



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
TURÍSTICA Y PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN SUCÚA**

**AUTOR**

**DIEGO ANDRÉS NARVÁEZ CASTILLO**

**DIRECTOR DE TESIS**

**ECO. MANUEL PORTILLA R. MGT**

**ABRIL 2015**

**QUITO – ECUADOR**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que el presente trabajo es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su desarrollo se respetaron las disposiciones de ley que protegen a los derechos de autor”.

---

DIEGO ANDRÉS NARVÁEZ CASTILLO

## AGRADECIMIENTO

A mis Padres y Hermano, ya que supieron dirigirme por el mejor camino. Por su paciencia, amor, sacrificio, apoyo incondicional, gracias a ellos por todo lo que me dieron y me siguen dando, gracias por ser esos amigos que yo necesité en cada paso que di, sin ustedes todo habría sido muy difícil.

A mis profesores, que enriquecieron con su saber los conocimientos necesarios para culminar este periodo de aprendizaje,

## DEDICATORIA

Para mis PADRES y HERMANO, Coralí Esmeralda, David Patricio y David Israel,  
por su apoyo incondicional.

## RESUMEN

El plan de negocios está enfocado en rescatar las costumbres, tradiciones y promover la belleza de los destinos turísticos del Cantón Sucúa, mediante la creación de una empresa turística. La misma que tendrá su matriz en Quito, la ciudad con mayor llegada de turistas internacionales del país y en Sucúa la sucursal. LA empresa se llamara “DIEGUILIAIKI” S.A, es una combinación entre el nombre de su creador y las siglas “LAIKI” que significa paraíso en el idioma Shuar. Pero, ¿qué la hace diferente de la competencia? Pues es la primera empresa que ofrece paquetes turísticos para el Cantón Sucúa y a su vez se encarga de promover el turismo hacia el mismo. El nicho de mercado al cual se dirige esta empresa es a los turistas nacionales e internacionales de entre 24 a 65 años quienes tienen ingresos económicos medios, medio-altos y altos, que busquen nuevas experiencias, tengan un interés en lo cultural y prefieran planear los viajes por sus propias cuentas. Para poner en marcha este proyecto se necesita una inversión de \$289.918,17, sin embargo, la recuperación de ésta se da en el cuarto año. Adicionalmente, la TIR es de 40.24% y ésta es mayor al Costo de Oportunidad (15.11%), de esta manera podemos determinar que el proyecto es factible.

## **ABSTRACT**

The business plan is focused on rescuing the customs, traditions and promote the beauty of the tourist destinations Sucúa Canton, by creating a tourism business. It will have its headquarters in Quito, the city with the highest international tourist arrivals in the country and Sucúa the branch. THE company "DIEGUILIAIKI" SA, was called is a combination of the name of its creator and the initials "LAIKI" meaning paradise in Shuar language. But what makes it different from the competition? For it is the first company that offers packages for Sucúa Canton and in turn is responsible for promoting tourism to the same. The niche market to which the company is directed to domestic and international tourists between 24 to 65 years who have financial means, medium-high and high income, seeking new experiences with an interest in culture and prefer to plan the Travel for their own accounts. To implement this project an investment of \$ 289,918.17 is needed, however, the recovery of this is given in the fourth year. Additionally, the IRR is 40.24% and this is greater than the opportunity cost (15.11%), so you can determine that the project is feasible.

## Tabla de contenido

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE.....	i
Agradecimiento.....	ii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
CAPÍTULO I .....	1
1.- INTRODUCCION.....	1
1.1.- Planteamiento del problema. ....	3
1.2.- Justificación del problema. ....	4
1.3.- Objetivos de la investigación. ....	4
1.3.1.- Objetivo general.....	4
1.3.2.- Objetivos específicos.....	4
CAPITULO II .....	5
2.- MARCO REFERENCIAL .....	5
2.1.- Marco teórico.....	5
2.2.- Importancia del turismo.....	6
2.3.- Historia del cantón “SUCUA” . ....	7
2.4.- Población.....	18
2.5- Marco Conceptual.....	19
CAPITULO III .....	25
3.- ESTUDIO DE MERCADO .....	25
3.1- Concepto de mercado.....	25
3.2- Concepto de mercado turístico.....	25
3.3- Objetivos del estudio de mercado. ....	25
3.4- Segmentación de mercado. ....	26
3.4.1- Variables para segmentar un mercado.....	26
3.5.- Análisis de la demanda.....	27
3.5.1.- Concepto de la demanda. ....	27
3.5.2.- Clases de demanda. ....	27

