,00	18.000,00

ANEXO No 17 CONSTRUCCIÓN E INFRAESTRUCTURA

CONCEPTO	VALOR
Cerramientos	3500,00
Piscina para Niños	3000,00
Piscina para Adultos	15000,00
Vestidores	800,00
Cancha de Uso Múltiple	5200,00
Restaurante	12500,00
Oficinas Administrativas	4500,00
Parqueaderos	1500,00
Sendero Ecológico	1200,00
Baños, Bodega y Vestidores	2500,00
<b>TOTAL CONSTRUCCIONES</b>	<b>49.700,00</b>

ANEXO No 18 MAQUINARIA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial	Unidades	1	450,00	450,00
2	Congelador	Unidades	1	950,00	950,00
3	Refrigeradoras	Unidades	2	1200,00	2400,00
4	Cafetera	Unidades	1	80,00	80,00
5	Batidora	Unidades	1	60,00	60,00
6	Licadoras	Unidades	2	90,00	180,00
7	Asadero	Unidades	1	120,00	120,00
8	Micro ondas	Unidades	1	120,00	120,00
9	Extractor de Jugo	Unidades	2	65,00	130,00
	<b>TOTAL</b>				<b>4.490,00</b>

ANEXO No 19 EQUIPO DE COCINA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNI	VALOR TOTAL
1	Ollas Grandes	Unidad	4	45,00	180,00
2	Ollas Medianas	Unidad	8	20,00	160,00
3	Juego de Cuchillos	Unidad	6	20,00	120,00
4	Juego de Cubiertos	Unidad	6	25,00	150,00
5	Vajillas	Unidad	2	40,00	80,00
6	Juego de Espumaderas	Unidad	1	15,00	15,00
7	Juego de Coladores	Unidad	5	8,00	40,00
8	Juego de Sartenes	Unidad	2	10,00	20,00
9	Juego de Pailas Pequeñas	Unidad	1	40,00	40,00
10	Juego de Cucharones	Unidad	3	5,00	15,00
11	Cucharas de Palo	Unidad	4	5,00	20,00
12	Juego de Reposteros	Unidad	4	5,00	20,00
13	Ceniceros	Unidad	20	1,00	20,00
14	Hieleras	Unidad	5	6,00	30,00
15	Cocteleras	Unidad	2	10,00	20,00
16	Bandejas	Unidad	10	10,00	100,00
<b>TOTAL</b>					<b>1030,00</b>

ANEXO No 20 MENAJE

**VAJILLA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
90	Plato Sopero	Unidad	1,00	90,00
90	Plato Llano	Unidad	1,00	90,00
90	Plato Tendido	Unidad	1,00	90,00
6	Tazones	Unidad	12,00	72,00
90	Juegos de Tazas de Café	Unidad	1,20	108,00
20	Azucareras	Unidades	3,00	60,00
1	Paila	Unidades	138,00	138,00
45	Cevicheras	Unidades	2,00	90,00
1	Abridor de Conchas	Unidades	35,00	35,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>773,00</b>

### CUBERTERÍA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
90	Cuchara Sopera.	Unidad	0,75	67,50
90	Tenedor de Mesa.	Unidad	0,75	67,50
90	Cuchillo de Mesa	Unidad	0,75	67,50
90	Cucharitas.	Unidad	0,50	45,00
4	Juegos Cucharones	Unidad	75,00	300,00
3	Tenazas de carne	Unidad	3,00	9,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>556,50</b>

### CRISTALERÍA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
100	Vasos de Agua	Unidad	1,00	100,00
60	Vasos Cerveceros	Unidad	1,25	75,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>175,00</b>

### MANTELERÍA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
25	Manteles	Unidades	4,00	100,00
25	Cubre Manteles	Unidades	2,00	50,00
180	Servilletas	Unidades	0,50	90,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>240,00</b>
<b>TOTAL MENAJE</b>				<b>1744,50</b>

