UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA.

TRABAJO DE TITULACIÓN
PRESENTADO COMO REQUISITO
PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECOMOMISTA CON MENCIÓN
EN GESTIÓN EMPRESARIAL

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALITRE PROVINCIA DEL GUAYAS”

TAMARA LISSETTE BURGOS CHILAN

GUAYAQUIL, ECUADOR
2021

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÒN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALITRE PROVINCIA DEL GUAYAS"**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por la estudiante, **Tamara Lissette Burgos Chilán**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

_____

Econ. Carlos Martínez Murillo MSc.

Guayaquil, 10 de noviembre del 2021

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALITRE PROVINCIA DEL GUAYAS"

AUTOR:

TAMARA LISSETTE BURGOS CHILÁN

TRABAJO DE TITULACIÓN

APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Carla Silvera Tumbaco MSc.
PRESIDENTE

Econ. Galo Moya Castillo MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Francisco Viera Vaca MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Carlos Martínez Murillo MSc.
EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por permitirme llegar hasta donde estoy ahora. Agradecida totalmente con mis padres Cristóbal Burgos y Sonia Chilán, a mi esposo y mi hija quienes han sido mi principal apoyo en cada momento, agradezco a mi esposo y mi hija por ser un pilar esencial para mí, a mis hermanas por estar junto a mí en todo este proceso de la carrera Universitaria y ayudarme siempre en todo lo que estaba a su alcance. Agradecida con todos los docentes de la Universidad Agraria del Ecuador quienes han sido participe de mi carrera universitaria y me han impartido sus conocimientos de la mejor manera, en especial a mi tutor el Econ. Carlos Martínez que ha sido mi guía en todo el proceso de tesis.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios por darme la salud y las fuerzas necesarias para lograr cumplir una meta más en mi vida.

A mis padres por siempre estar a mi lado en cada momento siendo mi ejemplo a seguir, brindándome sus consejos y colocando toda su confianza en mí.

A mi esposo por brindarme su apoyo incondicional y a mi hija que día a día me da la fuerza y fortaleza para seguir adelante y lograr los objetivos planteado en mi vida.

A mis hermanas han sido un apoyo en este proceso universitario y me motivaron a seguir adelante y no decaer en cualquier situación que se presentara.

A todos mis familiares que influyeron en mi para perseguir mis sueños hasta cumplirlos.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autor/a y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

Tamara Lissette Burgos Chilán

C.I. 0953334885

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se propuso la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre provincia del Guayas, en el cual se detallan aspectos significativos en cada uno de los capítulos para la respectiva ejecución del proyecto. En el primer capítulo se hizo una breve reseña de los conceptos más importantes para presente trabajo de investigación. En el segundo capítulo se estudian los aspectos metodológicos y técnicos para establecer las medidas a seguir para el cumplimiento de los objetivos. En los resultados se detalló el progreso de cada uno de los objetivos que se habían establecido. Para el primer objetivo se utilizó la herramienta de encuestas las cuales fueron realizadas a los habitantes del cantón Salitre, Samborondón, Daule y guayaquil con el fin de conocer los clientes potenciales los gustos y preferencias del consumidor, se realizó una entrevista a los propietarios de los centros turísticos ya implementados cercanos al lugar donde se desea realizar este proyecto. También se pudo definir cada una de las áreas que se podrán encontrar dentro del centro turístico “UrbinaPark”. En el último objetivo se analizó un estudio financiero de la propuesta para validar la factibilidad del proyecto, utilizando indicadores financieros como VAN, TIR y RBC, lo cual arrojo un VAN de $ 1’389.095,83, una Tasa Interna de Retorno 32.99% lo cual establece que el proyecto es atractivo para los inversionistas y en relación beneficio- costo dio como resultado 1,44 con lo que se afirma que la realización del proyecto será factible.

Palabras claves: *Factibilidad, Viabilidad, Rentabilidad, Turismo, Estudio de Mercado.*

SUMARY

This research work proposed the implementation of a tourist center in the Salitre canton in the province of Guayas, in which significant aspects are detailed in each of the chapters for the respective execution of the project. In the first chapter there was a brief review of the most important concepts for this research work. In the second chapter, the methodological and technical aspects are studied to establish the measures to be followed for the fulfillment of the objectives. The results detailed the progress of each of the objectives that had been established. For the first objective, the survey tool was used, which was carried out with the inhabitants of Salitre, Samborondón, Daule and Guayaquil in order to know the potential clients, the tastes and preferences of the consumer. It was also possible to define each of the areas that can be found within the "UrbinaPark" tourist center. In the last objective, a financial study of the proposal was analyzed to validate the feasibility of the project, using financial indicators such as NPV, IRR and CBR, which yielded an NPV of $ 1.389.095,83, an Internal Rate of Return 32.99% which establishes that the project is attractive to investors and the benefit-cost ratio resulted in 1.44, which affirms that the realization of the project will be feasible.

Keywords: *Feasibility, Feasibility, Profitability, Tourism, Market Research*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN 13
Caracterización del Tema 13
Planteamiento de la Situación Problemática. 14
Justificación e Importancia Del Estudio 14
Formulación del Problema 15
Objetivos 15
Hipótesis 15
Aporte Teórico 15
Aplicación Práctica 15
CAPÍTULO 1 17
MARCO TEÓRICO 17
1.1 Estado del Arte 17
1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática 20
CAPÍTULO 2 27
ASPECTOS METODOLÓGICOS 27
2.1 Métodos 27
2.2 Estadística Descriptiva 28
2.3 Variables 29
2.4 Población y Muestra 29
2.5 Técnicas de Recolección de Datos 31
2.6 Cronograma de Actividades 34
RESULTADOS 35
DISCUSIÓN 60
CONCLUSIONES 62
RECOMENDACIONES 64
BIBLIOGRAFÍA CITADA 65
ANEXOS 72
APÉNDICES 77

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de Operacionalización de las Variables……..……72

Anexo N° 2: Población……..……73

Anexo N° 3: Encuesta……..……..…73

Anexo N° 4: Cronograma de actividades……..…….76

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndices N° 1: Matriz de FODA…….. ……77
Apéndices N° 2: Resultado de la Entrevista…….....78
Apéndices N° 3: Demanda Potencial…….....79
Apéndices N° 4: Proyección de la Demanda (1 vez al mes) ……..79
Apéndices N° 5: Proyección de la Demanda (2 veces al mes)…….…….80
Apéndices N° 6: Proyección de la Demanda (3 veces al mes)…….……..80
Apéndices N° 7: Proyección de la Demanda (4 veces al mes)…….…….81
Apéndices N° 8: Proyección de ventas por Entrada ……81
Apéndices N° 9: Estimación del Precio ……82
Apéndices N° 10: Matriz de Competidores ……83
Apéndices N° 11: Logística para el Centro Turístico ……..84
Apéndices N° 12: Diseños e Ingenierías Civiles ……....85
Apéndices N° 13: Equipos y Maquinarias ……..87
Apéndices N° 14: Herramientas de Operación ……....88
Apéndices N° 15: Muebles y Equipos de Oficina…….....90
Apéndices N° 16: Útiles de Aseo…….90
Apéndices N° 17: Suministros de oficina ……..91
Apéndices N° 18: Equipos de Computación ……91
Apéndices N° 19: Inversión de Inmobiliario……...92
Apéndices N° 20: Activos Diferidos ……92
Apéndices N° 21: Activos Fijos …….....93
Apéndices N° 22: Total de Depreciación y Desecho Contable……..…….93
Apéndices N° 23: Costos Administrativos …….....94
Apéndices N° 24: Gastos de Publicidad……97
Apéndices N° 25: Gastos de Servicios ……...97
Apéndices N° 26: Gastos Operacionales……...97
Apéndices N° 27: Gastos de Implementación……...98
Apéndices N° 28: Total de Capital de Trabajo……...98
Apéndices N° 29: Total a Invertir ……98
Apéndices N° 30: Amortización de la Deuda ……99
Apéndices N° 31: Punto de Equilibrio……..101
Apéndices N° 32: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)…….....102

Apéndices N° 33: Flujo de Caja……..104
Apéndices N° 34: Evaluación Financiera ……..106
Apéndices N° 35: Período de Recuperación ……...106
Apéndices N° 36: Escenario Moderado……106
Apéndices N° 37: Escenario Optimista……..107
Apéndices N° 38: Escenario Pesimista ……..108

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

Se dice según la fuente Vallejo López, Aguilera Peña, Ycaza Calderón, & Santana Moncayo (2019) que el cantón Salitre antes era llamado como Urbina Jado, también era conocido como la capital montubia del Ecuador, es actualmente llamado Salitre ya que hace años había una laguna salada en la cual el ganado llegaba para lamer la sal y se quedaba allí, los hacendados enviaban a sus vaqueros a buscarlas a ese lugar. Esta localizada al norte de Guayaquill, su clima de este cantón es cálido y su suelo es muy fértil, su gente se dedica a la agricultura en especial del arroz, cacao, café, mango entre otras frutas y ganadería, estas son su principal fuente de ingresos

Este cantón posee una playa de agua dulce la cual se llama la Fortuna, es conocida por los turistas como el mejor balneario de agua dulce del Ecuador, ya que brinda tranquilidad y su deliciosa gastronomía con platos como cazuela de camarón o pescado, fritada, humitas, bollos tortillas de verde, pescado frito, seco de gallina y maduro asado con queso. En este balneario también sus habitantes realizan u ofrecen el servicio de paseos en canoas y alquilan cañas para pescar.

Mientras que García (2017) expresa que las fincas y hacienda que posee este cantón conllevan al turismo agropecuario, ya que estas brindan la oportunidad de montar a caballo, pasar un rato ameno y al aire libre entre sus familiares o amigos que disfruten un poco más de la naturaleza.

Según la fuente Ronald (2013) un proyecto como este refuerza al turismo, ya que es considerado como medio de desarrollo sostenible, porque existen necesidades de un lugar en el que se pueda disfrutar y pasar un rato ameno de entretenimiento, que posea piscinas y toboganes, canchas deportivas, cabañas, que a sus clientes le pueda dar un paseo en canoa entre otras actividades.

Este proyecto surgió ya que en el cantón no existe un atractivo turístico como este, en el cual las personas puedan pasar en ambiente sano y adecuado para realizar distintas actividades recreativas, a más de eso estar en contacto con la naturaleza, con ello también se busca darle un mayor atrayente y reconocimiento al cantón Salitre.

Actualmente el cantón Salitre solo cuenta con ese balneario, como centro turístico, por ello se ha pensado implementar un centro turístico y que este cuente con piscina, toboganes, cabañas, canchas deportivas, que los clientes puedan dar paseos en canoas o en caballos como ellos prefieran, de esta manera ofertar una amplia gama de actividades

Se puede decir que el turismo es considerado con un pilar fundamental de ingresos, por ello se ha pensado en realizar la creación de un centro turístico en el cantón Salitre, con lo cual se prevé mejorar la calidad del turismo local y sobre todo lograr un mejor desarrollo económico de cada uno de sus habitantes. Este proyecto estará destinado a la diversión, para que las personas puedan pasar un rato ameno con su familia, amigos, compañeros, entre otros

Planteamiento de la Situación Problemática.

Debido a la ausencia de establecimientos de recreación en Salitre, se propone la implementación de un centro turístico mediante el desarrollo de un estudio económico, técnico y financiero para ofrecer un servicio recreativo de calidad a los clientes y que ellos puedan satisfacer sus necesidades.

El fin del proyecto es mejorar el desarrollo económico y turístico local, por ello se quiere conocer el nivel de factibilidad que tiene este proyecto

Justificación e Importancia Del Estudio

En este proyecto se busca determinar la factibilidad que puede tener la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre, a través de estudios que permitan conocer la oferta y demanda, conocer las preferencias de los consumidores.

El centro turístico estará enfocado en brindar un buen servicio a sus consumidores y sobre todo crear nuevas fuentes de ingresos para dicho cantón. Este estudio se realizará con el fin de estimar y satisfacer la demanda de servicios turísticos y ayudar al desarrollo económico del cantón Salitre.

Delimitación del Problema

Análisis de factibilidad para implementación de un centro turístico en el cantón Salitre, ubicado en al noroeste de provincia del Guayas.

Formulación del Problema

¿Resultaría factible la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre?

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda que existe en cantón Salitre.
- Definir los aspectos técnicos e inversiones para el desarrollo del centro turístico.
- Evaluar financieramente el proyecto mediante indicadores que permitan determinar la factibilidad de la implementación del centro turístico.

Hipótesis

La implementación del centro turístico es rentable para sector turístico del cantón Salitre.

Aporte Teórico

Este estudio hace referencia a la revisión literaria ejecutada en diferentes teorías aplicadas al desarrollo de un proyecto como este. Dando así un aporte de información actualizado, en el cual se identifique los posibles escenarios que puedan surgir como por ejemplo los inconvenientes en el mercado local, problemas de recursos ya sean naturales o económicos y su comercialización.

El propósito de este estudio es que con la información necesaria se sabrá si se debe continuar con el proyecto o no, esto se comprobará realizando un diagnóstico de manera económica para saber la viabilidad y factibilidad del mismo en dicho cantón.

Aplicación Práctica

Los resultados obtenidos valdrán como soporte para los inversionistas o socios del proyecto, el cual les ayudaría a la toma de decisiones futuras al lanzarse hacia el mercado.

Mediante este estudio, se busca satisfacer la demanda insatisfecha de las personas que quieran acudir a un centro turístico para socializar entre ellos, y más aún los habitantes de este cantón se beneficiaran ya que con la implementación del centro turístico, se abrirá nuevas fuentes de empleo e ingresos para Salitre.

Esto lo determinaremos mediante un modelo de regresión simple, para proyectar la demanda y métodos financieros y se pueda determinar costos de inversión que conlleva el desarrollo del centro turístico.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del Arte

De acuerdo con Montesdeoca Chaglla (2016) en su proyecto “estudio de factibilidad para la creación de un parque acuático en el sector Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, comienza por un análisis situacional del Ecuador donde describe cada una de las variables, utilizando el método cualitativo de investigación. Finalmente se realiza un estudio financiero de impacto, para los aspectos económicos, social, ambiental y educativo, dando como resultado que los evaluadores financieros presentan una situación potencial favorable, lo que significa que es atractivo, debido a que a la tasa interna de retorno muestra un escenario conservador de 2,14% sobre la tasa de rendimiento medio que es superior. En su mayoría las variables mostraron un nivel positivo, lo que no afectará de manera significativa al medio ambiente, por consiguiente, ellos procuraran mitigar las consecuencias de los diferentes aspectos a través de acciones preventivas.

Para Aguirre Vinces, Alay acevedo, & Simisterra Delgado (2012), en su proyecto “Análisis de factibilidad para el establecimiento de un club recreacional en el cantón Daule, provincia del Guayas” en su proyecto emplearon cuatro métodos: estudio organizacional, estudio técnico, estudio de mercado y estudio financiero, para medir la factibilidad de la implementación de un club recreacional. Para esto se utilizó métodos de encuestas y segmentación de mercado, a más de eso, implementaron el método de máximo déficit acumulado y un análisis de sensibilidad, en el cual pudieron determinar que el proyecto era rentable. Obteniendo como resultado que el método de máximo déficit acumulado, estimó un capital de trabajo encima de los $10.000 valor que se justifica por el tipo de negocio, ya que el costo de puesta en marcha, los sueldos y demás materiales, son mayores que los ingresos en los primeros ciclos del negocio, mientras que el análisis de sensibilidad muestra que las variables incluidas en éste, modifican el rendimiento, pero esto no deja de ser atractivo para el inversionista.

Según Reyes Guerra, Bayas García, & Arce Troya (2016) el proyecto "Propuesta de creación de un centro turístico - gastronómico en el cantón Samborondón" está enfocado en el estudio de la oferta turística del cantón, con el fin de analizar el mercado potencial y la competencia para el desarrollo del proyecto. Para ello realizaron un estudio técnico, estudio de mercado y estudio financiero para la respectiva gestión y comercialización del producto. Teniendo como resultado, que el proyecto es rentable económicamente ya que aporta empleo y ganancias a los habitantes no solo del cantón, sino también al país.

Por otro lado, Lucin, Ruiz , Tinizhañay, & Romero (2010) indican en el "Proyecto de la factibilidad de la creación de un Complejo turístico en el cantón Santa Lucía" el objetivo de estudio fue evaluar económica y financieramente la implementación de un complejo turístico, en el cual se realizó un estudio de mercado para conocer el nivel demanda, un estudio técnico para definir las características físicas del complejo y un estudio financiero para saber la rentabilidad y su factibilidad. Para ello se utilizó el método cuantitativo, indicadores financieros como la tasa interna de retorno (TIR) y tasa mínima aceptable de rendimientos (TMAR), la herramienta "Crystal Ball" que permitió efectuar un análisis de riesgo, para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones. Teniendo como resultado que el proyecto es económicamente factible, ya que la rentabilidad del mismo (TIR) es el 28% mayor, que la mínima exigida por el inversionista que es el 8% (TMAR), esto fue comprobado mediante el valor actual neto (VAN) siendo de $97.382,43. La factibilidad del proyecto se conserva, ante los riesgos de la variación de la demanda, por horas esperadas, tasas de descuento y los costos variables como lo indico la herramienta "Crystal Ball".

Para Aguilar Navarro & Lopez Polanco (2015) dentro del proyecto "Evaluación del potencial turístico, de la realización de rodeos montubios como atractivo turístico cultural del cantón Salitre". Resaltan los aspectos más importantes con relación a los atractivos turísticos y la oferta que estos poseen dentro del mercado. Utilizando un método exploratorio y descriptivo. El objetivo de estudio, fue evaluar la oferta turística y conocer la realidad socio-económica, para desarrollar un plan que contribuya al crecimiento local. Teniendo como resultado

que los indicadores de rentabilidad, dan una factibilidad en este tipo de proyectos y contribuyen al dinamismo de la economía local.

Según la fuente Burgos Molina (2015) el proyecto “Análisis de factibilidad para implementar un Centro Turístico en pro del desarrollo del turismo comunitario en la Provincia de Manabí del Cantón Puerto López” tuvo como objetivo analizar la factibilidad de la creación de un centro turístico, que contribuya al desarrollo económico local, utilizando un método deductivo-analítico y para su evaluación financiera el Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno. Con los cuales se obtuvo como resultados, que el proyecto es viable y se puede ejecutar a largo plazo generando ingresos y empleo para mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Para Cruz Vilchez & Pardo Benites (2015) en el “Proyecto de inversión para la implementación de un parque acuático en la ciudad de Piura” indicaron que el objetivo de su estudio fue determinar la viabilidad y la rentabilidad que tiene la implementación de un parque acuático, a su vez medir el grado de aceptación de esta propuesta, utilizando un método cualitativo-cuantitativo, e indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno. Teniendo como resultado, que el proyecto es viable, rentable y atractivo para los inversionistas ya que su tasa interna de retorno fue del (22.44%).