3.6.- Metodología para cuantificar la demanda.....	28
3.7.- Tamaño de la muestra. ....	28
3.7.1.- Cálculo del tamaño de la muestra. ....	29
3.7.2.- Análisis de las encuestas. ....	30
3.8.- Cuantificación de la demanda.....	37
3.9.- Tipos de oferta. ....	38
3.9.1.- Oferta actual de tours al Cantón Sucúa. ....	38
3.9.2.- Análisis de la oferta y la demanda. ....	39
3.9.3.- Análisis Oferta – Demanda.....	40
3.10.- Análisis de precio. ....	40
3.11.- Sistema de comercialización.....	40
3.12.- Canales de distribución.....	41
3.13.- Estrategias de mercado.....	41
3.14.- Mix de marketing. ....	42
CAPITULO IV .....	43
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	43
4.1.-Localización.-.....	43
4.2.-Accesibilidad.- .....	44
4.3.- Equipamiento.....	45
4.4.- Ciclo de Operaciones y Diagrama de Flujo de procesos. ....	46
4.5.- Buenas prácticas del turismo sostenible.....	48
4.6.- Aporte Socio Cultural. ....	49
4.7.-Desarrollo Social. ....	49
CAPITULO V .....	51
5.- INVERSIONES DEL PROYECTO .....	51
5.1.- Activos fijos. ....	51
5.1.1.- Terreno.....	52
5.1.2.- Edificaciones.....	53
5.1.3.- Vehículos.....	53
5.1.4.- Herramientas. ....	54
5.1.5.- Muebles y enseres. ....	55
5.1.6.- Equipos de oficina. ....	55
5.1.7.- Equipos de computación.....	56
5.2.- Activos diferidos.....	56



5.3.-Capital de trabajo.....	57
5.4.- Financiamiento del proyecto. ....	57
5.5.- Estructura del financiamiento.....	58
5.6.- Cuadro de fuentes y usos de fondos.....	59
5.7.- Amortización. ....	60
5.8.- Costos y gastos.....	62
5.9.- Gastos administrativos y ventas. ....	63
5.10.- Proyección de costos.- ....	69
5.11.- Ingresos.-.....	71
5.11.1.- Determinación del Costo Unitario de Producción. ....	71
5.11.2.- Precio de venta. ....	71
5.12.- Proyección de ingresos. ....	72
CAPITULO VI .....	73
6.- EVALUACION FINANCIERA .....	73
6.1.- Evaluación financiera. ....	73
6.2.- Estados financieros. ....	73
6.2.1.- Estado de situación. ....	73
6.2.2.- Estado de resultados.....	74
6.2.3.- Estado de flujo de efectivo.....	77
6.3.- Indicadores de evaluación.....	78
6.3.1.- Costo de oportunidad. ....	78
6.3.2.- Valor actual neto.....	79
6.3.3.- Tasa interna de retorno. ....	81
6.3.4.- Período de recuperación de la inversión. ....	82
6.3.5.- Punto de equilibrio.....	83
6.4.- Índices financieros. ....	88
6.4.1.- Rentabilidad total.....	88
6.4.2.- Rentabilidad sobre recursos propios. ....	89
6.4.3.- Rentabilidad sobre las ventas. ....	90
6.4.4.- índice de apalancamiento.....	91
CAPITULO VII .....	92
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
7.1.- Conclusiones .....	92
7.2.- Recomendaciones .....	93

## Índice de Figuras

Figura 1. Mapa Provincia Morona Santiago. ....	2
Figura 2. Mapa Cantón Sucúa. ....	3
Figura 3. Rio Upano. ....	8
Figura 4. Complejo Arqueológico “El Abuelo” . ....	9
Figura 5. Parque Botánico. ....	10
Figura 6. Cascada de Kiim.....	11
Figura 7. Cascada del Alto o Arapicos. ....	12
Figura 8. Parque Nacional. ....	13
Figura 9. Cuevas. ....	14
Figura 10. Carnaval.....	15
Figura 11. Fiestas.....	16
Figura 12. Cultura Shuar.....	18
Figura 13. Mix de Marketing .....	42
Figura 14. Ubicación Matriz. ....	43
Figura 15. Ubicación Sucursal. ....	44