### ANEXO No 21 EQUIPO DE COMPUTO

No	CONCEPTO	V/ TOTAL
1	Computadora	900,00
<b>TOTAL</b>		<b>900,00</b>

ANEXO No 22 EQUIPO DE OFICINA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Registradora	Unidades	1	550,00	550,00
2	Teléfono	Unidades	1	85,00	85,00
3	Televisión Plasma	Unidades	1	1200,00	1200,00
4	Mini componente	Unidades	1	240,00	240,00
5	Reloj	Unidad	1	30,00	30,00
6	Dispensador	Unidad	2	35,00	70,00
	<b>TOTAL</b>				<b>2175,00</b>

ANEXO No 23 MUEBLES Y ENSERES

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Mesas	Unidad	20	35	700
2	Sillas	Unidad	90	15	1350
3	Mostrador	Unidad	1	500	500
4	Escritorios	Unidad	2	120	240
5	Archivadores	Unidad	2	80	160
6	Sillas Giratorias	Unidad	1	120	120
	<b>TOTAL</b>				<b>3.070,00</b>

ANEXO No 24 ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD

CANT.	CONCEPTO/ESTUDIO	V.UNIT.	V/TOTAL
1	Mercado	500,00	500,00
2	Técnico	250,00	250,00
3	Financiero	200,00	200,00
4	Evaluaciones	250,00	250,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.200,00</b>

ANEXO No 25 ASESORÍA JURÍDICA

CANT.	CONCEPTO	V.UNIT.	V/TOTAL
1	Permisos Legales	500	500
	<b>TOTAL</b>		<b>500</b>

ANEXO No 26 CAPACITACIÓN

<b>CANTIDAD</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V/TOTAL</b>
2	Cursos de Organización	300	300
	<b>TOTAL</b>		<b>600</b>

## CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES

## ANEXO No 27 MATERIA PRIMA DIRECTA

<b>MEDIDA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>V.UNIT</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Quintales	Arroz (libras)	35	0,50	17,50
Unidad	Aceite	6	1,5	9,00
Unidad	Pimiento	10	0,1	1,00
Libras	Cebolla Paiteña (libra)	0,5	5,00	2,50
Libras	Tomate	1	6	6,00
Libras	Especería	1	1	1,00
Libras	Zanahoria	0,5	4	2,00
Libras	Cebolla Blanca	1	4	4,00
Libras	Maní	1	2	2,00
Quintales	Papa	2	15	30,00
Unidad	Col	1	2	2,00
Libras	Pollo (libras)	1,3	10	13,00
Libras	Frejol (libras)	0,5	10	5,00
Unidad	Ají	0,5	1	0,50
Unidad	Huevos	0,1	100	10,00
Unidad	Pulpa tamarindo	1,2	2	2,40
Unidad	Maduro	0,08	25	2,00
Unidad	Orégano	0,5	4	2,00
Quintales	Azúcar	35	0,5	17,50
Unidad	Limón	0,03	100	3,00
Libras	Chuleta (libras)	1,8	50	90,00
Libras	Chanco (libras)	1,5	50	75,00
Libras	Mote	1	10	10,00
Libras	Camarón (libras)	2	25	50,00
Unidad	Mostaza	2	1	2,00
Unidad	Salsa de Tomate	1	2	2,00
Libras	Salchichas	1,2	5	6,00
Libras	Mondongo	1	10	10,00
Unidad	Aguacate	0,5	10	5,00
Unidad	Lechuga	0,3	10	3,00
Libras	Conchas	1,2	20,00	24,00
Libras	Calamar	1,4	20	28,00
	<b>Subtotal</b>			<b>437,40</b>

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Agua	Caja	3	45
15	Cerveza	Caja	7,5	112,5
15	Colas	Jabas (personal)	5,25	78,75
<b>Subtotal</b>				<b>236,25</b>
<b>Total Semana</b>				<b>673,65</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>8083,8</b>

ANEXO No 28 MANO DE OBRA DIRECTA

No	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	10 3ro	10 4to	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL MES	TOTAL
1	Cocinero	292	31,68	24,33	29,2	24,33	12,17	413,72	
1	Mesero 1/2 Tiempo	150	16,28	12,50	14,6	12,50	6,25	212,13	
1	Mantenimiento 1/2 Tiempo	150	16,28	12,50	14,6	12,50	6,25	212,13	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>442</b>	<b>47,957</b>	<b>36,83</b>	<b>43,8</b>	<b>36,83</b>	<b>18,42</b>	<b>837,97</b>	
<b>TOTAL</b>								<b>837,97</b>	<b>10055,58</b>