Por otro lado, Basurto Bravo & Buste Moreira (2015) indican en su “Estudio de factibilidad para un parque acuático en el cantón Manta, provincia Manabí”, que su objetivo es determinar la factibilidad y viabilidad económica que tiene la implementación de un parque acuático, utilizando el método inductivo, deductivo y científico para describir y explicar los resultados alcanzados. Cabe mencionar que la investigación fue realizada por medio de encuestas e investigación de campo, con lo que llegaron a la conclusión, que la implementación del parque acuático en el cantón Manta es factible y da un rápido crecimiento económicamente rentable.

Según Armijos, Leal, Lucin, & Mendoza (2010) en su “Proyecto de inversión para la creación de un complejo turístico en General Villamil Playas” indicaron que el objetivo, es conocer la viabilidad de la creación de un complejo turístico para

este cantón, usando un método exploratorio, descriptivo e índices de rentabilidad, con los cuales obtuvieron como resultados que el proyecto si es rentable y factible, que tiene su aceptación por parte de los consumidores.

Finalmente, Orlando Villacreces (2015) en su proyecto “Análisis de factibilidad financiera de un parque acuático en el cantón Nobol, provincia del Guayas” su objetivo de estudio, fue determinar la factibilidad financiera para la construcción y puesta en marcha de un complejo de recreación y esparcimiento familiar turístico de tipo parque acuático. En el cual se utilizó el método, de la investigación descriptiva, bajo la implementación del esquema transeccional – transversal para describir las variables y como herramienta empleó el sistema de encuestas, con lo que obtuvo como resultados, que el proyecto es viable y factible, con una inversión inicial recuperable aproximadamente en 2 años y medio y una relación Beneficio-costo de 1.49 veces, inclusive operando en un 33,97% alcanza el punto de equilibrio.

1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática

1.2.1 Plan de Negocio

Se puede decir que según la fuente Viniegra (2007) un plan de negocio, nos ayuda a conocer como operar de manera más eficiente y eficaz, en las diferentes áreas del negocio, para poder logar a los objetivo y metas planteadas (págs. 13-23).

Si no existiera un producto o servicio, no pudieran operar empresas o negocios. Es importante saber las características de lo que se va a ofrecer en el mercado y los distintos factores que implican desarrollarlo.

Un plan de negocios permite ver, las características y a su vez sirve como guía, para saber cómo se puede ofrecer o como puede operar el servicio que se va a brindar, (en este caso sería el centro turístico) de manera a que se pueda llegar al cliente de una manera eficaz y eficiente para lograr un buen desarrollo de las actividades y alcanzar los objeticos deseados dentro del mismo.

1.2.2 Estudio de Factibilidad

La teoría de la factibilidad conlleva al conjunto de objetivos, estrategias, recursos, etc.; para lograr el desarrollo económico ya sea de un país o comunidad, plan de estudios. Por otra parte, un proyecto factible, como su nombre lo indica, tiene un propósito de manejo inmediato, la ejecución de la propuesta Dubs de Moya (2002)

Se puede decir que según la fuente Santos (2008) un estudio de factibilidad es la disposición de recursos necesarios que se pueden utilizar para llegar los objetivos y metas. Usualmente los supuestos, pronósticos y estimaciones forman parte de aquello ya que por la información compensada se pueden realizar los estudios técnicos, económicos financieros entre otros.

En este tipo de estudios se debe incluir los objetivos, el alcance y restricciones para mediante esto poder crear alternativas de los distintos tipos de factibilidad. Cabe recalcar que, en los proyectos de inversión, se busca obtener beneficios en la productividad y el mejoramiento de la calidad de vida, dentro del área y periodo de tiempo determinado.

Según la fuente Barbosa Estrada (2019) un estudio de factibilidad ayuda a la estimación de costos totales y con ello se podrá saber cuan rentable es el proyecto, este debe estar bien estructurado y evaluado indicando las normas que debe seguirse para terne una buena inversión.

1.2.2.1 Tipos de Factibilidad

Alegsa (2018) Usualmente los tipos de factibilidad son:

- **Factibilidad Técnica:** es aquella que está más cerca de la tecnología indispensable para el uso de los sistemas es decir para el uso de la tecnología apropiada, infraestructura entre otros.
- **Factibilidad económica:** es la relación costo beneficio es decir conocer sobre la inversión del proyecto, los costos que conlleva cada etapa para su desarrollo.
- **Factibilidad operacional u organizacional:** es decir como va a funcionar u operar la organización que es lo que va necesitar para un correcto manejo del negocio.

Para Miranda (2005) el estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para la ayuda de la toma de decisiones en el desarrollo y evaluación de un proyecto. Se basa en información que tiene un mínimo de incertidumbre posible, para calcular los medios de éxito o fracaso de un proyecto de inversión y mediante el cual se tomará la decisión de seguir o no con la implementación.

1.2.3 Viabilidad Económica

Rodríguez Ariza (2017) dice que un análisis de viabilidad es el estudio que pronostica si un proyecto tendrá éxito o será un fracaso, se dice que, si una empresa desea realizar un proyecto, debe de utilizar esta herramienta ya que ayudara a la toma de decisiones en cuanto a si se debe o no invertir.

Por otro lado, Sapag Chain & Sapag Chain (2008) manifiesta que para un análisis de viabilidad económica se debe realizar una comparación entre los costos beneficios y los costos estimados del proyecto, para determinar su rentabilidad. Mediante la rentabilidad podremos determinar la viabilidad económica, a su vez facilitara la toma de decisiones y reducir el riesgo que se pueda llegar a presentar.

1.2.4 Rentabilidad

Según la fuente Santiesteban Zaldivar (2011), la rentabilidad es una ganancia o un beneficio que se obtiene por una inversión, esta ayuda al fortalecimiento del patrimonio, a la generación de riqueza en un periodo de tiempo (págs. 4-11).

Se puede decir que la rentabilidad es considerada como uno de los pilares de la empresa y las inversiones. Ya que nos ayudan a saber si la empresa puede enfrentar sus costos y gastos y a su vez obtener beneficios.

La rentabilidad economía se relaciona con los intereses antes del impuesto, con los capitales económicos, empleados en si con el rendimiento de la inversión de la empresa. Mientras que la rentabilidad financiera tiene que ver con los interese después del impuesto, con los fondos propios de la empresa, gastos financieros. La relación de estas dos rentabilidades se ve en el apalancamiento financiero. Un proyecto factible está destinado a producir un bien o un servicio para satisfacer una necesidad.

1.2.5 Estudio de Mercado

Para Nuño (2017) Es la acción que se debe realizar para saber sobre el mercado es decir conocer a la demanda y oferta que se puede dar ante un producto o servicio. Se observa la oferta y la demanda, así también como los precios y los canales de comercialización.

El objetivo del estudio de mercado es tener una visión sobre características del producto o servicio del cual se quiere introducir en al mercado.
Con un buen estudio de mercado nos ayudará a conocer un poco más sobre el comportamiento de la demanda, mediante este estudio también se podrá saber de la competencia y realizar un análisis de precios.

1.2.5.1 Características del Estudio de Mercado

El estudio de mercado se ejecuta con la intención de saber la viabilidad que posee una idea de negocio.

- Es un instrumento que evidencia la existencia de una demanda insatisfecha ya sea de un producto o servicio.
- Estima la cantidad de productos que el mercado puede llegar a demandar.
- Determina los canales de distribución más importantes para poder llegar de una mejor manera al consumidor final. En la actualidad el internet es uno de los principales canales de distribución.
- Averiguar el tipo de riesgo que puede tener el producto o servicio ya sea que no se venda.
- Saber los precios o costos de los productos complementarios y sustitutivos, que puede llegar a tener el producto o servicio que se esté ofreciendo.

Según Da Silva (2018) este tipo de estudio sirve como base para conocer más sobre una idea de negocio. Con ella la empresa pude implementar una metodología de trabajo y plan de marketing las cuales se ajusten a lo que pide o exige el consumidor.

El estudio de mercado es muy importante ya que mediante esto se puede tener una visión más amplia en base a la demanda y oferta que se dé en el proyecto, a su vez nos permite saber a través que canales de distribución o cómo se puede llegar al consumidor.

Por otra parte, según la fuente Prieto (2013), se dice que la investigación de mercado tiene como objetivo el desarrollo y provisión de datos, mediante la recolección, tabulación y análisis obtenidos para con ella, se puedan aplicar al momento de tomar decisiones en el proyecto, esto sirve de gran vínculo entre el demandante y ofertante (pág. 5).

1.2.6 Estudio Técnico

De acuerdo con Rodríguez Aranday (2018) el estudio técnico se basa en la definición de los medios de producción, es decir de los requerimientos de las materias primas o insumos para llevar a cabo el bien o servicio que se va a ofrecer. Para realizar este estudio es importante tener en cuenta el tamaño y localización del proyecto, los materiales y procesos de producción para poder determinar la viabilidad técnica del proyecto.

Según Romero Hidalgo, Hidalgo Sánchez , & Correa Guaicha (2018) un estudio técnico no se trata netamente del tecnicismo, sino más bien de como pueden ir enfocado las actividades del proyecto o negocio para obtener un buen resultado. Este estudio garantiza la cantidad y calidad de producto o servicio que se va a ofrecer al mercado.

1.2.7 Proyecto de Inversión

Pacheco Coello & Pérez Brito (2018) menciona que un proyecto de inversión es un plan el cual fija un capital con el que se producirá un bien o un servicio para satisfacer las necesidades del ser humano o de una sociedad en general. Un proyecto surge como resultado de una idea, la cual se enfoca en dar solución a un problema y a su vez aprovecharla como una oportunidad de negocio.

Por otro lado, para Castro Fajardo (2018) dice que un proyecto de inversión es un plan, el cual trata de identificar y conocer todos los aspectos relacionados con la idea de negoció, es decir saber sobre los aspectos técnicos y de mercado, legales, administrativos, para luego ser evaluados de manera financiera y económica.

Desde el punto de vista de Echeverría Ruíz (2017) la evaluación de los proyectos de inversión es de gran importancia, ya que con ello se podrá conocer

las ventajas y desventajas que puede presentar el proyecto, debido a que esta evaluación se hace de manera cualitativa y cuantitativa.

1.2.8 El Turismo

Según la fuente Orgaz Agüera & Moral Cuadra (2016) el turismo engloba a las actividades que hacen las personas mientras viajan a lugares distintos de su entorno habitual. También es considerado como uno de los pilares fundamentales para la economía de un país, ya que mediante este sector se obtiene fuentes de oportunidades socioeconómicas. Se dice el turismo posee un gran potencial, con el cual se puede obtener ingresos favorables para un país.

Por otro lado, para Santamaría Freire & López Pérez (2019) el turismo es una actividad que desarrolla distintos beneficios para un pais o nación. Las promociones y los precios dan el incremento del sector, ya que son como un valor agregado para los atractivos turisticos.

1.2.8.1 El Turismo como Actividad Económica

Para Sancho (2019) uno de los factores que ayudo al desarrollo del turismo, fue el aumento progresivo del vínculo comercial entre diferentes mercados, ya sean estos nacionales o internacionales. Con ello el movimiento de las personas no necesariamente era por el ámbito social, sino más bien por razones de negocio, estudio o profesionales. Todo esto fomento el desarrollo de una oferta estandarizada es decir se realizaban paquetes turísticos, el cual atraería a los turistas ya que estos paquetes estaban ajustados a sus gustos y preferencias. El turismo aquí en Ecuador es verdaderamente admirable, por su clima cálido y su belleza natural hace que muchos turistas extranjeros y nacionales lo prefieran (págs. 11-12).

De acuerdo con Loor Bravo, Alonso Alemán, & Pérez Pérez (2018) dice que el turismo es una de las áreas más activas del capitalismo global, ya que contribuye a la generación de riquezas para un país según la Organización Mundial del Turismo. El turismo es considerado como un soporte para la generación de empleo, a su vez fomenta el desarrollo y dinamismo de la economía de un país.

1.2.8.2 Ecuador como Destino Turístico

Según la fuente Poveda Burgos, Rendón Pérez, & Castro Carrasco (2018) Ecuador es considerado como uno de los países con gran biodiversidad del planeta, es un país multiétnico y pluricultural, por lo cual es considerado como una joya para los visitantes, durante los últimos años ha sostenido un incremento de turistas. Se puede certificar que la promoción y el mercadeo son necesarios para la expansión de los destinos turísticos del país, ya que conducen los esfuerzos combinados de los organismos nacionales y las actividades comerciales del sector turístico para lograr un incremento mediante la maximización del agrado de los turistas, y de este modo, favorecer a los representantes implicados en este sector a nivel local, nacional e internacional.

1.2.8.3 Llegada de Turistas al Ecuador

Según el Ministerio de Turismo (2019) en este año la llegada de turistas al Ecuador creció un 4%, se registró el ingreso de 1.381.726 personas que vienen de mercados priorizados como Estados Unidos que, respecto de 2018, creció un 15,1%; España (15,8%), Alemania (4,5%), Canadá (10,6%) y Francia (12,2%). Este aumento de arribo de turistas se debe especialmente a los esfuerzos realizados por el Ministerio de Turismo para optimizar el desarrollo y la conectividad del Ecuador en el mundo. Según los datos del Banco Central del Ecuador, durante el primer semestre de 2019 ingresaron al país 965 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representó el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB). En el mismo período de 2018 la cifra fue de 888 millones de dólares, es decir 1,7% del PIB.

CAPÍTULO 2

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Métodos

El objetivo principal del presente estudio, fue determinar la factibilidad que tiene la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre, para lo cual se utilizó investigación de campo que permito obtener datos de la realidad y estudiarlos tal como se presentan, mientras que la investigación descriptiva se encargó de la interpretación correcta de los hechos que proporcionaron la obtención e interpretación de los datos.

El presente documento de investigación fue realizado en base a un enfoque teórico, en el cual se proporcionó respuestas a la hipótesis y los objetivos planteados mediante información primaria, con los cuales se analizó y comparo los indicadores económicos con el fin de generar criterios, conclusiones y las debidas recomendaciones de una manera clara y óptima.

Con los datos obtenidos mediante encuestas y entrevistas se realizó su debida clasificación, ordenamiento y tabulación de los mismos, con los cuales se emplear métodos analíticos, inductivo que ayudaron a sacar las conclusiones necesarias de una manera clara y óptima.

2.1.1 Métodos Teóricos

Para determinar la factibilidad de este tipo de lugar se utilizó los métodos:

- **Cuantitativo-Cualitativo:** se efectuó estos tipos de investigación para lograr obtener los resultados numéricos, para identificar el problema relacionado con la falta de lugares turísticos o lugares de atracción turística en el cantón Salitre. El método cuantitativo fue una herramienta que permitió recolectar datos por medio de encuestas, con la información recopilada ayudo aportando a los resultados para la posible toma de decisiones, por otro lado, el método cualitativo aporto a la obtención de información y aspectos del comportamiento de la población seleccionada para este estudio.
- **Deductivo:** Mediante el método deductivo se pudo tener una conclusión clara y directa partiendo de las teorías aplicadas con los datos recopilados

dentro de la investigación, esto ayudo a realizar una posible observación de la operacionalización del servicio que se quiere dar dentro del proyecto.

Según la fuente Abreu (2014) dice que, el método deductivo es aquel que permite determinar los resultados o atributos, es decir permite conocer la realidad del estudio sin que estos aun sucedan y a su vez estos sean estudiados analítica o comparativamente.

2.2 Estadística Descriptiva

La estadística descriptiva ayudo a recopilar y a ordenar la información necesaria para poder definir aspectos como por ejemplo la localidad del servicio, la logística entre otros.

Para el desarrollo y ejecución del primer objetivo se utilizó datos primarios y secundarios, como dato primario fue la obtención de información mediante encuestas para saber si estaban dispuestos o no a asistir a este tipo atracción turística que se desea implementar y también mediante entrevistas las cuales se realizó a los propietarios de los locales ya implementados. La información secundaria fue obtenida por medio de la plataforma del Ministerio de Turismo del Ecuador las cuales nos ayudaron a saber cuál es el tipo de afluencia de turismo que tiene la provincia del Guayas, con toda esta información se pudo determinar la oferta y demanda del proyecto, ya que se consideró que son piezas fundamentales para determinar la factibilidad del proyecto al momento de implementarlo del parque acuático.

Para el desarrollo de este segundo objetivo, se tomó en cuenta toda la logística, dentro de este plan de logística se determinó quienes estarán encargados de las distintas áreas administrativas, los proveedores, el área donde se va a implementar el centro turístico, diseños e ingenierías civiles, los permisos que debe tener el establecimiento para correcto funcionamiento y esto permitió determinar el precio del servicio.

Para el desarrollo del tercer objetivo, se realizó un estudio financiero, el cual consta de un flujo de caja y herramientas financieras como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Benéfico y un Análisis de Escenarios (optimista, pesimista y conservador) con las cuales se pudo determinar la factibilidad del proyecto.

2.3 Variables

En este presente proyecto de titulación se estudió las siguientes variables:

2.3.1 Variable Independiente

- Demanda de servicios turísticos

2.3.2 Variable Dependiente

- Rentabilidad financiera del centro turístico (Formato de negocio).

2.3.3 Operacionalización de las Variables

La Matriz de Operacionalización de las Variables se realizó con los tipos de variables, su definición conceptual, las dimensiones, indicadores y los tipos de medición en instrumentos la cual se encuentra expuestas en el (**Anexo N° 1).**

2.4 Población y Muestra

Para este punto se utilizó la encuesta como herramienta, mediante esta herramienta se levantó información para conocer a los gustos y preferencias de las personas.

2.4.1 Población

Según la fuente Martinez Bencardino (2019) la población es un conjunto de medidas o el balance de todos los elementos que muestra una misma característica. Es el conjunto de elementos que se extrae de la muestra. Esta puede considerar finita o infinita, la finita se con un cierto número de elementos y tiene fin, mientras que, la infinita no tiene fin es decir puede que el número a investigar sea tan grande y desconocido.

Las encuestas estuvieron dirigidas a “Los habitantes del cantón Salitre y sus alrededores como por ejemplo Guayaquil, Daule, Samborondón, con edades entre los 18 y 65 años. En este caso según datos del último censo que fue en el año 2010 Guayaquil tenía cerca de 2´350.915 habitante, mientras que Daule tenía 120.326, por otro lado, Samborondón 67.590 y por último Salitre con 57.402 habitantes INEC (2010). Para este estudio los habitantes de los cantones ya antes mencionados, fueron considerados como el mercado meta. **(Anexo Nº 2).**

2.4.2 Muestra

Según la fuente Lorenzo (2007) la muestra es el subconjunto de la población en que se llevará a cabo la investigación, es una parte significante de la población (pág. 2).