## Índice de Tablas

Tabla 1. Población del Cantón Sucúa. ....	18
Tabla 2. ¿Gusta viajar por turismo? .....	30
Tabla 3. Capítulo 3 - ¿Con que frecuencia viaja usted por turismo al año?.....	31
Tabla 4. - ¿Qué región visita con mayor frecuencia? .....	32
Tabla 5.- ¿Si no ha visitado la región amazónica, le gustaría visitarla por turismo?.....	33
Tabla 6. -¿Estaría dispuesto a visitar en Cantón Sucúa? .....	34
Tabla 7. Medios de difusión utilizados.....	35
Tabla 8 . ¿Cuál sería su forma de financiamiento más oprimada? .....	36
Tabla 9. Demanda Insatisfecha. ....	39
Tabla 10. Proyección de la Participación de Mercado .....	40
Tabla 11.- Frecuencia de Transporte Terrestre .....	45
Tabla 12. Activos Fijos de la Planta (USD). ....	51
Tabla 13. Terreno Oficina Matriz (USD). ....	52
Tabla 14. Terreno Oficina Sucursal (USD). ....	52
Tabla 15. Edificaciones (USD).....	53
Tabla 16. Vehículos (USD). ....	54
Tabla 17. Herramientas (USD).....	54
Tabla 18. Muebles y Enseres (USD).....	55
Tabla 19. Equipos de Oficina (USD).....	55
Tabla 20. Equipos de Computación (USD).....	56
Tabla 21. Activos Diferidos (USD).....	56

Tabla 22. Capital de trabajo (USD).....	57
Tabla 23. Financiamiento del Proyecto.....	58
Tabla 24. Fuentes y Usos de Fondos (USD).....	59
Tabla 25. Tabla de amortización (USD).....	61
Tabla 26. Costo de Servicios (USD).....	62
Tabla 27. Gastos de Oficina (USD).....	63
Tabla 28. Gastos Servicios Básicos (USD).....	63
Tabla 29. Gasto Mantenimiento (USD).....	64
Tabla 30. Capítulo 5 - Gasto Amortización (USD).....	64
Tabla 31. Gastos de Publicidad (USD).....	65
Tabla 32. Seguros (USD).....	65
Tabla 33. Gastos Financieros (USD).....	65
Tabla 34. Sueldo Año 1 (USD).....	66
Tabla 35. Sueldo Año 2 (USD).....	67
Tabla 36. Sueldos Años 3 al 10 (USD).....	68
Tabla 37. Gasto Depreciación (USD).....	68
Tabla 38. Proyección de Costos y Gastos Año 1 al 5 (USD).....	69
Tabla 39. Proyección de Costos y Gastos Años 6 al 10 (USD).....	70
Tabla 40. Proyección de Ingresos (USD).....	72
Tabla 41. Estado de Situación Inicial (USD).....	74
Tabla 42. Estado de Resultados Año 1 al 5 (USD).....	75
Tabla 43. Estado de Resultados Año 6 al 10 (USD).....	76
Tabla 44. Estado de Flujo de Efectivo Año 0 al 4 (USD).....	77
Tabla 45. Estado de Flujo de Efectivo Año 5 al 10 (USD).....	77
Tabla 46. Capítulo 6 - Costo de Oportunidad.....	79
Tabla 47. Valor Actual Neto (USD).....	80
Tabla 48. Tasa Interna de Retorno.....	82
Tabla 49. Periodo de Recuperación de la Inversión (USD).....	83
Tabla 50. Proyección de Costos y Precios Año 1 al 5 (USD).....	85
Tabla 51. Proyección de Costos y Precios Año 6 al 10 (USD).....	85
Tabla 52. Punto de Equilibrio.....	86
Tabla 53. Rentabilidad Total.....	88
Tabla 54. Rentabilidad Sobre Recursos Propios.....	89
Tabla 55. Rentabilidad Sobre las Ventas.....	90

# **CAPÍTULO I**

## **1.- INTRODUCCION**

La actividad turística a nivel mundial ha tenido un proceso de cambio constante en el cual los viajeros deciden sus destinos para visitar, según su edad, gustos, tradiciones, políticas, experiencias, curiosidades, negocios, entre otras razones. De esta forma los diferentes destinos se empeñan cada vez en crear nuevos atractivos con el objetivo de captar la decisión del turista para elegir dicho lugar.

El desarrollo del País en la actualidad está avanzando con gran rapidez en las distintas actividades de producción y de servicio, y el turismo es una de las actividades más importantes y crece con una velocidad aún más vertiginosa, por tal razón es fundamental que la actividad turística sea muy competitiva y más aún conociendo que el Ecuador cuenta con abundantes recursos naturales y humanos únicos en el planeta.