ANEXO No 29 MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANT	UNIDAD MEDIDA	PRODUCTO	V. UNI	V. TOTAL
10	Libras	Maní	0,3	3
2	Litro	Achiote	1	2
2	Libras	Ajo	0,8	1,6
4	Libras	Sal	0,3	1,2
5	Libras	Mantequilla	0,6	3
3	Frasco	Mostaza	0,8	2,4
4	Sobres	Curry	1,2	4,8
120	m3	Agua	0,2	24
10	Libras	Carbón	1	10
3	Tanque	Gas	2,8	8,4
<b>SUBTOTAL</b>				<b>52</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>624</b>

ANEXO No 30 DEPRECIACIONES

BIENES	VALOR LIBROS	AÑOS	% DE	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACION	
						ANUAL	MES
				10 % VLib			
Construcciones	49.700	20	5	4970	44730,00	2236,50	186,38
Maquinaria	4.490,00	10	10	449	4.041,00	404,10	33,68
Equipo de Cocina	1.030,00	10	10	103	927	92,70	7,73
Menaje	1.744,50	3	3,3	174,45	1570,05	523,35	43,61
<b>TOTAL</b>	<b>56.965</b>			<b>5.696</b>	<b>51268,05</b>	<b>3256,65</b>	<b>271,39</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual  
No de Años

**DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12**

ANEXO No 31 MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR DIARIO	TOTAL
Alquiler de Camioneta para Compras de Materia Prima	5	8	40
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>480</b>

ANEXO No 32 MANTENIMIENTO

DENOMINACIÓN	DÍAS PROMEDIO	PRECIO POR DÍA	VALOR MENSUAL
Reparac. Maq. Equip	1	10	10
<b>SUBTOTAL</b>			<b>10,0</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>120,0</b>

ANEXO No 33 AMORTIZACIÓN

CONCEPTO	VALOR LIBROS	AMORTIZACIÓN ANUAL
Elaboración Proyecto Factibilidad	1200	120
Gastos de Organización	500	50
Capacitación del Personal	600	60
<b>TOTAL</b>	<b>2300</b>	<b>230</b>

## FORMULAS

AMORTIZACIÓN ANUAL

AMORTIZACIÓN MES

$V \text{ Libros} / 10 \text{ (Años)}$

$\text{Amortz Anual} / 12 \text{ (Mes)}$

### ANEXO No 34 SUELDOS

CARGO	SUELDO BASICO UNIFICADO	APORTE IESS	10 3ro	10 4to	FON DOS RESE RVA	VACA CIONES	TOTAL A PAGAR
Gerente	300	32,55	25,00	29,2	25,00	12,50	424,25
Contador Medio Tiempo	150	16,28	12,50	29,2	12,50	6,25	226,73
<b>SUBTOTAL</b>		<b>48,83</b>	<b>37,50</b>	<b>58,4</b>	<b>37,50</b>	<b>18,75</b>	<b>650,98</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>7811,7</b>

### ANEXO No 35 ÚTILES DE ASEO

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Jabón	12	0,7	8,4
Papel Higiénico	5	3	15
Baldes	1	2,5	2,5
Trapeadores	1	2,5	2,5
Escobas	2	1,25	2,5
Ambientales	6	3,5	21
Desinfectantes	4	3	12
Tachos para basura	2	2	4
Fundas para basura	200	0,02	4
Toallas pequeñas	4	1,5	6
<b>TOTAL MES</b>			<b>77,9</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>934,8</b>

ANEXO No 36 ÚTILES DE OFICINA

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Hojas	1	4,5	4,5
Lápices	10	0,17	1,7
Lapiceros	5	0,22	1,1
Borradores	5	0,08	0,4
Resaltadores	5	0,6	3
Folders	24	0,02	0,48
Carpetas	10	0,1	1
Sobre manila	10	0,02	0,2
Cintas	2	1	2
Goma	2	0,6	1,2
Tijeras	2	0,45	0,9
Grapadoras	1	5	5
Perforadoras	1	5	5
<b>TOTAL MES</b>			<b>26,48</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>317,76</b>