La fórmula y los datos que se utilizó para el cálculo de la muestra es:

$$\boldsymbol{n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}}$$

n = Tamaño de la Muestra

z = 1.96 (95% de confianza)

p = Éxito de (0.50)

q = Fracaso de (0.50)

e = Error (0.05)

N = 2’596.233 Población

La aplicación de la encuesta fue en una población finita ubicada en cantones de la provincia del Guayas. A continuación, se presenta el desglose de su cálculo:

N	**2’596.233**
Z	1,96
p	0,5
q	0,5
e	0,05
n	**384**

$$\boldsymbol{n} = \frac{\boldsymbol{z}^2 * \boldsymbol{p} * \boldsymbol{q} * \boldsymbol{N}}{\boldsymbol{e}^2 (\boldsymbol{N} - 1) + \boldsymbol{z}\,2 + \boldsymbol{p} * \boldsymbol{q}}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{(1{,}96)^2 * 0{,}50 * 0{,}50 * 2´596.233}{(0{,}05)^2 (2´596.233 - 1) + (1{,}96)^2 + 0{,}50 * 0{,}50}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{2493422,17}{6494,6716}$$

$\boldsymbol{n}$ = 383,92

Lo que equivale a un total de 384 números de encuestas a realizar.

Para obtener el número de encuestas a realizar se tomó como dato a cantones de la provincia del Guayas como Salitre, Guayaquil, Daule y Samborondón los cual representa 2´596.233 de habitantes, con un nivel de confianza del 95% lo que equivale a 1.96, es decir que el 5% de diferencia producirá un intervalo de error.

Mientras que el valor p es la probabilidad que tendrá el proyecto para que tenga éxito y que ocurra, por consiguiente, el valor q la probabilidad de que existirá fracaso y que el proyecto no se llegue a dar. Las dos probabilidades tienen el mismo porcentaje siendo este de 0.50%, mediante estos datos se logró determinar la estimación de demanda.

2.5 Técnicas de Recolección de Datos

Para la recolección de datos se realizó una investigación de campo, a través de encuesta, la cual fue aplicada a clientes potenciales dentro del mercado.

2.5.1 Encuesta

Según la fuente Rodríguez (2017) la encuesta es considerada como una de las técnicas más empleada en el área de la investigación ya que ayuda al análisis, obteniendo resultados eficaces y rápidos durante el proceso de obtención de datos. Estas pueden ser realizadas en el total de la población o en el subtotal llamado muestra.

La encuesta fue realizada a los habitantes de los Salitre, Daule, Guayaquil y Samborondón, los datos obtenidos mediante las encuestas se realizó su debida recopilación y tabulación mediante tablas o gráficos con el que se conoció el nivel de aceptación, los gustos y preferencias de los consumidores **(Anexo Nº 3).**

2.5.2 Entrevistas

En el presente proyecto las entrevistas estuvieron dirigidas a los propietarios de los complejos ya implementados, cercanos al cantón, esto se realizó con el fin de saber su situación actual.

2.5.3 Valor Actual Neto (VAN)

Para Fajardo Vaca, y otros (2019) el VAN es considerado el valor monetario el cual surge de la resta de la inversión inicial y la suma de los flujos descontados, este mide la inversión para mediante eso determinar el valor de cobros y pagos a futuro. El VAN es uno de los métodos más importantes ya que hace referencia al rendimiento actualizado de los flujos ya sean positivos o negativos originados por una inversión.

Este indicador ayudo a saber si el proyecto es viable o no.

$$VAN = -1\text{◎} + \sum_{j=1}^{n} \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

Ft: Flujo de dinero en cada periodo

$I0$: Inversión realizada en el momento inicial.

n: Numero de periodos de tiempo.

K: tipo de interés exigido a la inversión

Entonces:

VAN > 0 la inversión produce ganancias, el proyecto a realizar es aceptable

VAN < 0 la inversión produce perdida, el proyecto a realizar es rechazado

VAN = 0 la inversión en el proyecto a realizar no producirá ni perdida ni ganancia.

El VAN intervino en el análisis de la rentabilidad anual mínimo que se quiere llegar a alcanzar dentro de este estudio de la implementación del centro turístico en el cantón Salitre, mediante esta herramienta se conocer los riesgos y beneficios que se esperan de la inversión.

2.5.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según la fuente Simisterra Quiñonez, Rosa Monserrate, & Suárez López (2018) es aquella que expresa el crecimiento del capital en términos relativos y determina la tasa de crecimiento de capital por periodo. A su vez es considera

como una tasa de interés o rentabilidad, es decir con ello se podrá conocer el porcentaje de beneficio o perdida que se obtendrá de la inversión realizada.

Mediante la TIR se identificó la viabilidad financiera del proyecto.

$$TIR = \sum_{T=0}^{n} \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Donde:

F: Flujo de dinero en cada periodo

$I0$: Inversión realizada en el momento inicial.

n: Numero de periodos de tiempo.

Para obtener la Tasa Interna de Retorno se realizó un análisis financiero, mediante un fujo de caja con el VAN y la TIR en Excel, mediante el cual se determinó la factibilidad de presente proyecto de inversión.

Relación Beneficio Costo

Diaz (2017) expresa que la relación costo beneficio es aquella que se vincula de manera directa con la teoría de la toma de decisiones, a su vez determina los costos y beneficios que se obtiene de este, expresados de manera monetaria para su valoración y estimación

$$B/C = \frac{VA}{A}$$

Donde:

VA= Valor Actual

A= Desembolso Inicial.

La relación Beneficio Costo permitió comparar los beneficios y los costos del proyecto o estudio, ya que estos ayudan con datos fundamentales dentro del mismo, con los resultados obtenidos se determinó que decisiones tomar para beneficio del proyecto de inversión.

2.6 Cronograma de Actividades

Para este presente estudio de implementación del centro turístico se realizó actividades en tiempos que se encuentran expuestos en el **(Anexo Nº 4)**

RESULTADOS

Realizar un Estudio de Mercado para Identificar la Oferta y Demanda que Existe en Cantón Salitre.

Para el desarrollo de este primer objetivo se levantó información mediante encuestas y entrevista para conocer sobre la oferta y demanda, que presenta el proyecto.

Análisis PEST

- **Político:**

El Ecuador en cuanto al ámbito político, está afrontando distintos asuntos de corrupción en los que se encuentran envueltos varios funcionarios pertenecientes al gobierno anterior, con la crisis sanitaria del COVID-19 salieron a la luz, distintos acontecimientos de aprovechamiento ilícito de la situación y escándalos de corrupción, con ello demuestra la decadencia que existe en el sistema de control compras públicas. La corrupción puede afectar a la economía, a las empresas y a naciones enteras, debido a esto la confianza de los ciudadanos se ha visto afectada, es especial de los empresarios al momento de realizar alguna inversión. El Ecuador es considerado como un país con gobierno democrático, esta forma de gobierno es propicio para distintas actividades comerciales ya sean nacionales e internacionales.

Para Robalino (2021) actualmente el comercio exterior con relación a la política, comprenden medidas que benefician a la apertura comercial como por ejemplo a la baja o eliminación de los aranceles en bienes de consumo. Según el gobierno su propósito es optimar la calidad de vida y fortalecer la competitividad del agro y de las industrias del país. Esto es beneficioso ya que ayuda al libre comercio entre países y a firmar más acuerdos comerciales con políticas internas que les ayuden en vínculo comercial.

- **Económico**

Para Reuters (2021) en el 2020 la economía del Ecuador se contrajo en un 7.8% a causa de la pandemia, ya que esto afecto con mucha fuerza a los hogares, al gobierno, a las inversiones y las exportaciones. Según el banco central el sector petrolero tuvo una baja de 9,8% por un desperfecto en el trabajo

de la extracción de petróleo. En este año la producción de crudo fue de 175,4 millones de barriles, es decir un 9,5% menos que en 2019.

Según Banco Central del Ecuador (2021) en cuanto a las exportaciones e importaciones en el 2020, las exportaciones de bienes y servicios mostraron una disminución de 2,1% en relación al 2019. Mientras que los productos con mayor representación en ventas fue el camarón elaborado, 8,0%; banano, café y cacao, 4,7%; pescado y otros productos acuáticos, 4,0%. Por otro lado, importaciones se redujeron al 7,9% con respecto al año anterior.

En cuanto a los Gasto de consumo final del gobierno según Banco Central del Ecuador (2021) se redujeron a 6,1% respecto a 2019, esto se dio ya que se redujeron las remuneraciones. A su vez, existió una reducción en la compra de bienes y servicios, por parte del estado. Por otro lado, el sector del Comercio registró una variación negativa del 8,2%, ya que el desempeño de las industrias ha afectadas por la limitación a la movilidad y el normal desenvolvimiento de las actividades comerciales, mientras que el sector de la construcción en 2020 también mostró un decrecimiento de 11,1% ya que los sectores financieros concedieron 14.432 operaciones de crédito en el segmento inmobiliario, es decir un 36,3% menos en relación al año anterior.

Conforme Ekos (2021) en el primer trimestre del 2021 la economía ecuatoriana el Producto Interno Bruto se redujo a 5,6% en comparación al primer trimestre del 2020, esto se dio ya que según el Banco Central hubo una disminución de inversión pública, una depreciación en el consumo final del gobierno y en los hogares, por otro lado, las importaciones tuvieron un aumento del 2% con relación al primer trimestre del año pasado.

Citando a Vásconez (2021) dice que el Banco Central del Ecuador estima que para este 2021 la economía del Ecuador tendrá un ascenso de 2.8%, esta previsión se basa debido a la información expuesta por el Ministerio de Economía y Finanzas, también por parte del sector público y privado. Se prevé que los hogares tengan una recuperación leve de 2.1% en este año.

Por otro lado, según INEC (2021) la inflación en marzo 2021 fue de 0,18%, la inflación anual de precios de marzo fue de -0,83% con relación a marzo del

2020 la cual se ubicó en 0,18%, mientras que en este mismo mes el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 711,80.

Según la fuente El Universo (2021) en mayo del presente año se aprobaron seis leyes, una de ellas es la ley de economía circular, plantea la regeneración y reparación de ecosistemas mediante un cambio importante de producción y consumo mediante la ejecución de elementos de eco diseño, en los costos de producción para impedir o reducir la contaminación y el consumo sostenibles. Con la economía circular como mecanismo de bienestar económico ayuda a la creación de empleo y a la disminución de recursos no renovables.

En lo que va del 2021 se han ido anunciando reformas por el actual presidente, unas de ellas es la reforma Creando Oportunidades la cual trata de la eliminación del IVA a distintos tipos de productos básicos como pañales, mascarillas, alcohol, etc. Otra de las medidas es que eliminara el ICE a los planes de telefonía de personas y empresas, también se eliminara el impuesto a la herencia para hijos y cónyuge, además se eliminara el RISE y el Régimen de Microempresas (2%).

- **Social**

Según el INEC (2021) actualmente somos aproximadamente 17’703.125 ecuatorianos, de los cuales a julio del 2021 un 31.8% poseen empleo adecuado, mientras que un 5.2% se ubican en el desempleo. Por otro lado, el nivel de pobreza por ingreso a junio del 2021 se ubicó en un 32.2%.

El INEC (2020) reconoce que la pobreza por ingresos a nivel nacional durante diciembre del 2020 se ubicó en 32,4% mientras que la pobreza urbana es de 25,1%, y la pobreza en el área rural es de 47,9%. En diciembre de 2020 la pobreza extrema se situó en 14,9%. Para diciembre del año pasado, el coeficiente de Gini a nivel nacional se situó en 0,500, en el área urbana fue de 0,485 mientras que en el área rural es de 0,474.

Para Plan de Gobierno (2020) el problema migratorio en Ecuador, se basa en la búsqueda de oportunidades laborales ya que en un mundo cada vez más globalizado, la movilidad libre y responsable de bienes se va incrementando debido al comercio, este fenómeno trae grandes oportunidades Según el

Ministerio de Gobierno, en enero del año pasado 354.538 migrantes ingresaron al Ecuador de forma normal y se han quedado, este país es un destino interesante por su mercado laboral para sus países vecinos (por ejemplo, Colombia y Venezuela) debido a su cercanía geográfica y a su moneda circulante, el dólar americano.

Según la fuente Vallejo (2021) el actual gobierno firmo un compromiso a favor de las mujeres y niñas en el que se compromete a defender los derechos de ellas, este compromiso está compuesto por tres políticas como Ecuador libre de violencia el cual se realizara mediante las medidas establecidas por la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, también propone crear acuerdos sobre la igualdad salarial entre hombres y mujeres. Por último, compromete a fomentar la norma laica en las políticas de derechos sexuales, reproductivos, identidad, igualdad, expresión y más.

- **Tecnológico**

Según Plan de Gobierno (2020) el actual gobierno, en base al Índice de Desarrollo de Gobierno digital Ecuador está en el puesto 74 de 193 países con una puntuación de 0,7 sobre 1. Este gobierno quiere ir hacia la transformación digital es decir cambiando velozmente las economías y las sociedades siendo que estas sean más productivas y valiosas en el mundo. La digitalización de servicios ayuda a las instituciones públicas brindar excelentes herramientas para satisfacer las distintas necesidades que se le presente al ciudadano, la implementación de un Gobierno digital al servicio consiste en convertir al ciudadano y usuario en el centro del proceso de innovación. La innovación digital es un proceso de ayuda para las familias ecuatorianas que presentan dificultades económicas y sociales, en esto también debe incluir a las empresas públicas o privadas, ya que ayudaría a fortalecer la relación de los ciudadanos con los diversos funcionarios y a generar un Estado más eficiente.

El actual gobierno busca impulsar una estandarización de trámites en todos los niveles de públicos, con el fin de disminuir la carga administrativa y financiera que recae sobre los funcionarios y ciudadanos del país. A su vez prevé que para el 2025 todo trámite del sector público sea digital y de esta manera ofrecer un mejor

servicio ya que estos cuestan menos. En cuanto al sistema educativo se busca una mayor conectividad a nivel nacional los cuales les facilite a todos los niños y adolescentes de acceder a una educación de calidad desde sus hogares. Mediante una buena conexión a internet y llegar hasta las zonas rurales con cobertura y servicios sociales de eficacia.

Análisis FODA

Según Riquelme Leiva (2013) el análisis FODA es una herramienta que permite conocer cómo puede operar la empresa o negocio, en base a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se puedan presentar.

Fortalezas:

- ✓ Personal altamente capacitado para brindar un buen servicio, con alto grado de compromiso con la empresa y los consumidores.
- ✓ Innovación con planes para socios, es decir los clientes afiliarse para tener beneficios que el centro turístico pueda tener por temporada.
- ✓ Vías en perfecto estado, con fácil accesibilidad hasta el centro turístico.

Oportunidades:

- ✓ Alta demanda de turismo hacia destinos o lugares naturales.
- ✓ Contar con una gran variedad de gastronomía autóctona del cantón.
- ✓ Inexistencia de competencia directa en el cantón ya que no existe un lugar igual al que se desea implementar.

Debilidades:

- ✓ Poca publicidad, promoción e impulso turístico del cantón.
- ✓ Escasa experiencia en el mercado, por ser nuevos.
- ✓ Baja afluencia de turistas durante ciertos tiempos del año.

Amenazas:

- ✓ Restricción de movilidad, debido a la pandemia actual.
- ✓ La competencia, de centros turísticos con larga trayectoria en el mercado.
- ✓ Implementación de nuevas leyes o impuestos que afectar al servicio que es quiere brindar.

- ✓ Espacios turísticos públicos acogidos por los clientes.

Matriz FODA

Para realizar la matriz FODA se pondero las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en un rango del 1 considerado poco importantes y 5 mas importante para el proyecto. De allí se escogieron a las dos mas fuertes y se procedió a sacar las estrategias: **(Apéndice N°1)**

- **Estrategias FO:**
  - ✓ Utilizaremos estrategias de Marketing para atraer turistas y darles a conocer lo que posee este hermoso cantón.
  - ✓ Tener áreas específicas para cada integrante de las familias.
  - ✓ Poseer instalaciones amplias y llamativas.
- **Estrategias FA:**
  - ✓ Contar con estrictas medidas de higiene y seguridad.
  - ✓ Se creará distintas áreas de espacios libre para que las personas puedan hacer algún deporte o actividad que quieran realizar
- **Estrategias DO:**
  - ✓ Se realizará publicidad en redes sociales.
  - ✓ Se realizarán promociones en distintas épocas del año.
  - ✓ Se poseerá buena calidad de los servicios y jugos que son el mayor atractivo.
- **Estrategias DO:**
  - ✓ Estudiaremos bien a nuestra competencia para así aprender de ellos.
  - ✓ Incentivar con herramientas publicitarias en épocas fuertes o fechas especiales para llamar la atención de los turistas.

Análisis de las Entrevistas.

Se realizo una entrevista a el propietario del Complejo Turístico y Deportivo “El Refugio” según el señor Tyrone Moreno, manifiesta que este lugar posee gran acogida por parte de turistas, en especial los fines de semana y cuando el cantón está de fiesta. Dice que los turistas a más de ir por pasar un rato agradable con sus familiares y amigos, van por deleitar sus platos típicos propios del cantón. El asegura que le va muy bien en su negocio. **(Apéndices N° 2)**

Resultados de la Encuesta

Dentro de los cantones Salitre, Samborondón, Daule y Guayaquil se llevó a cabo la ejecución de 384 encuestas a personas según lo determinado como muestra poblacional para el estudio de este proyecto.

Tabla 1

Localidad de las personas encuestadas

Cantón	N°/ personas	Porcentaje
Guayaquil	127	33%
Salitre	99	26%
Daule	75	19%
Samborondón	83	22%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Se realizo esta pregunta para saber de que localidad se iba a tener más acogida por lo que se obtuvo como resultado que el mayor porcentaje obtenido fue de un 33%, por parte del cantón Guayaquil, seguido de un 26% por parte del cantón Salitre, mientras que un 22% fueron habitantes del cantón Samborondón y por último un 20% del cantón Daule.

Tabla 2

Sexo de las personas encuestadas

Sexo	N°/ personas	Porcentaje
Masculino	195	49%
Femenino	189	51%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Se realizo esta pregunta para saber cuál era el sexo más interesado en asistir a este tipo de lugares por lo que se pudo determinar que el 49% eran de sexo masculino, mientras que un 51%.

Tabla 3

Análisis de la edad.

Edades	N°/ personas	Porcentaje
18 a 29 años	122	32%
30 a 49 años	138	36%
50 a 64 años	96	25%
65 o mayor	28	7%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Se realizo esta pregunta para conocer el grado de aceptabilidad del proyecto por edades, las que dieron como resultado, que el mayor porcentaje obtenido es del 36% cuyas edades se encuentran entre los 30 a 49 años de edad, seguido del 32% que van desde los 18 a 29 años de edad, estos son los porcentajes más representativos dentro de esta pregunta.