El Ecuador es un país naturalmente privilegiado con una extensa variedad de hermosos paisajes que presenta nuestra sierra, costa, amazonía y región insular, y en las cuales se puede encontrar biodiversidad de cientos de miles de especies de flora y fauna. El factor climático es quizá el uno de los factores que marcan la diferencia y causan distinción ante muchos otros lugares del mundo.

El sector turístico en el País es de gran importancia para la economía de los ecuatorianos y es por esta razón existen facilidades y varias actividades que tienen como finalidad el promover el turismo. Es por esta razón que las universidades han identificado la importancia de esta actividad y año tras año preparan a nuevos profesionales especialistas turísticos en campos gastronómicos, guías, hoteleros, entre otros, siempre comprometidos a brindar el mejor servicio y asegurándose que la permanencia del turista sea lo más placentera posible.

El presente proyecto tiene la finalidad de establecer la factibilidad y viabilidad de promover al Cantón Sucúa – Provincia de Morona Santiago, para hacer de este lugar un destino atractivo para los turistas nacionales y extranjeros.



Se encuentra mayormente habitada por mestizos provenientes principalmente desde la provincia del Azuay y Cañar, y también por afroecuatorianos e indígenas que migraron en épocas coloniales.

**Figura 2. Mapa Cantón Sucúa.**



Fuente: Ríos que atraviesan al Cantón Sucúa Recuperado de <http://www.viajandox.com/morona/sucua-canton.htm> el 15 de Septiembre del 2014.

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 15 de Septiembre del 2014

### **1.1.- Planteamiento del problema.**

Al igual que otras provincias, ciudades, cantones de la amazonía, cuenta con gran variedad de recursos naturales como bosques, cascadas, ríos, vida silvestre, cuevas, sin embargo estos recursos no han sido aprovechados con el objetivo de promover el turismo.

Los ecuatorianos de acuerdo a sus gustos y preferencias optan por visitar lugares turísticos de acuerdo a sus necesidades, entre las cuales están como necesidades frecuentes, las de diversión, descanso, entretenimiento, aventura, entre otros.

## **1.2.- Justificación del problema.**

Este proyecto tiene la finalidad de crear una empresa turística que pueda ofrecer una serie de alternativas de turismo que se puede encontrar Cantón Sucúa ubicado en la Provincia de Morona Santiago, principalmente para los habitantes de la ciudad de Quito, sin descartar a los turistas del resto del país y de otros países. Se pretende brindar el mejor servicio turístico en guía, hoteles, gastronomía, transporte, seguridad, logrando así destacar la organización, seguridad y eficiencia.

Con esto las autoridades de los Cantones cercanos irán interesándose más en fomentar el turismo en toda la región amazónica y con el tiempo en todo el Ecuador.

## **1.3.- Objetivos de la investigación.**

### **1.3.1.- Objetivo general.**

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa turística y promoción del turismo en el Cantón Sucúa.

### **1.3.2.- Objetivos específicos.**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Realizar un estudio técnico y la ingeniería del proyecto.
- Determinar las inversiones y financiamiento.

## CAPITULO II

### 2.- MARCO REFERENCIAL

#### 2.1.- Marco teórico.

“Al comienzo de la historia las manifestaciones del Turismo se encuentran en los primeros viajes con motivos de turismo. En la literatura se puede observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con características de turismo y recreación.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico, y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la primera Agencia de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de mediadora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones está el surgimiento de promotores internacionales y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubs Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental entre los barcos se puede mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de combustión interna (Henry Ford). Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación área: 1.919 un NC4 de estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York- Plymouth un avión británico recorre desde Terranova a Irlanda sin escala. Desde la II guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo y se inicia una etapa



de avances dentro de la transportación área”. (Quesada, R. 2005. Elementos del turismo. EUNED. San José - España, CR. 279 p.)

Se ha evidenciado que el ciudadano ecuatoriano entre sus actividades gusta mucho de realizar turismo, siendo este la actividad quizá más placentera a nivel familiar e individual.

Los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito en su gran mayoría prefieren realizar esta actividad emprendiendo viajes a la Costa Ecuatoriana, especialmente a la Provincia de Esmeraldas, puesto que de acuerdo a su geografía y facilidad de acceso es la más cercana, sin embargo, poco a poco los habitantes prefieren conocer nuevos lugares de Esmeraldas, debido a que es la Provincia que más información brinda de sus atractivos productos y servicios.

Por esta razón se pretende brindar una propuesta diferente para dar a conocer a los habitantes de Quito, todos los beneficios, atractivos, productos, servicios, y sobre todo un lugar hermoso y distinto al que se ha visitado ya varias veces, es decir, una propuesta para conocer el oriente ecuatoriano, específicamente el Cantón Sucúa.