ANEXO No 37 SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	VALOR MES	COSTO ANUAL
Teléfono	8	96
Energía Eléctrica	15	180
<b>SUBTOTAL</b>	<b>23</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>276</b>

ANEXO No 38 DEPRECIACIONES

BIENES	VALOR LIBROS	AÑOS	%	VALOR RESIDUA	VALOR A DEPRECI	DEPRE ANUAL	CIACION MES
				10 % VLib			
Muebles y Enseres	3070,00	10	10	307	2763,00	276,30	23,03
Equipo de Computo	900,00	3	3,3	90	810,00	270,00	22,50
Equipo de Oficina	2175,00	10	10	217,5	1957,50	195,75	16,31
<b>TOTAL</b>	<b>6145,00</b>			<b>614,5</b>	<b>5530,5</b>	<b>742,05</b>	<b>61,84</b>

ANEXO No 39 GASTOS DE VENTA

<b>DETALLE</b>	<b>Número</b>	<b>Días</b>	<b>Valor Diario</b>	<b>VALOR</b>	<b>V/ MES</b>
Radio	3	20	0,3	18	216
Gigantografía	2	1	50	100	100
Impresiones	100	1	0,05	5	60
<b>SUBTOTAL</b>				<b>123</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>1476</b>

ANEXO No 40 GASTOS FINANCIEROS

**INTERESES**

<b>CÁLCULO PRÉSTAMO</b>		
Fecha de Contratación		
Monto	<b>42723,8</b>	
Tasa de Interes	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	8544,75	

ANEXO No 41 TABLA DE PAGOS

<b>No</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO TOTAL</b>	<b>SALDO</b>
1	8544,75	5981,3	14526,1	42723,75
2	8544,75	4785,1	13329,8	34179,00
3	8544,75	3588,8	12133,5	25634,25
4	8544,75	2392,5	10937,3	17089,50
5	8544,75	1196,3	9741,0	8544,75
	<b>42723,75</b>	<b>17944,0</b>	<b>60667,7</b>	

## ACTA DE PREDEFENSA

En Guaranda a los seis días del mes de marzo del año dos mil trece, en la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, de la Universidad Estatal de Bolívar, siendo las 12H30 se instala el Tribunal de PREDEFENSA de Trabajo de Graduación integrado por: Ing. Danilo Barreno, Presidente, encargado; Ing. Mario Escobar, Director, Ing. Marlon García y Lic. Fharab Hernández, Miembros del Tribunal Examinador y comparecen: VICTOR ALFONSO FALCON SEVILLA y HUGO PATRICIO BELALCAZAR,, para sustentar el trabajo graduación titulado "PROYECTO DE INVERSION PARA LA CREACION DE UN BALNEARIO EN EL CANTON PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TUPIGACHI, AÑO 2011, previo al título de Ingenieros Comerciales

### OBSERVACIONES:

- \* CAMBIAR TIEMPOS VERBALES DE LA REDACCION AL PRESENTE.
- \* ESPECIFICAR RESPECTO A LOS INVENTARIOS.
- \* ESTRUCTURA DEL PROYECTO - DISTRIBUCION.
- \* REVISAR CUADRO DE ACTIVOS - (VEHICULOS, VALOR)
- \* PLANO DE LA ESTRUCTURA DEL RESTAURANT.
- \* CAPACIDAD DE CARGA EN BASE AL SERVICIO O SEVA A BRINDAR.
- \* REVISION FALTAS ORTOGRAFICAS Y DE REDACCION
- \* REVISAR QUE TODA EL TRABAJO SE AJUSTE A LO ESTABLECIDO EN LA GUIA METODOLÓGICA.

REVISAR PAG 19

REVISAR FLUJO EFECTIVO - CAMBIO EN EL ESTADO

SITUACION FINANCIERA PAG 86.

REVISION COSTOS PUBLICIDAD

CAMBIO SOBRE DIAS LIBRES

ING. DANILO BARRRENO  
Presidente, encargado

ING. MARLON GARCIA  
PAR ACADEMICO

VICTOR ALFONSO FALCON SEVILLA

ING. MARIO ESCOBAR  
Director

LIC. FHARAB HERNANDEZ  
PAR ACADEMICO

HUGO PATRICIO BELALCAZAR

RAB.