Tabla 4

Análisis de asistencia a centros Turísticos

Asistencia	N°/ personas	Porcentaje
Si	355	92%
No	29	8%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Con esta información se pudo conocer el grado asistencia a los centros turísticos, por el cual se pudo determinar que el 92% si acuden a centros turísticos, mientras que un 8% de los encuestados.

Tabla 5

Análisis de asistencias a un centro turístico en el cantón Salitre.

Asistencia	N°/ personas	Porcentaje
Si	381	99%
No	3	1%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Mediante estos datos se pudo saber cuan aceptable era el implementar un parque acuático dentro del cantón Salitre, donde el 99% de las personas afirmaron que si les gustaría acudir a un centro turístico dentro de este cantón.

Tabla 6

Análisis de posibilidad de visitas al centro turístico.

Frecuencia de visitas	N°/ personas	Porcentaje
1	131	34%
2	168	44%
3	77	20%
4	8	2%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Por medio de estos datos se buscó determinar con qué frecuencia los futuros clientes visitaran el centro turístico que se desea implementar en el cantón Salitre, para el cual 44% afirman que acuden dos veces al mes, mientras que un 34% visitan estos lugares al menos una vez al mes y un 77% tres veces al mes.

Tabla 7

Análisis de posible afluencia de adultos en el centro turístico.

Adultos	N°/ personas	Porcentaje
1	20	5%
2	59	16%
3	97	25%
4	82	21%
5 o más	126	33%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Con esta información de posibles visitas por parte de adultos que un 5% siendo este un total de 20 personas asisten con una persona adulta, mientras que un 15% va con dos adultos y un 25% con tres. Por otro lado, un 21% representado por 82 personas asiste en compañía de cuatro personas adultas y por último un 33% visita este tipo de lugares con cinco o más personas.

Tabla 8

Análisis de posible afluencia de niños en el centro turístico.

Niños	N°/ personas	Porcentaje
1	118	31%
2	134	35%

3	88	23%
4	27	7%
5 o más	17	4%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Con estos resultados se esperaba conocer la posible afluencia de niños en el centro turístico, por lo que el mayor porcentaje fue de 35% en el cual las personas asisten a este tipo de lugares con 2 niños, seguido del 31% que van con un niño, y un 23% respondió que van acompañados con tres niños.

Tabla 9 - 10

Análisis de posible competencia.

Asistencia a Lugares	N°/ personas	Porcentaje
Públicos	96	25%
Privados	288	75%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Otros Parque o centros Turísticos	N°/ personas	Porcentaje
La Garza Roja	111	29%
Rey Park	72	19%
Finca la Gloria	129	33%
Otros	72	19%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Por medio de estos datos se buscó conocer la competencia en la que se obtuvo como resultado que un 25% de personas asisten a lugares o centro turísticos públicos, mientras que un 75% representado por un total de 288 personas asisten a lugares privados. Dentro de estas personas encuestadas un 29% acude a “La Garza Roja”, un 19% a “Rey Park” y un 34% representado por un total de 129 personas van a “Finca La Gloria”. Por último 72 personas, ósea un 19% afirman que asisten a otros lugares.

Tabla 11

Análisis de gustos y preferencias del consumidor. (Al visitar un centro turístico)

Motivo	N°/ personas	Porcentaje
Precio	109	27%
Seguridad	80	21%
Infraestructura	129	34%
Accesibilidad	66	19%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Por medio de esta información se pudo conocer cual es el motivo de preferencia al momento de elegir visitar un centro turístico, en la que obtuvimos como resultado que un 34% eligen estos lugares por su infraestructura, mientas que un 27% lo hace por su precio. Por otro lado, un 20% siendo esto un total de 80 personas lo elige por la seguridad que posee el lugar y por último un 19% por su accesibilidad.

Tabla 12

Análisis de gustos y preferencias del consumidor. (Instalaciones)

Motivo	N°/ personas	Porcentaje
Campos de multiuso (Futbol, Básquet, Voleibol)	115	30%
Espacio de campamento	22	6%
Patio de recreo infantil	105	27%
Paseos a caballo	88	23%
Paseos en canoa	44	11%
Muelle para pescar/ áreas para pescar	10	3%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

En esta pregunta se pretendió conocer que instalaciones le gustaría ver incluidas en el centro turístico por parte del consumidor. En la que se obtuvo como resultado que un 30% representado les gustaría que tenga Campos de multiuso (Futbol, Básquet, Voleibol), seguido de un 27% que quisieran que tenga un Patio de recreo infantil. Mientras que un 23% desearían que este cuente con paseos a caballo y un 11% con paseos a canoa. Por último 22 personas representado por un 6% les encontrar espacios de campamento y un 3% de encuestados prefieren un muelle para pescar.

Tabla 13

Análisis de gustos y preferencias del consumidor. (Campos deportivos)

Preferencia	N°/ personas	Porcentaje

Césped natural	299	78%
Césped sintético	85	22%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Con esta información se pudo conocer que la mayoría de los posibles clientes prefieren encontrar en las canchas del centro turístico césped natural esto fue respondido el por 78% de personas encuestadas, mientras que el 22% afirmaron que prefieren césped sintético.

Tabla 14

Análisis de gustos y preferencias del consumidor. (Áreas del centro turístico)

Preferencia	N°/ personas	Porcentaje
Piscina con toboganes	76	20%
Piscina con resbaladeras	32	8%
Piscina para niños pequeños	73	19%
Estudios de arte	10	3%
Gimnasio/ Centro de Aptitud y ejercicios	50	13%
Centro Cultural/ museo	22	6%
Espacios recreativos / juegos	81	21%
Espacios para reuniones	40	10%
Total	**384**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Dentro de esta pregunta se quiso saber qué áreas le gustaría encontrar al consumidor en el centro turístico que se desea implementar, de las que se obtuvo como resultado que un 21% de persona prefieren que encontrar espacios recreativos / juegos, seguido de un 20% de persona que les gustaría que este cuente con piscina y toboganes, del mismo modo un 19% quisiera que tenga piscinas para niños, mientras que un 13% les gustaría que este posea un Gimnasio / Centro de Aptitud y ejercicios, así mismo un 10% de encuestados prefieren que haya Espacios para reuniones.

Tabla 15

Análisis de aceptación del precio por el consumidor.

Precio	N°/ personas	Porcentaje
de $3 a $6	145	38%
de $7 a $10	160	42%
de $11 a $15	79	20%
Total	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2021

Con esta información se pudo conocer cuanto estarían dispuestos a pagar los clientes por el servicio, en el cual mayoría de los posibles clientes prefieren pagar entre $7 a $10 por un servicio de piscinas, paseos a caballo, paseos en canoa entre otros. Esto nos ayudara para poder determinar el precio del proyecto

Perfil del Consumidor

Cliente Objetivo

Los clientes potenciales dentro de este proyecto fueron determinados y establecidos entre hombres y mujeres cuyas edades están entre un rango de 18 a 65 años de edad con recursos económicos para ir a adquirir del servicio y disfrutar de las instalaciones que el centro turístico posee, sin importar el nivel de clase social que tengan.

Demanda

Demanda Potencial

Para la identificar de la demanda potencial del servicio que se va a brindar se tomó en cuenta los resultados obtenidos en la tabulación de la pregunta #4 y #5, ya que los resultados de la pregunta #4 el 92% de los encuestados afirmaron si asisten a centros turístico, mientras que en la pregunta #5 un 99% de personas respondieron que si le gustaría acudir a un centro turístico en el cantón Salitre, estos resultados permiten determinar la aceptabilidad de los consumidores frente al servicio que se desea brindar. Por medio de estos datos se pudo determinar los posibles consumidores del servicio que para el año 0 serían de 50.737 personas. Para mayor comprensión ver **(Apéndice N° 3)**

Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda del proyecto a 5 años se utilizó la tasa de crecimiento de la población del cantón Salitre, Guayaquil, Samborondón y Daule, estos se calcularon mediante el indicador TCD (Tasa de Crecimiento Demográfico) tomando en cuenta los periodos de 2010 – 2019.

$$TCD = \left(\left(\frac{P^{t+n}}{P^{t}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1 \right) * 100$$

Donde:

TCD= % Crecimiento demográfico.

P^{t+n} = Población Final del periodo.

Pt = Población Inicial

n = Años transcurridos

Según el INEC (2010) en los sus datos recopilados en el último censo de población y vivienda afirman que la población de los cantones Salitre, Guayaquil, Samborondón y Daule era de 2´596.233 y en el 2019 es de 3´035.164. Con el calculando realizado se obtuvo:

$$TCD = \left(\left(\frac{3´035.164}{2´596.233} \right)^{\frac{1}{8}} - 1 \right) * 100$$

TCD **= 1,97 %** Tasa de crecimiento de los cantones Salitre, Guayaquil, Samborondón y Daule durante el periodo 2010 – 2019

Una vez llevado a cabo el cálculo se obtuvo como resultado que la tasa de crecimiento de los cantones ya antes mencionado durante del periodo 2010 – 2019 es de 1,97%.

Para calcular la demanda de los probables clientes del centro turístico se formuló las siguientes preguntas (¿Cuántas veces al mes usted acude a estos lugares?) la cual ayudó a determinar la frecuencia de afluencia de personas. Con esos datos ya antes mencionados se pudo determinar la posibles de visitas de turista desde el año 0 al año 5, dependiendo de la frecuencia de visitas. Mediante la cual se obtuvo como resultados que por visitas de turistas a 1 vez al mes para el año 0 posiblemente se empezará abarcando 50.737 entradas de personas, mientras que para el año 5 se obtendrá 55.935 entradas de personas. Para mayor comprensión ver **(Apéndice N° 4)**

Por otro lado, se obtuvo como resultado de posibles visitas de turistas 2 veces al mes que para el año 0 unas 22.402 personas, esto se obtuvo partiendo del resultado de la población determinada para este estudio para el año 5 se prevé tener 24.697 entradas por personas. Para mayor comprensión ver **(Apéndice N° 5)**

En la proyección de ventas por entradas se obtuvo como resultado que para el año 1 se prevé tener 98.466 ventas de entradas por persona, seguido del año 2 con 100.405 entradas, mientras que para el año 3 y 4 entre 102.383 a 104.400 personas y para el año 5 un total de 106.457 afluencias de turistas para el centro turístico. **(Apéndice N° 8)**

Oferta

En el cantón Salitre existe un llamado complejo turístico, pero este solo cuenta con cabañas y un resto-bar, a su vez también está el balneario La Fortuna sin embrago, estos no han podido determinar la forma idónea para poder operar de la manera más correcta y que cuenten con las garantías de seguridad para el cliente, es decir no se ha podido determinar un centro turístico como el que se desea implementar en la zona, es de allí donde nace la idea de la realización del presente proyecto.

Estimación del Precio

Para la estimación del precio se lo pudo sacar en base a los costos de implementación y el precio de la competencia. Con ello se pudo determinar que el precio de entrada del Centro Turístico “UrbinaPark” será de $12. y los niños de 2 años en adelante pagarían la mitad. Por otro lado, se pudo observar que para el año uno se obtendrá $964.174,64 de ingresos por ventas de cada entrada. Para mayor comprensión se recomienda ver **(Apéndices N° 9)**

Competencia

En cuanto a la competencia se pudo definir que dentro de la zona existen dos pequeños lugares el primero está ubicado en propio cantón junto al balneario La Fortuna este se llama Complejo Turístico y Deportivo “El Refugio” este lugar posee unas cabañas, hamacas y un bar-restaurante. El segundo es un Campo Club Ing. Com. Jorge Gallardo ubicado por La T de Daule, este lugar actualmente está siendo remodelado, ya que no estaba en funcionamiento y poco a poco se

estaba deteriorando. Este lugar cuenta con tres piscinas, áreas verdes y un restaurant. Como competencia indirecta se ha establecido a las playas, los ríos o sitios que son frecuentados con el propósito de tener un momento diversión entre familiares y amigos.

Matriz de Competidores.

Por medio de esta matriz se logró establecer un punto de comparación entre los competidores que se tiene, esto ayudara a saber en que se debe mejorar. Se pudo determinar que la principal competencia que se tiene es por parte de Complejo Turístico “El Refugio”, este lugar hace bien implementando los factores de éxito, sus puntos más fuertes que tiene son en el precio, la trayectoria y prestigio. Esto se da ya que realiza publicidad en redes sociales dando a conocer las ofertas y promociones que tiene, aunque en su infraestructura y tecnología debería mejorar. **(Apéndices N° 10)**

Definir los Aspectos Técnicos e Inversiones para el Desarrollo del Centro Turístico.

Dentro de este segundo objetivo, se desarrolló toda la logística, se estableció las distintas áreas administrativas, los proveedores, el área donde se va a implementar el centro turístico, diseños e ingenierías civiles, los permisos que debe tener el establecimiento para correcto funcionamiento.

Logística Para el Centro Turístico

En el centro turístico "UrbinaPark" estará ubicado en un área de 30.000 m^2, la cual se encuentra situada a las orillas del Rio Salitre, en este centro turístico se implementarán áreas como estacionamiento, recepción, jardín o áreas verdes, parque infantil, cabañas, piscinas con toboganes para adultos y niños, un restaurant en el que las personas puedan deleitar los diversos platos típicos que posee el cantón, además contara con canchas deportivas de básquet y fútbol. También tendrá un pequeño muelle en el que los clientes podrán disfrutar de paseos en canoa así mismo se encontrará un área para que puedan dar paseos en caballos. Para mejor apreciación de la logística se recomienda ver. **(Apéndices N° 11)**

Proveedores

Uno de los proveedores para este centro turístico será Supermercados el Coral ya que tiene gran parte de lo que se va a utilizar y sus precios son bajos en comparación a los otros supermercados, de aquí se adquirirán implementos como chalecos, salvavidas, cascos, materiales de limpieza, instrumentos de jardinería, distintos accesorios para deportes, alumbrados entre otros. Por otro lado, otro proveedor con el que se contara es Papelesa, de aquí se obtendrá todo lo relacionado con los útiles de oficina.

Para lo que son equipos o accesorios para brindar el servicio de paseo a caballos, se obtendrá por medio de un artesano radicado en el cantón Salitre, el cual se dedica a la elaboración de asientos de madera para ensillar los caballos. Por otro lado, para la adquisición de equipos para piscinas se acogió a la empresa la empresa "Aguamarket" ya que cuenta con normas de calidad como las ISO 9001:2008 y NCH 2909:2004, de aquí se obtendrá lo que es las bombas, filtros, escaleras, sumideros, limpia fondo automático entre otros.

Diseños e Ingenierías Civiles

En cuanto a los diseños e ingeniería civil del centro Turístico “UrbinaPark”, estarán encargado por parte de la Constructora Hexaconsa S.A., esta empresa será la encargada de la construcción y adecuación las distintas áreas, esta empresa entregará el centro turístico ya adecuada para su propio funcionamiento. Para mayor conocimiento de como se planea dejar cada una de áreas del centro turístico se recomienda ver **(Apéndices N° 12)**

Requisitos Mínimos de Apertura Del Establecimiento

Determinación de la Forma Jurídica

El Centro Turístico “UrbinaPark” corresponderá al sector privado ya que el capital desciende por socios o accionistas siendo personas naturales los cuales no tienen ninguna relación con el Estado. “UrbinaPark” es un lugar que va pertenece al sector de servicios de entretenimiento y de recreación que se administrará mediante las leyes vigentes.

Aporte de Capital

El aporte del capital para el Centro Turístico “UrbinaPark” estará conformado a través de la aportación de recursos propios de 10 socios, cada uno de los socios aportará con un 10%, estos socios son personas naturales sin relación con el estado ecuatoriano.

Aspecto Legal

Para la constitución del Centro Turístico “UrbinaPark” se deberá de cumplir con algunos requisitos y trámites, todo esto con el fin de obtener los permisos para el correcto funcionamiento del centro turístico.

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC).**

Original y copia de la cédula de identidad, Original y copia del certificado de votación (último proceso electoral), Copia de la planilla de agua, luz, o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica.

- **Patente por Parte del Municipal**

Para se debe cumplir algunos requisitos como copia del Ruc actualizado, copia de la cédula de identidad y certificado de votación actualizado, copia del comprobante de pago del impuesto predial el cual especifique la ubicación o

lugar en el cual se dará la actividad económica, solicitud de inspección por parte del cuerpo de bomberos. Por otro lado, si el trámite será realizado por terceras personas, es necesario que este lleve una autorización por parte del representante legal.

- **Permiso de los Bomberos**

Los requisitos para la obtención del permiso de los bomberos son una solicitud de inspección del local, un informe en el que se especifique que la inspección fue, Copia del RUC, y por último una copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

Constitución de la Compañía

Misión

"UrbinaPark" tiene como misión ser un centro turístico que ofrezca un excelente servicio, a un bajo costo con los mejores estándares de calidad y seguridad para la satisfacción de los clientes

Visión

Esperamos en el 2027 llegar a ser una empresa organizada y rentable, manteniendo una buena relación con los empleados, clientes y proveedores para así brindar un buen servicio y poder logar un excelente posicionamiento en el mercado del turismo.

Valores

- Pasión y amor cada cosa que se realiza
- Innovación y creatividad para cada área implementada
- Responsabilidad y seguridad para los clientes
- Cumplimiento y cercanía con los clientes
- Compromiso y honestidad con cada miembro de esta organización.

En UrbinaPark tenemos la responsabilidad a crear un espacio donde se promueva la inclusión y la seguridad los cuales son primordiales. Este Centro Turístico está apto para todas las edades.

Plan de Marketing

Publicidad, Promoción y Descuento

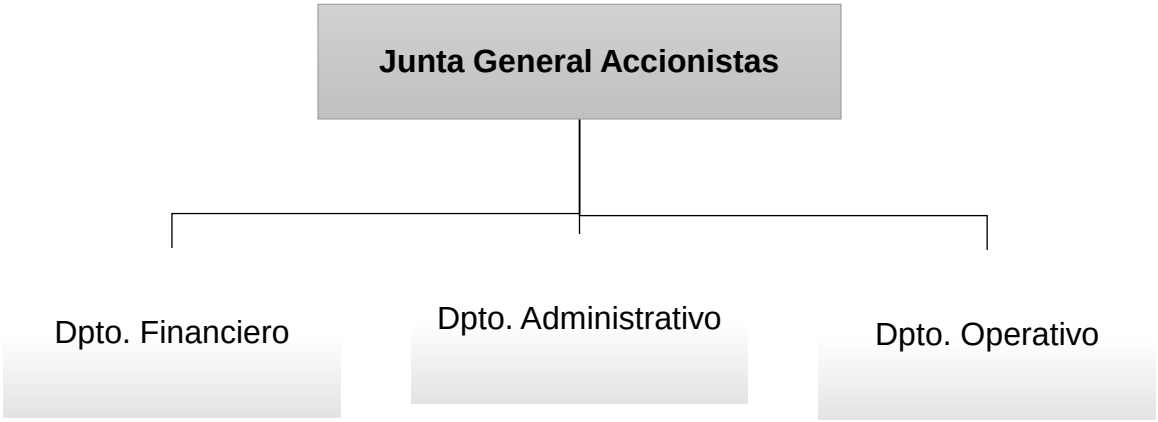
La publicidad se realizará mediante:

- Entrega de volantes.
- Banners o gigantografía en distintos lugares.
- Publicidad del servicio a ofrecer en redes sociales.
- se considerará la posibilidad de realizar publicidad en medios tradicionales, televisión o radio.

Las promociones y descuentos que se realizan en el Centro Turístico UrbinaPark será para las escuelas, colegios o empresas, esto dependerá del número de personas que deseen visitar el centro turístico. También se aplicará esto en distintas épocas del año, según la situación lo amerite.

Organigrama Estructural

El Centro Turístico “UrbinaPark”, contará con el siguiente organigrama con los diferentes niveles jerárquicos, este ayudara a tener una idea más de quienes son los responsables de las distintas áreas en la organización.



Evaluar Financieramente el Proyecto Mediante Indicadores que Permitan Determinar la Factibilidad de la Implementación del Centro Turístico.

Para el desarrollo del tercer objetivo, se realizó un estudio financiero, el cual consta de un flujo de caja y herramientas financieras como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Benéfico y un Análisis de Escenarios (optimista, pesimista y conservador).

Activos Fijos

Una vez realizada el plan de negocios para la implementación de un centro turístico en el Cantón Salitre se adquieren activos fijos necesarios para llevar a cabo las operaciones futuras de la actividad comercial del proyecto, estos están conformados por equipos y maquinarias $11.712,80 **(Apéndice N° 13)**, mientras que el valor de herramientas de operación será de $3.183,30 **(Apéndice N° 14)**, en cuento a lo que es los muebles y equipos de oficina se obtuvo un valor de $5.264,00 **(Apéndice N° 15)**, para los útiles de aseo se obtuvo un valor de $150 **(Apéndice N° 16)**. Por otro lado, se ha considerado el valor $51,30 para los suministros de oficina **(Apéndice N° 17)**, para los equipos de computación que se desea adquirir se tiene un valor de $3.244,00 **(Apéndice N° 18)**, en cuanto a la inversión del inmobiliario de un terreno de 30.000m2 un valor de $180.000 **(Apéndice N° 19)**

Activos Diferidos

En cuanto a los activos diferidos como lo son los gastos de constitución se tiene un valor total de $6.705. **(Apéndice N° 20)**

Entonces se puede resumir que los Activos fijos estarán valorados en un total de $210.309,60 **(Apéndice N° 21)**

Total de Depreciación y Desecho Contable

De los cuales se obtuvo una depreciación total de $3.082,82, y un desecho contable de $200.965,88. Estos valores fueron analizados en base al tiempo de vida útil de cada uno de las maquinarias, equipos, herramientas de operación, muebles y equipos de oficina entre otros. Para mayor comprensión ver (**Apéndice N° 22)**

Gastos Operacionales

Costos Administrativos: Para establecer los Costos Administrativos se determinó mediante los Sueldos y Salarios de los trabajadores, en los que se pudo observar que mensualmente se pagara $6.200,00, pero el valor neto total a pagar por mes es de $6.130,56, es decir que de ese valor ya está descontado los seguro y bonificaciones que los empleados recibirán. **(Apéndice N° 23)**

Gastos de Publicidad: Los Gastos incurridos en Publicidad será de un valor de $31,00 mensual por lo que anual se prevé realizar cada 3 meses, es decir 4 veces al año **(Apéndice N° 24)**

Gastos por Servicios: para este gasto se obtuvo un valor total de $810,00 mensual, es decir que al año se tendrá un gasto de $9.720. para mayor comprensión se recomienda ver **(Apéndice N° 25).**

Los gastos operacionales para este tipo de centro turístico que se desea implementar son de $94.113,76 **(Apéndice N° 26).**

Costos de Implementación

Dentro de los costos de implementación se detallaron ítems como por ejemplo cuanto va a costar adecuar el lugar donde se va a construir el centro turístico, cuanto costar la implementación de las piscinas, duchas, baños, las áreas deportivas, oficinas entre otras, todo eso dio un valor total de $769.404,41. Los cosos de implementación fueron sacados en compañía de la empresa civil encargada de la construcción del centro Turístico. **(Apéndice N° 27)**

Capital de Trabajo

Se tomó a consideración el rubro del capital de trabajo para el Centro Turístico “Urbina Park” este es un valor agregado al total de inversión de $852.815,13. Este capital trabajo es destinado para la ejecución del inicio de las operaciones del centro turístico, está conformado por la suma total de todos los costos de implementación y todos los costos de administración fundamentales para el inicio del proyecto. **(Apéndice N° 28)**

Total a Invertir

Para llevar a cabo este proyecto se realizó el cálculo de una aproximación de cuánto será la inversión total de para llevar a cabo la posible implementación del centro turístico “UrbinaPark” en el que se obtuvo un valor de $1.063.124,73.

Dicho valor estará compuesto por la suma de todos los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo. El valor total a invertir está estructurado por un 20% de financiamiento propio y un 80% de financiamiento por una entidad bancaria privada. **(Apéndice N° 29)**

Financiamiento

Dentro del capital requerido para la realización de este proyecto como lo es la implementación del centro turístico “UrbinaPark” en el cantón Salitre, estará financiado por un 20% ($ 212.642,95) de financiamiento propio y un 80% ($ 850.499,78) mediante un préstamo realizado a una entidad financiera privada BanEcuador, la cual cuenta con una tasa de 9,67% siendo esta tasa la más conveniente en comparación de otras entidades financieras. El préstamo será a 30 años plazo. **(Apéndice N° 29)**

Amortización de la Deuda

Se llevó a cabo la realización de la tabla de amortización para la cancelación de la deuda, en la misma se presenta una anualidad de $ 87.746,25 con una tasa de interés anual de la entidad financiera del 9.67% con un periodo de 30 años, cancelando un interés final de $1’781.887,71 **(Apéndice N° 30)**

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se encuentra cuando el proyecto alcanza los ingresos de $846.452,40, es decir que este punto de equilibrio se encuentra si se vende 69.155 entradas. A un precio de venta de $12,00 se podrá obtener un margen de ganancia de $11,40. Para mayor comprensión ver **(Apéndice N° 31)**

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La tasa mínima aceptable de rendimiento, sirve de ayuda para considerar el valor del dinero en el tiempo es decir determina el valor actual de los flujos futuros y la rentabilidad que el proyecto pueda presentar. La TMAR del proyecto Centro Turístico “UrbinaPark” fue del 16%, esto fue determinado por medio del CAPM el cual es la rentabilidad que se ofrece a los accionistas. **(Apéndice N° 32)**

Flujo de Caja

Dentro del flujo de caja se pudo determinar y observar la capacidad de la empresa para al momento de brindar el servicio, se implementó una tasa de

crecimiento del 2%, con dicho porcentaje se establece lo que se aspira a tener de afluencia de clientes en el transcurso del año de cálculo dentro del flujo de caja, el incremento de los costos de implementación debido a que los costos de materiales no se mantienen firmes en el tiempo. En lo referente a la estimación de la utilidad neta del proyecto se observaron valores positivos y viables que ayudaron a obtener un VAN positivo y mayor a 0, lo cual nos ayuda a determinar que el proyecto centro turístico “Urbina Park” es viable ya que se obtuvo una rentabilidad positiva y significativa. El VAN del proyecto es de $1.389.095,83, la TIR es 32,99% y con lo cual se obtuvo una relación beneficio costo de $1,44 el cual refleja que los ingresos son mayores que los costos. Para el cálculo de los ingresos del proyecto se tomó en cuenta la tasa de inflación del país de los últimos años la cual es el 2%. El período de recuperación de la inversión inicial del proyecto se estima que será en un aproximado de 11 años. **(Apéndices N° 33, Apéndices N° 34 y Apéndices N° 35)**

Análisis de Riesgo del Proyecto

El análisis de riesgo del proyecto nos permitirá observar la sensibilidad del proyecto ante determinadas variaciones de diferentes variables, Para el desarrollo del análisis del riesgo del proyecto se tomará en cuenta los valores del flujo de caja del escenario moderado, llevando los valores a valor presente. Las variables a utilizar para el análisis de riesgo es la inflación, la cual por ende afectará a los costos y los gastos en los escenarios planteados a continuación:

Escenario Moderado

Este escenario es el escenario inicial planteado dentro del proyecto, estructurado con variables presentadas dentro del flujo de caja presentado anteriormente y con el cual se obtiene un VPN positivo de $4’121.865,94 una TIR de 5,85 % y una Razón Beneficio/Costo de 2.3 para el centro turístico “UrbinaPark”, con el cual y en base a los resultados se recomienda la realización del proyecto **(Apéndices N° 36)**

Escenario Optimista

En un escenario optimista se podrá conseguir un nivel de beneficios por encima de lo que se espera en condiciones normales, este escenario presenta un VPN positivo de $ 3’926.192.09, una TIR de 10.7%, es decir casi que el doble del

escenario moderado y una Razón Beneficio/Costo de 10,7 igual al presentado dentro del escenario moderado. Al ser este escenario viable para el proyecto se recomienda realizar la implantación del centro turístico “UrbinaPark” **(Apéndices N° 37)**

Escenario Pesimista

Dentro de un escenario pesimista el nivel de los beneficios llegara a quedar por debajo de lo esperado inclusive llegando a negativo, este escenario es realmente preocupante para el proyecto, dentro del mismo se presentan aumentos en los costos y gastos, y una disminución significativa de los ingresos, con un alza de 3% de inflación. El aumento de la inflación dentro del escenario pesimista se puede determinar debido a la crisis económica dentro del país, tal como un déficit fiscal o incluso aumentos en los costes de las empresas derivados de un aumento del precio de un factor que influye en los costes de producción. Se presenta el escenario pesimista con un aumento de un punto porcentual por encima del porcentaje de inflación utilizado en el escenario moderado. El cual afecta negativamente al proyecto presentando un VPN negativo de $ -4’548.196,23 así mismo a su vez una TIR negativa de -5.68. Debido al análisis del proyecto y basándose en este escenario se recomienda implementar estrategias para mejorar el escenario y a su vez no se recomienda invertir en la realización del proyecto bajo este escenario **(Apéndices N° 38)**

DISCUSIÓN

Mediante la revisión de las citas en el estado del arte se investigó temas de proyectos similares, los cuales tuvieron un aporte teórico dentro del presente proyecto.

Según Montesdeoca Chaglla dentro de su estudio de factibilidad proyecto "estudio de factibilidad para la creación de un parque acuático en el sector Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura", presentan una situación potencial favorable ya que posee una tasa interna de retorno de en el escenario moderado de 2.14% lo que hace que su proyecto sea factible. A su vez se pudo observar que tendrá para el año 1 ingresos de 401.760,00 con una utilidad neta de 99.565,89. Mientras que para el proyecto Centro Turístico "UrbinaPark" en el escenario moderado se tendrá una tasa interna de retorno para el escenario moderado del 5.85% lo que hace que este proyecto sea considerado factible, con una utilidad neta para el primer año de 1'174.434,08. También se concuerda con el autor que el estudio de mercado ayudo a determinar la demanda potencial y sabes cuales eran los gustos y preferencias que el consumidor necesitaba encontrar en estos tipos de lugares.

Para Aguirre Vinces, Alay acevedo, y Simisterra Delgado en su proyecto "Análisis de factibilidad para el establecimiento de un club recreacional en el cantón Daule, provincia del Guayas" para esto se utilizó métodos de encuestas y segmentación de mercado en las cuales obtuvieron como resultado que el 100% de la ciudadanía está de acuerdo con que ser realice ese proyecto, lo mismo que sucede aquí el 99% de personas están de acuerdo que se realice un centro turístico en el cantón Salitre.

Por otro lado, Lucin, Ruiz , Tinizhañay, & Romero indican en el "Proyecto de la factibilidad de la creación de un Complejo turístico en el cantón Santa Lucía" en este proyecto se utilizó el método cuantitativo, indicadores financieros como la tasa interna de retorno (TIR) la cual fue del 28% mayor, que la mínima exigida por el inversionista que es el 8% (TMAR), esto fue comprobado mediante el valor actual neto (VAN) siendo de $97.382,43. La factibilidad del proyecto se conserva.

Al igual que en esta propuesta de negocio del Centro turístico “UrbinaPark” que se obtuvo una TIR del 32.99% y una TMAR 16%. Esto hace que el inversionista no pierda interés en el proyecto, por ende, también se considera factible este proyecto.

El presente proyecto realizado, coincide con la conclusión de los autores Cruz Vilchez y Pardo Benites en el “Proyecto de inversión para la implementación de un parque acuático en la ciudad de Piura”, ya que al igual que el proyecto de factibilidad para la implementación del centro turístico en el cantón Salitre se utilizó para la obtención de información del mercado utilizando un método cualitativo-cuantitativo y la herramienta de encuestas mientras que para el tema financiero uso indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno. En este proyecto realizado por los autores ya antes mencionados obtuvieron una TIR del 22.44% y también lo consideran factible el proyecto.

CONCLUSIONES

En el presente estudio se puede concluir que mediante el estudio realizado el proyecto es considerado como factible y que tendrá una buena acogida por parte de los consumidores.

Con la información obtenida mediante el estudio de mercado realizada se pudo determinar que el 99% si asistirían al centro turístico en el cantón Salitre, que la mayoría de estas personas van acompañados con 3 adultos y 2 niños, las cuales al momento de elegir estos lugares lo eligen por su infraestructura y precio. Del mismo modo se pudo conocer que prefieren encontrar canchas deportivas con césped natural, un patio de recreo infantil y que el área de las piscinas cuente con toboganes. En cuanto al precio por el uso de las instalaciones de piscinas paseos a caballos, paseos a canoa entre otros estarían dispuesto a pagar un valor entre los $7 a 10$.

Mediante los cálculos realizados se pudo determinar que el valor del servicio del Centro Turístico “UrbinaPark” estaría por los $12,00 este precio se pudo establecer mediante los costos de implementación y los precios de la competencia.

Para este proyecto se puedo como mayor competencia al Complejo Turístico “El Refugio” ya ha bien implementando los factores de éxito como lo es el precio y la trayectoria que este posee. Lo que no lo hace tan atractivo es que su infraestructura y tecnología no es tan buena. Aunque mediante la entrevista que se pudo realizar al propietario de este lugar pudo manifestar que el lugar tiene gran acogida por los turistas, en especial los fines de semana y cuando el cantón está de fiesta.

Por otra parte, con respecto al estudio financiero del proyecto, se pudo demostrar la factibilidad del mismo mediante de los indicadores VAN, TIR, y RBC el cual nos dio como resultado un VAN positivo $1’389.095,83 y una TIR de 32.99%, y un valor de RBC de $1.44 lo cual nos afirma que si se puede invertir en este proyecto y es viable financieramente la propuesta de la implementación de un centro turístico en el cantón Salitre provincia del Guayas.

Con todo lo anteriormente mencionado se puede concluir, que este proyecto, aunque es un poco costoso, será económica y financieramente factible ya que los indicadores anteriormente mencionados dentro del estudio financiero fueron positivos, lo que hace que este proyecto será atractivo para el inversionista.

RECOMENDACIONES

Se recomienda poner más interés en el desarrollo de actividades o proyectos que ayuden a mejorar la economía del cantón, es decir mejorar la oferta turística para lograr un buen posicionamiento de imagen del cantón en el ámbito turístico.

Realizar programas de capacitaciones turísticas dirigidas a las comunidades, en las que ellos puedan adquirir conocimientos de como captar clientes, a su vez incentivar el espíritu turístico – emprendedor y que el cantón tenga más afluencia de turistas.

Se recomienda realizar campeonatos intercolegiales o a nivel empresarial, con el fin de mejorar el crecimiento del centro turístico y permita atraer mas personas para poder lograr una mayor aceptación de la que se espera.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Abreu, J. (Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf

Aguilar Navarro, E., & Lopez Polanco, N. (28 de Septiembre de 2015). *DSpace en ESPOL.* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/30209

Aguirre Vinces, D., Alay acevedo, A., & Simisterra Delgado, S. (28 de Julio de 2012). *DSpace en ESPOL .* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/21077

Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). *Definición de Factibilidad*. Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php

Armijos, A., Leal, P., Lucin, M., & Mendoza, O. (30 de Junio de 2010). *DSpace en ESPOL.* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/10851

Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2021). Obtenido de https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8

Barbosa Estrada, L. A. (2019). Obtenido de http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/108707/secme-39937_1.pdf?sequence=1

Basurto Bravo, I., & Buste Moreira, G. (Julio de 2015). *Repositorio Digital ESPAM.* Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/145

Burgos Molina , A. (8 de Septiembre de 2015). *Repositorio Universidad de Guayaquil.* Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7835

Cadena Iñiguez, P., Rendón Medel, R., Aguilar Ávila, J., Salinas Cruz, E., De la Cruz Morales, F., & Sangerman Jarquín, D. (Noviembre de 2017). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603

Cagliani, M. (18 de Octubre de 2015). Obtenido de https://tendenzias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/

Castro Fajardo, H. (2018). *Proyectos de inversión 1, 2, 3: de la teoría a la práctica: Una guía para los no expertos .* Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NZdPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=que+es+un+proyecto+de+inversion&ots=gMrxjt1l37&sig=oeO_N6yFIoh1xArO6cZzAwopZvA#v=onepage&q&f=false

Cruz Vilchez, M., & Pardo Benites, S. (Marzo de 2015). *Repositorio Institucional PIRHUA.* Obtenido de https://hdl.handle.net/11042/2283

Da Silva, E. (2 de Agosto de 2018). *Magenta Inovacion Gerencial*. Obtenido de https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/

Diaz, A. A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana, Cofin vol.11 no.2* . Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022#:~:text=La%20t%C3%A9cnica%20del%20costo%2Dbeneficio,la%20posterior%20valoraci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n.

Dubs de Moya, R. (Diciembre de 2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación, 3*(2), 5. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/410/41030203.pdf

Echeverría Ruíz, C. (15 de Diciembre de 2017). *Revista Publicando.* Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604

Ecuador Turistico. (2013). Obtenido de https://www.ecuador-turistico.com/2013/05/el-turismo-en-ecuador.html

Ekos. (19 de Julio de 2021). Obtenido de https://www.ekosnegocios.com/articulo/economia-ecuatoriana-se-reduce-5-6-en-primer-trimestre-de-2021

El Universo. (29 de Junio de 2021). Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/economia/asamblea-nacional-tramita-el-veto-parcial-del-ejecutivo-a-ley-de-economia-circular-inclusiva-nota/

Fajardo Vaca, L. M., Girón Guerrero, M. F., Vásquez Fajardo, C. E., Fajardo Vaca, L. A., Zúñiga Santillán, X. L., Solís Granda, L. E., & Peréz Salazar, J. A. (2019). Obtenido de http://www.invoperacional.uh.cu/index.php/InvOp/article/viewFile/693/653

García, A. (14 de Julio de 2017). Obtenido de https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo-agro-salitre-guayas-vacaciones.html

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadistica y Censos.* Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf

INEC. (Diciembre de 2020). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2020/Diciembre-2020/Boletin%20tecnico%20pobreza%20diciembre%202020.pdf

INEC. (Marzo de 2021). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Marzo-2021/Boletin_tecnico_03-2021-IPC.pdf

INEC. (2021). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/

Loor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez Pérez, M. (20 de Abril de 2018). Obtenido de https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195/1218

Lorenzo, J. M. (2007). *Estadistica descriptiva.* Editorial Paraninfo. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=D6sj2d0xTgUC&oi=fnd&pg=PR4&dq=poblaci%C3%B3n+y+muestra+en+estadistica&ots=4nSdORtxsI&sig=K7LC03mssCPfPaNuUqaMXvF3k0c#v=onepage&q=poblaci%C3%B3n%20y%20muestra%20en%20estadistica&f=false

Lucin, A., Ruiz , M., Tinizhañay, S., & Romero , M. (25 de Febrero de 2010). *DSpace en Espol.* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/9084

Martinez Bencardino, C. (2019). *Estadistica Basica Aplicada* (Quinta ed.). Ecoe Ediciones. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WlckEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP5&dq=que+es+la+poblacion+en+estadistica&ots=n8KVx45tpi&sig=fcaqCqS1iuhOvGcrjVDxm881DNI#v=onepage&q&f=false

Ministerio de Turismo. (23 de Diciembre de 2019). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/#:~:text=Entre%20enero%20y%20noviembre%20de%202019%20ingresaron%20ª%20Ecuador%201.032,cifra%20fue%20de%20973.113%20viajeros.

Miranda, J. (8 de Abril de 2005). *GestioPolis.com*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/

Montesdeoca Chaglla, M. (Julio de 2016). Obtenido de http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6700

Nuño, P. (7 de Julio de 2017). *Emprende Pyme*. Obtenido de https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html

Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (18 de Mayo de 2016). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n31/1870-9036-eps-31-00008.pdf

Orlando Villacreces, C. (11 de Mayo de 2015). *Repositorio Universidad de Guayaquil.* Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8518

Pacheco Coello, C., & Pérez Brito, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (Segunda ed.). Mexico. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RcRXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=que+es+un+proyecto+de+inversion&ots=9g-eoBu4Gh&sig=DUS4IBQFSSdgdB658wRkF4kqfvc#v=onepage&q&f=false

Plan de Gobierno . (2020). Obtenido de https://guillermolasso.ec/wp-content/uploads/2020/10/Plan-de-Gobierno-Lasso-Borrero-2021-2025-1.pdf

Poveda Burgos, G., Rendón Pérez, J., & Castro Carrasco, D. (Abril de 2018). Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html

Prieto , J. (Mayo de 2013). Investigacion de Mercado. Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xY__AQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+el+mercado&ots=Shv2QejAdY&sig=qh26Kpf-Jci58z-O9B5lrTx8UXc#v=onepage&q=que%20es%20el%20mercado&f=false

Reuters , S. (1 de Abril de 2021). Obtenido de https://www.reuters.com/article/economia-ecuador-pib-idLTAKBN2BO6FA

Reyes Guerra, I., Bayas García, M., & Arce Troya , A. (13 de Febrero de 2016). *DSpace en ESPOL.* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/31934

Riquelme Leiva, M. (Diciembre de 2013). Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3206

Robalino, J. (10 de Julio de 2021). Obtenido de https://www.pichinchacomunicaciones.com.ec/para-10-de-bienes-de-consumo-en-ecuador-el-arancel-baja-o-se-elimina/

Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.: Una propuesta metodológica* (Primera ed.). México. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Qs9XDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=que+es+un+estudio+t%C3%A9cnico++en+proyectos+de+inversiones&ots=6ipLzGAE-h&sig=7cS17PEn3EIzGbrgJe0TBor-Un4#v=onepage&q&f=false

Rodríguez Ariza, L. (1 de Junio de 2017). Obtenido de https://ugremprendedora.ugr.es/viabilidad-de-proyectos/

Rodríguez, M. (17 de Marzo de 2017). Obtenido de https://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas

Romero Hidalgo, O., Hidalgo Sánchez , A., & Correa Guaicha, H. (2018). Obtenido de

http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14241/1/Cap.3-Plan%20de%20negocios.%20An%c3%a1lisis%20t%c3%a9cnico.pdf

Ronald , E. (2013). Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/116

Sancho, A. (2019). Obtenido de http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20(1).pdf?sequence=1

Santamaría Freire, E., & López Pérez, S. (2019). Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29059356007/29059356007.pdf

Santiesteban Zaldivar, E. (2011). *Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar eficiencia empresarial.* cuba: Universitaria Cubana. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=33n1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=que+es+una+rentabilidad+econ%C3%B3mica+de+un+negocio&ots=kKrtc0R996&sig=zZak7o364OmSOnbfE5MD9d22BAE#v=onepage&q=que%20es%20una%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica%20de%20un%20negocio&f=f

Santos , T. (Noviembre de 2008). estudio de factibilidad se un proyecto de inversion. *Contribuciones a la Economia*, 2. Obtenido de http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos.* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia. Obtenido de https://untdfproyectos.files.wordpress.com/2018/04/sapag-2008-preparacion-y-evaluacion-de-proyectos.pdf

Simisterra Quiñonez, É. P., Rosa Monserrate, R. A., & Suárez López, S. C. (Diciembre de 2018). Obtenido de http://www.journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/165/214

Vallejo López, J., Aguilera Peña, R., Ycaza Calderón, A., & Santana Moncayo, C. (2019). Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/19.pdf

Vallejo, S. (22 de Agosto de 2021). *El Telegrafo .* Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/lasso-firma-compromiso-a-favor-de-las-mujeres-y-ninas

Vásconez, L. (01 de Junio de 2021). Obtenido de https://asomifecuador.com/2021/06/08/la-economia-de-ecuador-crecera-el-28-en-2021-según-proyeccion-del-bce/#:~:text=por%20Dariana%20Av-,La%20econom%C3%ADa%20de%20Ecuador%20crecer%C3%A1%20el%202%2C8%25%20en,2021%2C%20seg%C3%BAn%20proyecci%C3%B3n%20del%20BC

Viniegra, S. (2007). En *Entendiendo El Plan de Negocios* (Pimera ed., págs. 13-23). Obtenido de https://books.google.es/books?id=JcoXAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Yanez , D. (9 de Septiembre de 2020). *Lifeder.* Obtenido de https://www.lifeder.com/metodo-descriptivo/

ANEXOS

Anexo Nº 1.

Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Sub Indicadores	Ítem	Tipo de variable	Técnica
• Demanda de servicios turísticos	Grupo de personas que están motivados de manera individual o colectiva a adquirir un producto o servicio turístico	Frecuencia	Cantidad de visitas al mes	Sí No	¿Asiste usted a un parque acuático?	Categórica Ordinal	Encuesta
				1-2 3-4 5-6	¿Con qué frecuencia visita usted un parque acuático?	Discreta	Encuesta
				1-2 3-4 5-6	¿Con cuántas personas usted acude a estos lugares?		Encuesta
		Lugares	Lugares que asiste	*Públicos *Privados	¿A qué lugares asiste?	Categoría ordinal	Encuesta
		Preferencias	Sitio al que acude	*La Garza Roja *Rey Park *Rancho Texas *Complejo Turístico Rock & starw *Ninguno	¿Qué parque acuático visita usted?	Categórica Nominal	Encuesta
			Motivos porque va a ese lugar	*Precio *Infraestructura *Accesibilidad *Seguridad	¿Cuál es el motivo de su preferencia al momento de elegir un lugar como este**?**	Categórica Nominal	Encuesta
			Atracciones espera encontrar en este lugar	*Canchas de futbol *Toboganes *Canchas de tenis *Paseos en caballos *Paseos en canoa	¿Qué atracciones a usted le gusta más?		Encuesta
		Expectativas	Entrada del servicio al mercado	Sí No	¿Estaría Dispuesto a acudir a un acuático en el cantón Salitre?	Categórica Ordinal	Encuesta
• Rentabilidad financiera del centro turístico	Ingresos o beneficios que va a generar el negocio	Ingreso	Valor que asigna de su ingreso para adquisición del servicio	<1% >1% <5% >10% >5%<10%	Aproximadamente, ¿qué cantidad de su ingreso destina para acudir a estos lugares?	Continua	Encuesta

Elaborado por: La Autora, 2021

Anexo Nº 2.

Población

Cantones	Habitantes
Urbina Jado (Salitre)	57.402
Samborondón	67.590
Guayaquil	2.350.915
Daule	120.326
POBLACIÓN	**2.596.233**

Fuente: INEC (2010). Elaborado por: La Autora, 2021

Anexos Nº 3.

Encuesta

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA.	
Encuesta	
"Estudio de factibilidad para la implementación de un parque acuático en el cantón Salitre provincia del Guayas"	
1. ¿En qué cantón vive?	
Guayaquil Salitre Daule Samborondón	☐ ☐ ☐ ☐
2. Sexo	
Masculino Femenino	☐ ☐
3. ¿Cuál es su edad?	
18 a 29 años 30 a 49 años 50 a 64 años 65 o mayor	☐ ☐ ☐ ☐
4. ¿Asiste usted a centros Turísticos?	
Si No	☐ ☐

5. ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro turístico en el cantón Salitre?

Si	☐
No	☐

6. ¿Cuántas veces al mes usted acude a estos lugares?

1	☐
2	☐
3	☐
4	☐

7. ¿Con cuántos adultos usted acude a estos lugares?

1	☐
2	☐
3	☐
4	☐
5 o más	☐

8. ¿Con cuántos niños usted acude a estos lugares?

1	☐
2	☐
3	☐
4	☐
5 o más	☐

9. ¿A qué lugares asiste?

Públicos	☐
Privados	☐

10. ¿Qué parque acuático o centro turístico visita usted?

La Garza Roja	☐
Rey Park	☐
Finca la Gloria	☐
Otros	☐

11. Mientras diseñamos el centro turístico, queremos saber ¿cuál es el motivo de su preferencia al momento de elegir un lugar como este?	
Precio	☐
Seguridad	☐
Infraestructura	☐
Accesibilidad	☐
12. ¿Qué instalaciones le gustaría ver incluidas en el centro turístico?	
Campos de multiuso (Futbol, Básquet, Voleibol)	☐
Espacio de campamento	☐
Patio de recreo infantil	☐
Paseos a caballo	☐
Paseos en canoa	☐
Muelle para pescar/ áreas para pescar	☐
13. ¿Prefiere césped natural o sintético para los campos deportivos?	
Césped natural	☐
Césped sintético	☐
14. Escoja hasta tres áreas de las que le gustaría encontrar en el parque acuático.	
Piscina con toboganes	☐
Piscina con resbaladeras	☐
Piscina para niños pequeños	☐
Estudios de arte	☐
Gimnasio/ Centro de Aptitud y ejercicios	☐
Centro Cultural/ museo	☐
Espacios recreativos / juegos	☐
Espacios para reuniones	☐
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio?	
de $3 a $6	☐
de $7 a $10	☐
de $11 a $15	☐

Elaborado por: La Autora, 2021

Anexos Nº 4.

Cronograma de Actividades

Meses y Año	**2019**					**2021**			
Actividades	**Ago.**	**Sep.**	**Oct.**	**Nov.**	**Dic.**	**Mayo**	**Jun.**	**Jul.**	**Ago.**
Curso de titulación									
Revisión Bibliográfica y elaboración de perfil del proyecto de titulación									
Recepción del proyecto de titulación									
Recepción de oficio para la asignación de tutor									
Aprobación del tema y asignación de tutor									
Desarrollo del trabajo del anteproyecto									
Elaboración del Capítulo I									
Elaboración del Capítulo II									
Presentación del Anteproyecto									
Aprobación del Anteproyecto									

Elaborado por: La Autora, 2021

APÉNDICES

Apéndices N° 1

Matriz de FODA.

<table>
<tr><td rowspan="2">MATRIZ FODA</td><td>OPORTUNIDADES</td><td>AMENAZAS</td></tr>
<tr><td>Alta demanda de turismo hacia destinos o lugares naturales.</td><td>Restricción de movilidad, debido a la pandemia actual</td></tr>
<tr><td></td><td>Inexistencia de competencia directa en el cantón ya que no existe un lugar igual al que se desea implementar.</td><td>La competencia, de centros turísticos con larga trayectoria en el mercado</td></tr>
<tr><td>FORTALEZAS</td><td>ESTRATEGIAS FO</td><td>ESTRATEGIAS FA</td></tr>
<tr><td>Nueva alternativa de recreación y entrenamiento para el cantón</td><td>Utilizaremos estrategias de Marketing para atraer turistas y darles a conocer lo que posee este hermoso cantón.</td><td rowspan="2">Contar con estrictas medidas de higiene y seguridad.

Se creará distintas áreas de espacios libre para que las personas puedan hacer algún deporte o actividad que quieran realizar</td></tr>
<tr><td>Vías en perfecto estado, con fácil accesibilidad hasta el centro turístico.</td><td>Tener áreas específicas para cada integrante de las familias.

Poseer instalaciones amplias y llamativas.</td></tr>
<tr><td>DEBILIDADES</td><td>ESTRATEGIAS DO</td><td>ESTRATEGIAS DA</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Poca publicidad, promoción e impulso turístico del cantón.</td><td>Se realizará publicidad en redes sociales.

Se realizarán promociones en distintas épocas del año.</td><td>Estudiaremos bien a nuestra competencia para así aprender de ellos.

Incentivar con herramientas publicitarias en épocas fuertes o fechas especiales para llamar la atención de los turistas.</td></tr>
<tr><td>Escasa experiencia en el mercado, por ser nuevos.</td><td>Se poseerá buena calidad de los servicios y jugos que son el mayor atractivo.</td></tr>
</table>

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 2

Resultado de la Entrevista

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N°3

Demanda Potencial

Pregunta # 5. ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro turístico en el cantón Salitre?

tasa de crecimiento	1,97%	
Asistencia	**N°/ personas**	**Porcentaje**
Si	381	99,20%
No	3	0,80%
	384	100%

Elaborado por: La Autora, 2021

			Total
consumidores del servicio	2.596.233	99,20%	**2.575.463**
prestación del servicio año 0	2.575.463	2%	**50.737**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 4

Proyección de la Demanda (1 vez al mes)

Frecuencia de visita (1 vez al mes)			
Volumen de ventas (servicio prestado)	2.596.233,00	34,10%	**885.315,45**
Tasa de crecimiento	885.315,45	2%	**17.440,71**
Abarcare en el año 0		**50.737**	entradas de personas

Proyección de entradas 1 ves al mes			
	nivel de aceptación	**Tasa de crecimiento en ventas**	**cantidades**
Año 1	50.736	999,51	**51.736**
Año 2	51.736	1.019,20	**52.755**
Año 3	52.755	1.039,28	**53.795**
Año 4	53.795	1.059,75	**54.854**
Año 5	54.854	1.080,63	**55.935**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 5

Proyección de la Demanda (2 veces al mes)

Frecuencia de visitas (2 veces al mes)			
Volumen de ventas (servicio prestado)	2.596.233,00	43,80%	**1.137.150,05**
Tasa de crecimiento	1.137.150,05	2%	**22.401,86**
Abarcare en el año 0		**22.402**	entradas de personas

Proyección de entradas 2 veces al mes			
	nivel de aceptación	**Tasa de crecimiento o en ventas**	**cantidades**
Año 1	22.401	441,32	**22.843**
Año 2	22.843	450,01	**23.293**
Año 3	23.293	458,88	**23.752**
Año 4	23.752	467,92	**24.220**
Año 5	24.219	477,13	**24.697**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 6

Proyección de la Demanda (3 veces al mes)

Frecuencia de visitas (3 veces al mes)			
Volumen de ventas (servicio prestado)	2.596.233,00	43,80%	**1.137.150,05**
Tasa de crecimiento	1.137.150,05	2%	**22.401,86**
Abarcare en el año 0	**22.402**		entradas de personas

Proyección de entradas 3 veces al mes			
	nivel de aceptación	**Tasa de crecimiento o en ventas**	**cantidades**
Año 1	22.401	441,32	**22.843**
Año 2	22.843	450,01	**23.293**
Año 3	23.293	458,88	**23.752**
Año 4	23.752	467,92	**24.220**
Año 5	24.219	477,13	**24.697**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 7

Proyección de la Demanda (4 veces al mes)

Frecuencia de visitas (4 veces al mes)			
Volumen de ventas (servicio prestado)	2.596.233,00	2,00%	**51.924,66**
Tasa de crecimiento	51.924,66	2%	**1.022,92**

Abarcare en el año 0 **1.023** entradas de personas

Proyección de entradas 4 veces al mes			
	nivel de aceptación	**Tasa de crecimiento o en ventas**	**cantidades**
Año 1	1.022	20,15	**1.043**
Año 2	1.043	20,55	**1.064**
Año 3	1.063	20,95	**1.085**
Año 4	1.084	21,37	**1.106**
Año 5	1.105	21,79	**1.128**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 8

Proyección de Ventas por Entrada

Proyección de ventas por entrada			
	Nivel de aceptación	**Tasa de crecimiento en ventas**	**Cantidades de entradas**
Año 1	96.563	1.902,30	**98.466**
Año 2	98.465	1.939,77	**100.405**
Año 3	100.405	1.977,98	**102.383**
Año 4	102.383	2.016,95	**104.400**
Año 5	104.400	2.056,69	**106.457**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 9

Estimación del precio

TABLA DE FRECUENCIA DE PRECIOS					
PRECIOS		**PUNTO MEDIO**	**FRECUENCIA**	**f*m**	**%**
$ 3,00	$ 6,00	$ 4,50	145	$ 652,50	21%
$ 7,00	$ 10,00	$ 8,50	160	$1.360,00	45%
$ 11,00	$ 15,00	$ 13,00	79	$1.027,00	34%
SUMA		$ 26,00	384	$3.039,50	100%

Elaborado por: La Autora, 2021

Promedio	$ 8,67
Precio	**$12,00**
Tasa de Inflación	2%
Fc= (1+i)	**1,02**

Elaborado por: La Autora, 2021

PROYECCIÓN DEL PRECIO POR 5 AÑOS			
Precio		**Fc**	**Precio proyectado**
P0	$12,00		
P1	$12,00	1,02	$12,24
P2	$12,24	1,02	$12,48
P3	$12,48	1,02	$12,73
P4	$12,73	1,02	$12,99
P5	$12,99	1,02	$13,25

Elaborado por: La Autora, 2021

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR 5 AÑOS			
Año	**Precio proyectado**	**Cantidades**	**Ventas $**
It1	$12,24	78.772	$ 964.174,64
It2	$12,48	70.284	$ 877.478,23
It3	$12,73	71.668	$ 912.659,84
It4	$12,99	73.080	$ 949.252,02
It5	$13,25	74.520	$ 987.311,34

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 10

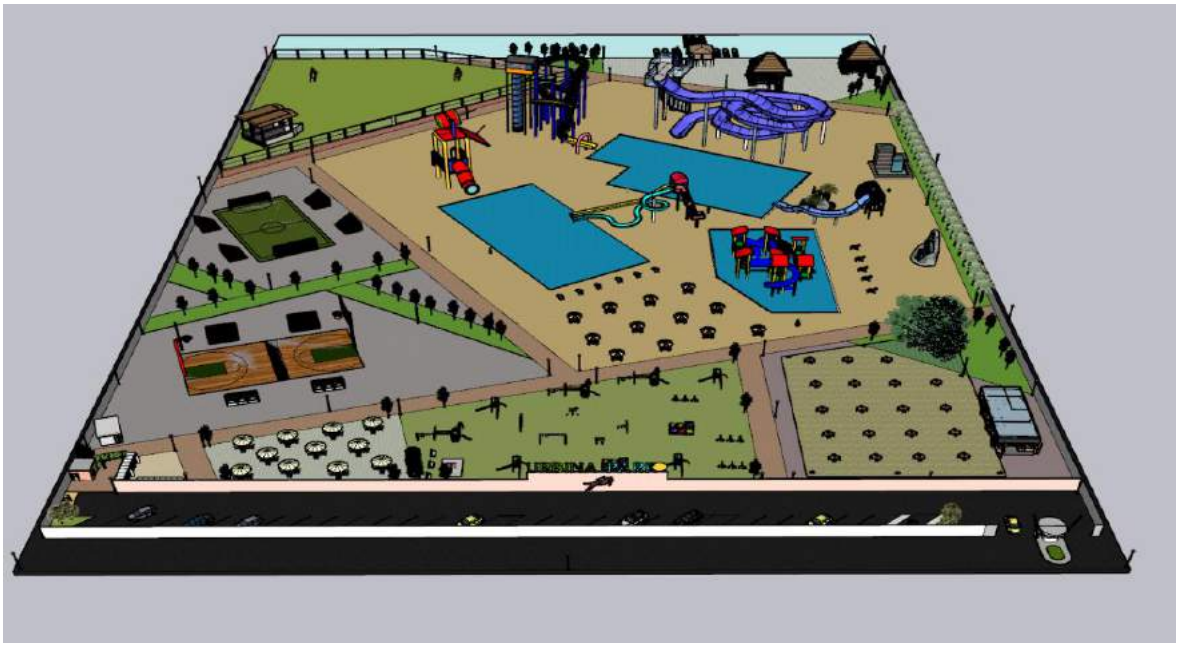
Matriz de Competidores.

Matriz de Perfil Competitivo					
Factores	**Peso**	**Complejo Turístico "El Refugio"**		**Campo Club Ing. Com. Jorge Gallardo**	
		Puntos	**Valor**	**Puntos**	**Valor**
Precio	0,18	5	1	3	0,6
Diversificación del servicio a ofrecer	0,08	2	0,16	4	0,32
Trayectoria y prestigio	0,15	4	0,6	4	0,6
Rentabilidad	0,1	3	0,3	2	0,2
Publicidad	0,1	3	0,3	1	0,1
Ofertas y promociones	0,04	2	0,08	1	0,04
Tecnología	0,05	1	0,05	1	0,05
Calidad del servicio	0,1	3	0,3	2	0,2
Accesibilidad	0,06	3	0,18	4	0,24
Seguridad	0,06	2	0,12	4	0,24
Infraestructura	0,06	1	0,06	2	0,12
Dominio de una segunda lengua	0,02	2	0,04	2	0,04
Valoración Total	**1**	**3,09**		**2,69**	

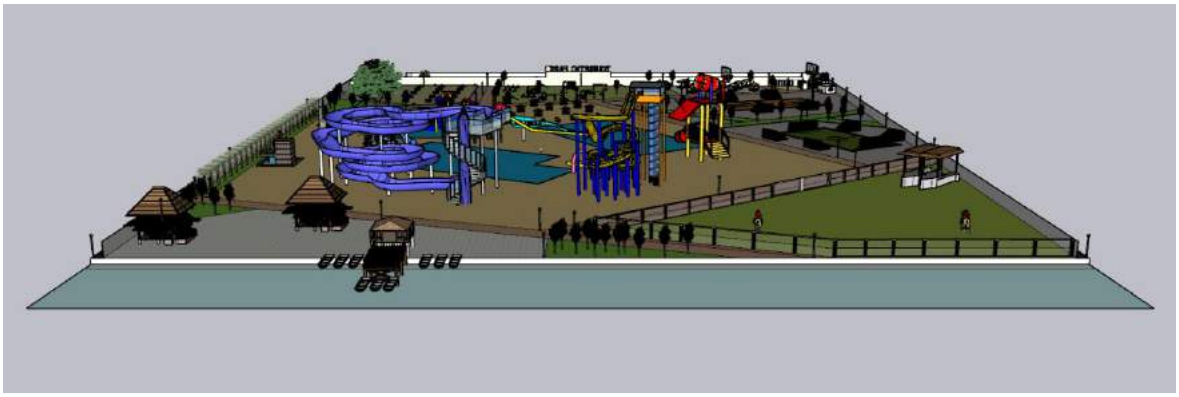
Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 11

Logística para el centro turístico



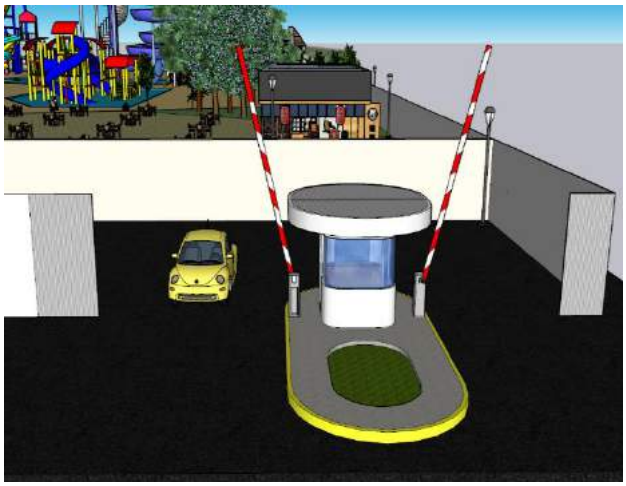
Elaborado por: La Autora, 2021



Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 12

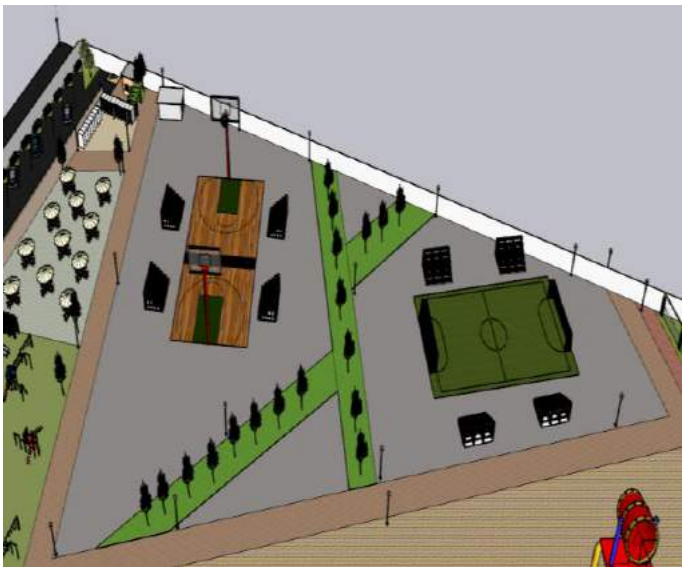
Diseños e ingenierías civiles



Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

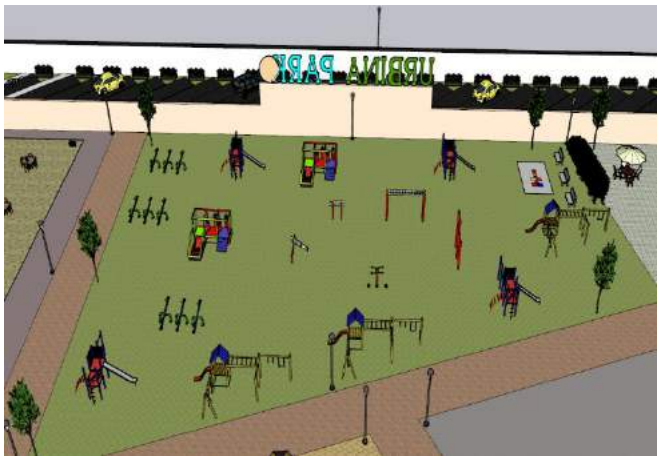


Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021



Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 13

Equipos y Maquinarias

EQUIPOS Y MAQUINARIAS						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
AREA ACUATICA			**10.250,00**			**9.225,00**
Bombas presión piscina de niños	2	950,00	1.900,00	10%	190,00	1.710,00

Bombas presión piscina adultos	2	1259,00	2.518,00	10%	251,80	2.266,20
Filtro sanitizado	3	1500,00	4.500,00	10%	450,00	4.050,00
Juegos Infantiles (Grande)	1	1332,00	1.332,00	10%	133,20	1.198,80
AREA DEL RESTAURANTE			**1.462,00**			**1.315,80**
Cocina (Industrial)	1	325,00	325,00	10%	32,50	292,50
Licuadora	2	65,00	130,00	10%	13,00	117,00
Tostadora	2	52,00	104,00	10%	10,40	93,60
Microondas	1	125,00	125,00	10%	12,50	112,50
congelador horizontal	1	279,00	279,00	10%	27,90	251,10
vitrina Congelador	1	499,00	499,00	10%	49,90	449,10
TOTAL			**11.712,00**		**1.171,20**	**10.540,80**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 14

Herramientas de Operación

HERRAMIENTAS DE OPERACIÓN						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
AREAS VERDES Y AREA ACUATICA			**2.166,30**			1.964,01
Podadora	2	150,00	300,00	10%	30,00	270,00
Tachos de basura	6	10,00	60,00	10%	6,00	54,00
Tijeras y rastrillo de jardinería	4	15,00	60,00	10%	6,00	54,00
Aspersor (Riego)	15	15,50	232,50	10%	23,25	209,25
Manguera (M12S100)	3	18,00	54,00	10%	5,40	48,60
Utensilios de limpieza de piscinas	3	10,00	30,00	10%	3,00	27,00

Herramientas Varias	1	100,00	100,00	10%	10,00	90,00
Juego de sillas y mesas familiar (6 sillas 1 mesa)	2	79,00	158,00	10%	15,80	142,20
Juego de sillas y mesas pequeño (4 personas)	6	40,00	240,00	10%	24,00	216,00
Parasoles	12	20,00	240,00	10%	24,00	216,00
Reflectores	7	29,90	209,30	5%	10,47	198,84
Lámparas LED	5	15,50	77,50	5%	3,88	73,63
Equipo contra incendios (Extinguidor 10 Libras)	9	45,00	405,00	10%	40,50	364,50
AREA DEL RESTAURANTE			**1.017,00**			1.016,30
Utensilios de cocina	1	50,00	50,00	10%	5,00	49,90
tachos de basura	3	10,00	30,00	10%	3,00	29,90
Juego de ollas + sartén	2	65,00	130,00	10%	13,00	129,90
Tanque + bomba de gas industrial	2	20,00	40,00	10%	4,00	39,90
Juego de sillas y mesas familiar (6 sillas 1 mesa)	3	79,00	237,00	10%	23,70	236,90
Juego de sillas y mesas pequeño (4 personas)	10	40,00	400,00	10%	40,00	399,90
Vitrinas pequeñas	2	65,00	130,00	10%	13,00	129,90
TOTAL			**3.183,30**		**303,99**	**2.980,31**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 15

Muebles y Equipos de Oficina

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
AREA DEL RESTAURANTE			**1.825,00**			**1.642,50**
Caja registradora	1	1598,00	1.598,00	10%	159,80	1.438,20
Teléfono	1	75,00	75,00	10%	7,50	67,50
Ventilador	4	38,00	152,00	10%	15,20	136,80
AREA ADMINISTRATIVA			**3.439,00**			**3.438,20**
Archivadores	2	120,00	240,00	10%	24,00	239,90
Tachos de basura para oficina	2	3,00	6,00	10%	0,60	5,90
Cámaras (Kit de 8 cámaras)	1	210,00	210,00	10%	21,00	209,90
Escritorios	3	170,00	510,00	10%	51,00	509,90
Sillas Ejecutivas	4	60,00	240,00	10%	24,00	239,90
Caja registradora	1	1598,00	1.598,00	10%	159,80	1.597,90
Teléfono + celular	2	185,00	370,00	10%	37,00	369,90
Aire acondicionado	1	265,00	265,00	10%	26,50	264,90
TOTAL			**5.264,00**		**526,40**	**5.080,70**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 16

Útiles de Aseo

UTILES DE ASEO						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
Escobas	5	3,00	15,00	0%	0	15,00
Trapeador	5	3,00	15,00	0%	0	15,00
Desinfectantes	4	5,00	20,00	0%	0	20,00
Papel higiénico	20	5,00	100,00	0%	0	100,00
TOTAL			150,00		**0**	**150,00**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 17

Suministro de Oficina

SUMINISTRO DE OFICINA						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
Pluma	12,00	0,30	3,60	0%	0	3,60
Hojas A4	4,00	3,50	14,00	0%	0	14,00
Lapiz	12,00	0,30	3,60	0%	0	3,60
Borrador	12,00	0,20	2,40	0%	0	2,40
Carpetas	4,00	0,60	2,40	0%	0	2,40
Separadores de hojas	3,00	1,10	3,30	0%	0	3,30
Agendas	3,00	3,00	9,00	0%	0	9,00
Grapadoras	2,00	2,00	4,00	0%	0	4,00
Perforadoras	2,00	1,50	3,00	0%	0	3,00
Cuadernos	6,00	1,00	6,00	0%	0	6,00
TOTAL			**51,30**		**0**	**51,30**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 18

Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION						
DESCRIPCION	**Cant.**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
Computadoras Hp	3	525,00	1.575,00	33%	524,95	1.050,05
Laptop Hp	1	450,00	450,00	33%	149,99	300,02
Impresora multifuncionales	1	300,00	300,00	33%	99,99	200,01
Impresoras Hp	1	229,00	229,00	33%	76,33	152,67

Programa (sist. De facturación y administrativo)	1	690,00	690,00	33%	229,98	460,02
TOTAL			3.244,00		**1.081,23**	**2.162,77**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 19

Inversión de Inmobiliario

IMNOBILIARIO						
DESCRIPCION	**m2**	**Costo Unitario**	**Valor Total**	**% Depreciación**	**Depreciación Anual**	**Valor en Libros Anual**
Terreno	30000	$ 6,00	$ 180.000,00	0%	0	$180.000,00
TOTAL			$ 180.000,00		0	$180.000,00

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 20

Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	**Valor Total**
Permisos (cuerpo de bombero, funcionamiento, Municipal, Sanidad etc.	1.900,00
Patentes	2.630,00
Ruc	75,00
Gatos de instalación y organización	600,00
Estudio de impacto ambiental	1.500,00
TOTAL	6.705,00

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 21

Total, de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	Valor Total
Maquinaria y Equipo	11.712,00
Herramientas de Operación	3.183,30
Muebles y Equipo de oficina	5.264,00
Suministro de Oficina	51,30
Útiles de Aseo	150,00
Equipos de computación	3.244,00
Terreno	180.000,00
TOTAL	**203.604,60**

Gastos de inversión	Valor Total
Activos Diferidos	6.705,00
Activos Fijos	203.604,60
TOTAL	**210.309,60**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 22

Total de Depreciación y Desecho

	Depreciación	Desecho contable
Maquinaria y Equipo	1.171,20	10.540,80
Herramientas de Operación	303,99	2.980,31
Muebles y Equipo de oficina	526,40	5.080,70
Sumistro de Oficina	0,00	51,30
Útiles de Aseo	0,00	150,00
Equipos de computación	1.081,23	2.162,77
Terreno	0,00	180.000,00
TOTAL	**3.082,82**	**200.965,88**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 23

Costos Administrativos (Rol de pago)

Seguro Social	9,45%	**Sueldo Básico**	400
Fondos de Reserva	8,33%	**Aporte Patronal**	12,15%

Rol de pago

Áreas	Cargo	No. de personal	Sueldo Mensual	Fondos de Reserva	Total de Fondos de reserva Anuales	Total de ingresos	Total de ingresos anual	Seguro Social (9,45%)	Total de Seguro Social Anual	NETO A RECIBIR POR MES	NETO A RECIBIR Anual
Administrativa	Gerente Financiero	1	$ 850,00	$ 70,81	$ 849,66	$ 920,81	$11.049,66	$ 80,33	$ 963,90	$ 840,48	$10.085,76
	Director Administrativo	1	$ 800,00	$ 66,64	$ 799,68	$ 866,64	$10.399,68	$ 75,60	$ 907,20	$ 791,04	$ 9.492,48
	Contador	1	$ 700,00	$ 58,31	$ 699,72	$ 758,31	$ 9.099,72	$ 66,15	$ 793,80	$ 692,16	$ 8.305,92
	Cajero	1	$ 600,00	$ 49,98	$ 599,76	$ 649,98	$ 7.799,76	$ 56,70	$ 680,40	$ 593,28	$ 7.119,36
Operaciones	Limpieza area1	1	$ 500,00	$ 41,65	$ 499,80	$ 541,65	$ 6.499,80	$ 47,25	$ 567,00	$ 494,40	$ 5.932,80
	Limpieza area 2	1	$ 500,00	$ 41,65	$ 499,80	$ 541,65	$ 6.499,80	$ 47,25	$ 567,00	$ 494,40	$ 5.932,80
	Limpieza area 3	1	$ 500,00	$ 41,65	$ 499,80	$ 541,65	$ 6.499,80	$ 47,25	$ 567,00	$ 494,40	$ 5.932,80

Limpieza Area 4	1	$ 500,00	$ 41,65	$ 499,80	$ 541,65	$ 6.499,80	$ 47,25	$ 567,00	$ 494,40	$ 5.932,80
Seguridad	1	$ 600,00	$ 49,98	$ 599,76	$ 649,98	$ 7.799,76	$ 56,70	$ 680,40	$ 593,28	$ 7.119,36
Atencion al Cliente	1	$ 650,00	$ 54,15	$ 649,74	$ 704,15	$ 8.449,74	$ 61,43	$ 737,10	$ 642,72	$ 7.712,64
Total		**$6.200,00**	**$516,46**	**$6.197,52**	**$6.716,46**	**$80.597,52**	**$ 585,90**	**$ 7.030,80**	**$6.130,56**	**$73.566,72**

Elaborado por: La Autora, 2021

BENEFICIOS SOCIALES

Areas	Cargo	No. de personal	Sueldo Mensual	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	Aporte patronal (12,15%)	Beneficios Sociales netos
Administrativa	Gerente Financiero	1	$ 950,00	$ 79,17	$ 33,33	$ 42,53	$ 115,43	$1.220,46
	Director Administrativo	1	$ 850,00	$ 70,83	$ 33,33	$ 38,19	$ 103,28	$1.095,64
	Contador	1	$ 850,00	$ 70,83	$ 33,33	$ 37,85	$ 103,28	$1.095,29
	Cajero	1	$ 700,00	$ 58,33	$ 33,33	$ 31,25	$ 85,05	$ 907,97
Operaciones	Limpieza area1	1	$ 600,00	$ 50,00	$ 33,33	$ 26,74	$ 72,90	$ 782,97

Limpieza area 2	1	$ 600,00	$ 50,00	$ 33,33	$ 26,74	$ 72,90	$ 782,97
Limpieza area 3	1	$ 600,00	$ 50,00	$ 33,33	$ 26,74	$ 72,90	$ 782,97
Limpieza Area 4	1	$ 600,00	$ 50,00	$ 33,33	$ 26,74	$ 72,90	$ 782,97
Seguridad	1	$ 650,00	$ 54,17	$ 33,33	$ 29,17	$ 78,98	$ 845,64
Atencion al Cliente	1	$ 700,00	$ 58,33	$ 33,33	$ 31,42	$ 85,05	$ 908,14
Total		**$7.100,00**	**$591,67**	**$ 333,33**	**$ 317,35**	**$ 862,65**	**$9.205,00**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 24

Gastos de Publicidad

GASTO DE PUBLICIDAD				
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
VOLANTES	100	$ 0,02	$ 2,00	$ 8,00
TRIPTICOS	100	$ 0,05	$ 5,00	$ 20,00
CARTEL EXTERIOR LOCAL	2	$ 12,00	$ 24,00	$ 96,00
TOTAL	**202**	**$ 12,07**	**$ 31,00**	**$ 124,00**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 25

Gastos de Servicios

GASTOS DE SERVICIOS		
Descripción De Gasto	**Precio Mensual**	**Total Anual**
Energía Eléctrica	$ 300,00	$ 3.600,00
Teléfono	$ 60,00	$ 720,00
Internet		
Agua	$ 450,00	$ 5.400,00
TOTAL	**$ 810,00**	**$ 9.720,00**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 26

Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES	
DETALLE	**Valor Total**
Sueldos y Salarios	73.566,72
Gastos de Publicidad	124,00
Gastos de Servicios	9.720,00
TOTAL	**94.113,76**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 27

Gastos de Implementación

COSTOS DE IMPLEMENTACION				
DESCRIPCION	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Valor Total**
Cerramiento	ml	30.000	$ 6,00	$ 180.000,00
Construcción de piscinas	m2	348	$ 400,00	$ 139.200,00
Suministro y montaje de toboganes	Unidad	5	$ 7.000,00	$ 35.000,00
Baños	m2	53,65	$ 75,00	$ 4.023,75
Duchas	m2	71,04	$ 100,00	$ 7.104,00
Restaurante	m2	90	$ 280,00	$ 25.200,00
cancha de futbol	m2	1050	$ 55,00	$ 57.750,00
cancha de básquet	m2	420	$ 36,00	$ 15.120,00
Áreas verdes	m2	1325,92	$ 25,00	$ 33.148,00
Parqueadero	m2	1089,59	$ 25,00	$ 27.239,75
Área de recreación	m2	1335,43	$ 32,00	$ 42.733,76
Boletería	m2	4	$ 250,00	$ 1.000,00
Garita	m2	4,8	$ 250,00	$ 1.200,00
Oficinas	m2	15	$ 320,00	$ 4.800,00
Área de embarque (Muelle)	m2	500,79	$ 300,00	$ 150.237,00
Área de Caballerizas	m2	3043,21	$ 15,00	$ 45.648,15
TOTAL				$ 769.404,41

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 28

Total de Capital de Trabajo

Costo De Implementación	$	769.404,41
Costos Administrativos	$	83.410,72
CAPITAL DE TRABAJO	**$**	**852.815,13**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 29

Total a Invertir

			FINANCIAMIENTO	
			PROPIO	**BANCO**
Activos Fijos	$	203.604,60	$ 40.720,92	$ 162.883,68
Activos Diferidos	$	6.705,00	$ 1.341,00	$ 5.364,00
Capital De Trabajo	$	852.815,13	$ 170.563,03	$ 682.252,10

Total, Inversión	**$ 1.063.124,73**	**$ 212.624,95**	**$ 850.499,78**
	100%	**20,00%**	**80,00%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 30

Amortización de la Deuda

Corporación Financiera Nacional (CFN)		
PRESTAMO	$ 850.499,78	
TASA DE INTERÉS DE CRÉDITO	**9,67%**	

AMORTIZACIÓN DE DEUDA

Periodo	Principal	Pago de capital/Amortización Principal	intereses	cuota/anualidad constante
0	$ 850.499,78			
1	$ 844.996,86	($ 5.502,92)	$ (82.243,33)	($ 87.746,25)
2	$ 838.961,81	($ 6.035,05)	$ (81.711,20)	($ 87.746,25)
3	$ 832.343,17	($ 6.618,64)	$ (81.127,61)	($ 87.746,25)
4	$ 825.084,50	($ 7.258,67)	$ (80.487,58)	($ 87.746,25)
5	$ 817.123,92	($ 7.960,58)	$ (79.785,67)	($ 87.746,25)
6	$ 808.393,56	($ 8.730,37)	$ (79.015,88)	($ 87.746,25)
7	$ 798.818,96	($ 9.574,59)	$ (78.171,66)	($ 87.746,25)
8	$ 788.318,51	($ 10.500,46)	$ (77.245,79)	($ 87.746,25)
9	$ 776.802,66	($ 11.515,85)	$ (76.230,40)	($ 87.746,25)
10	$ 764.173,22	($ 12.629,43)	$ (75.116,82)	($ 87.746,25)
11	$ 750.322,52	($ 13.850,70)	$ (73.895,55)	($ 87.746,25)
12	$ 735.132,46	($ 15.190,06)	$ (72.556,19)	($ 87.746,25)
13	$ 718.473,52	($ 16.658,94)	$ (71.087,31)	($ 87.746,25)

14	$	700.203,66	($ 18.269,86)	$ (69.476,39)	($ 87.746,25)
15	$	680.167,11	($ 20.036,56)	$ (67.709,69)	($ 87.746,25)
16	$	658.193,02	($ 21.974,09)	$ (65.772,16)	($ 87.746,25)
17	$	634.094,03	($ 24.098,99)	$ (63.647,26)	($ 87.746,25)
18	$	607.664,67	($ 26.429,36)	$ (61.316,89)	($ 87.746,25)
19	$	578.679,60	($ 28.985,08)	$ (58.761,17)	($ 87.746,25)
20	$	546.891,66	($ 31.787,93)	$ (55.958,32)	($ 87.746,25)
21	$	512.029,84	($ 34.861,83)	$ (52.884,42)	($ 87.746,25)
22	$	473.796,87	($ 38.232,96)	$ (49.513,29)	($ 87.746,25)
23	$	431.866,78	($ 41.930,09)	$ (45.816,16)	($ 87.746,25)
24	$	385.882,05	($ 45.984,73)	$ (41.761,52)	($ 87.746,25)
25	$	335.450,59	($ 50.431,46)	$ (37.314,79)	($ 87.746,25)
26	$	280.142,42	($ 55.308,18)	$ (32.438,07)	($ 87.746,25)
27	$	219.485,94	($ 60.656,48)	$ (27.089,77)	($ 87.746,25)
28	$	152.963,98	($ 66.521,96)	$ (21.224,29)	($ 87.746,25)
29	$	80.009,35	($ 72.954,63)	$ (14.791,62)	($ 87.746,25)
30	$	(0,00)	($ 80.009,35)	$ (7.736,90)	($ 87.746,25)
Total	**$**	**-**	**$ (850.499,78)**	**$ (1.781.887,71)**	**$ (2.632.387,50)**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 31

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO		
COSTOS FIJOS		
Depreciaciones	$	3.082,82
Sueldos y salarios	$	6.200,00
Costo de administ.	$	9.844,00
Costo de implementación	$	769.404,41
TOTAL COSTOS FIJOS	$	788.531,23

COSTOS VARIABLES		
Materiales directos	$	2.980,31
Materiales indirectos	$	10.540,80
Costo de financiamiento	$	5.502,92
TOTAL COSTOS VARIABLES	**$**	**19.024,03**
COSTO TOTAL	**$**	**807.555,26**

INGRESOS		
INGRESOS POR VENTA	**$**	**964.174,64**
TOTAL INGRESOS	**$**	**98.465,55**

Elaborado por: La Autora, 2021

Precio de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{PV}\right)}$$

PE = 788531.23 / 0,93

VENTAS	
$	**846.452,4**

Precio de equilibrio en unidades de visitas

$$PE = \frac{CFT}{(PVu - CVu)}$$

PE = 788531,23 / 11.40

UNIDADES DE VISITAS
69.155

El punto de equilibrio se encuentra cuando el proyecto alcanza los ingresos de	**$**	**846.452,4**
El punto de equilibrio se encuentra si se vende		**69.155**

Elaborado por: La Autora, 2021

MARGEN DE GANANCIA							
	COSTOS FIJOS	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL COSTOS**	**VENTA**	**Costo de Venta**	**PRECIO DE VENTA**	**MARGEN DE GANANCIA**
1	$ 788.531,23	$ 19.024,03	$ 807.555,26	$ 964.174,64	$ 0,84	$12,24	$ 11,40
2	$ 788.531,23	$ 19.404,51	$ 807.935,74	$ 877.478,23	$ 0,92	$12,48	$ 11,56
3	$ 788.531,23	$ 19.792,60	$ 808.323,83	$ 912.659,84	$ 0,89	$12,73	$ 11,85
4	$ 788.531,23	$ 20.188,45	$ 808.719,68	$ 949.252,02	$ 0,85	$12,99	$ 12,14
5	$ 788.531,23	$ 20.592,22	$ 809.123,45	$ 987.311,34	$ 0,82	$13,25	$ 12,43

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 32

Tasa Mínima Aceptable de Rendimientos (TMAR)

Kd=	Peso o Costo de la deuda
t=	tasa impositiva
D =	tasa de la deuda
E =	patrimonio
Ke=	Peso o Costo de Capital

$$WACC = \left[Kd * (1 - t)\left(\frac{D}{D+E}\right)\right] + \left[\left(Ke * \left(\frac{E}{D+E}\right)\right)\right]$$

((costo de la deuda*(1-tasa impositiva) *(valor de la deuda (deuda + patrimonio)) + ((costo del capital propio *(porcentaje del patrimonio)

Elaborado por: La Autora, 2021

WACC O CPPC			
costo de la deuda*(1-tasa impositiva)	**peso de la deuda = valor de la deuda / (deuda +patrimonio)**	**CAPM = costo del capital propio**	**Porcentaje del patrimonio con respecto al capital total**
8%	80%	49%	20%
6%		10%	
16 %			

Elaborado por: La Autora, 2021

BETA	
Beta Gymboree	1,27
Debt/Equity Ratio	0,174
T EEUU	0,308
Beta desap	1,13
Activo	$ 1.063.124,73
Pasivo	$ 850.499,78
Patrimonio	$ 212.624,95
% Deuda	80,0%
% Capital	20,0%
Impuestos Ecuador	12%
Beta apalancado	4,62

Elaborado por: La Autora, 2021

Productivo "UrbinaPark"		
Total Patrimonio + Capital		$ 1.063.124,73
Deuda	Deuda	$ 850.499,78
Patrimonio	Equity	$ 212.624,95
Costo De La Deuda	Kd	10%
Impuesto	T	21%
Beta Apalancada	B	4,62
Prima De Mercado	Prm	9,68%
Prima Libre De Riesgo	Rf	4,70%
Costo Del Capital	Ke	0,49
TMAR		**16,00%**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 33

Flujo de Caja

TASA DE CRECIMIENTO
2%

	FLUJO DE CAJA					
	0	1	2	3	4	5
VENTA		**$ 964.174,64**	**$ 877.478,23**	**$ 912.659,84**	**$ 949.252,02**	**$ 987.311,34**
Total Ingresos		**$ 964.174,64**	**$ 877.478,23**	**$ 912.659,84**	**$ 949.252,02**	**$ 987.311,34**
Costos directos		$ (2.980,31)	$ (3.033,96)	$ (3.088,57)	$ (3.144,16)	$ (3.200,76)
Costos de implementación		$ (769.404,41)	$ (783.253,69)	$ (797.352,26)	$ (811.704,60)	$ (826.315,28)
Costos indirectos		$ (10.540,80)	$ (10.730,53)	$ (10.923,68)	$ (11.120,31)	$ (11.320,48)
Total Costos de Ventas		**$ 782.925,52**	**$ 797.018,18**	**$ 811.364,51**	**$ 825.969,07**	**$ 840.836,51**
Gastos de publicidad		$ (124,00)	$ (126,23)	$ (128,50)	$ (130,82)	$ (133,17)
Gastos de administración		$ (9.844,00)	$ (10.021,19)	$ (10.201,57)	$ (10.385,20)	$ (10.572,14)
Depreciación		$ (3.082,82)	$ (3.082,82)	$ (3.082,82)	$ (3.082,82)	$ (3.082,82)
Interés financiamiento		$ (82.243,33)	$ (81.711,20)	$ (81.127,61)	$ (87.746,25)	$ (87.746,25)

Utilidad antes de reparto de utilidad e impuestos	**$ 1.651.806,02**	**$ 1.579.554,97**	**$ 1.629.483,85**	**$ 1.673.876,01**	**$ 1.726.613,47**
Reparto de utilidad	$ (165.180,60)	$ (157.955,50)	$ (162.948,38)	$ (167.387,60)	$ (172.661,35)
Utilidad antes de impuestos	**$ 1.486.625,42**	**$ 1.421.599,48**	**$ 1.466.535,46**	**$ 1.506.488,41**	**$ 1.553.952,13**
Impuestos	$ (312.191,34)	$ (298.535,89)	$ (307.972,45)	$ (316.362,57)	$ (326.329,95)
Utilidad neta	**$ 1.174.434,08**	**$ 1.123.063,59**	**$ 1.158.563,02**	**$ 1.190.125,84**	**$ 1.227.622,18**
(+) Depreciación	$ 3.082,82	$ 3.082,82	$ 3.082,82	$ 3.082,82	$ 3.082,82
(-) Amortización	$ (5.502,92)	$ (6.035,05)	$ (6.618,64)	$ (7.258,67)	$ (7.960,58)
(-) Inversión inicial	$ (196.900)				
(-)(+) Capital de trabajo	$ (852.815,13)				$ 852.815,13
(+) Préstamo	$ 850.499,78				
(+) Valor de Desecho					$ 200.965,88
Flujo de caja	**$ (199.214,95)**	**$ 1.172.013,97**	**$ 1.120.111,35**	**$ 1.155.027,19**	**$ 1.185.949,99**	**$ 2.276.525,43**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 34

Evaluación Financiera

TMAR		***16,00%***
TIR		***32,99%***
VAN	**$**	**1.389.095,83**
RELACIÓN COSTO BENEFICIO	**$**	**1,44**

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 35

Periodo de Recuperación

	-	1	2	3	4	5
Flujo descontado	$ (199.214,95)	$ 1.010.313,81	$ 965.572,08	$ 995.670,66	$ 1.022.327,11	$ 1.962.438,28
Flujo acumulado	$ (199.214,95)	$ 811.098,87	$ 1.776.670,94	$ 2.772.341,60	$ 3.794.668,71	$ 5.757.106,99

Payback	11,93	AÑOS
	143,2	MESES

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 36

Escenario Moderado

ESCENARIO MODERADO			
PERIODO	**flujo de caja**	**VALOR PRESENTE**	**FLUJO EFECTIVO ACUMULATIVOS**
0	**$ (199.214,95)**		
1	**$ 1.172.013,97**	$ 1.172.013,97	$ 1.172.013,97
2	**$ 1.120.111,35**	832354,2451	$ 2.292.125,32
3	**$ 1.155.027,19**	739882,4228	$ 3.447.152,51
4	**$ 1.185.949,99**	654877,9686	$ 4.633.102,50
5	**$ 2.276.525,43**	1083652,434	$ 6.909.627,93

VALOR PRESENTE DE LA SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS	$ 4.482.781,05
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	$ 4.121.865,94
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	5,85%
INDICE DE RENTABILIDAD O RAZON BENEFICIO/COSTO	2,3

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 37

Escenario Optimista

ESCENARIO OPTIMISTA			
PERIODO	**flujo de caja**	**VALOR PRESENTE**	**FLUJO EFECTIVO ACUMULATIVOS**
0	**$ (199.214,95)**		
1	**$ 1.172.013,97**	$ 1.172.013,97	$ 1.172.013,97
2	**$ 1.289.215,37**	958015,3704	$ 2.461.229,35
3	**$ 1.418.136,91**	908424,1329	$ 3.879.366,25
4	**$ 141.813,69**	78309,08761	$ 4.021.179,95
5	**$ 2.458.647,47**	1170344,629	$ 6.479.827,41
VALOR PRESENTE DE LA SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS	$ 4.287.107,19		
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	$ 3.926.192,09		
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	10,7		
INDICE DE RENTABILIDAD O RAZON BENEFICIO/COSTO	$ 42		

Elaborado por: La Autora, 2021

Apéndices N° 38

Escenario Pesimista

ESCENARIO PESIMISTA			
PERIODO	**flujo de caja**	**VALOR PRESENTE**	**FLUJO EFECTIVO ACUMULATIVOS**
0	**$ (199.214,95)**		
1	**$ 1.172.013,97**	$ 1.172.013,97	$ 1.172.013,97
2	**$ 937.611,18**	696738,4512	$ 2.109.625,15
3	**$ 750.088,94**	480488,7976	$ 2.859.714,10
4	**$ 600.071,15**	331357,4616	$ 3.459.785,25
5	**$ 480.056,92**	228512,6478	$ 3.939.842,18
VALOR PRESENTE DE LA SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS	$ 2.909.111,33		
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	$ - 4.548.196,23		
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	- 5,68		
INDICE DE RENTABILIDAD O RAZON BENEFICIO/COSTO	$ 0		

Elaborado por: La Autora, 2021