El Cantón Sucúa, a pesar de estar naturalmente dotados por paisajes impresionantes, una extensa variedad de flora y fauna, un clima fabuloso y gente muy amable; la actividad turística no ha sido desarrollada y promocionada, debería serlo porque se dispone de los atractivos anteriormente mencionados entre otros.

Uno de los factores principales a desarrollarse es crear planes estratégicos para difundir y dar a conocer a los potenciales turistas sobre todas las ventajas y beneficios que tiene para ofrecer este Cantón.

El turismo en el Cantón Sucúa ha tenido un crecimiento importante, sin embargo el recurso natural, los productos, servicios que puede ofrecer este cantón son muy diversos y amplios, por lo que el municipio de este lugar se encuentra promoviendo planes, programas y brindando información para que los habitantes de otros lugares conozcan y disfruten de los productos y servicios que brinda Sucúa.

## **2.2.- Importancia del turismo.**

Está demostrado que el turismo es una de las actividades que más aporta a la economía mundial, mediante el número de llegadas de turistas a un destino cualquiera.

El turismo interno está conformado por un flujo de turistas residentes en un país y que viajan dentro del mismo territorio.

En el Ecuador la demanda de turismo está dada casi en su totalidad por la población ecuatoriana.

“En el Ecuador los rubros más importantes de gasto son: la Compra de bienes inmuebles, servicio de alimentación, compra de vehículos, servicio de transporte, entre otros; El gasto por concepto de hospedaje es menor en comparación con los anteriormente expuestos porque la información estadística destaca que la mayoría de los turistas de la población urbana se alojan con pariente o amigos”.<sup>2</sup> (Ministerio De Turismo, Manual de estadísticas, Quito - Ecuador 2011)

La cultura, el clima, las bellezas naturales entre otros han contribuido para que el Ecuador sea un destino muy agradable y desde aproximadamente el año 1940, el país hizo un enorme esfuerzo por proveer al país desde Alemania la primera línea aérea doméstica SEDTA (Servicios Ecuatorianos de Transportación Aérea), sin embargo esta línea tuvo que ser interrumpida a causa de la segunda guerra mundial.

Durante el gobierno del presidente Galo Plaza Lasso existió la primera promoción de turismo en la que se creó una oficina que estuvo a cargo de la realización de la primera caravana por Estados Unidos en la que se llevó folletos y artesanías típicas de producción ecuatoriana, para continuar la promoción turística dando apertura a Metropolitan Touring en 1950 y Turismundial en 1956.

En la década de los 50 se realizaron los primeros intentos para lograr efectuar viajes hacia las Islas Galápagos, sin embargo los primeros viajes oficiales se los realizó en 1969 siendo Metropolitan Touring la gestora de este acontecimiento.

### **2.3.- Historia del cantón “SUCUA”.**

Sucua, ciudad privilegiada por su estratégica ubicación en el territorio ecuatoriano, es una tierra que goza de exuberantes parajes naturales y de un suelo muy rico y productivo; se encuentra ubicado en el centro sur de la región oriental, posee un sin número

de atractivos turísticos de gran belleza cultural y natural, lo que ha llevado a que sea nombrada “Templo de la Amazonía”

### **PAISAJES NATURALES:**

**Figura 3. Río Upano.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

El lugar en donde se encuentra el río Upano se caracteriza por un clima húmedo tropical, en donde se puede observar una gran variedad de especies representativas del lugar como arrayán, helechos, orquídeas, amor constante, ortiga brava, caña guadua, teatina (sirve para lavar las heridas) que se encuentran en el entorno. Predominan los bosques secundarios, se destacan los cultivos de palma y pastizales que se asocian con árboles de la zona. Las áreas destinadas para los cultivos como maíz, yuca, plátano, frutales, entre otros, generalmente son pequeñas y a veces dispersa.

**Figura 4. Complejo Arqueológico “El Abuelo”.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

Los petroglifos del Abuelo están compuestos por dos piedras de considerable tamaño en el que se distinguen elementos arqueológicos de carácter relevante. Se encuentra separada a unos 6 m aproximadamente cada piedra, la primera mide 1.2 m de largo por 0.8 m de ancho en esta piedra están grabadas dos figuras muy diferentes en tamaño y forma, tiene una forma puntiaguda, la segunda piedra mide 2 m de largo y 0.7 m de alto en esta piedra fue para sacrificios, su forma es cuadrada.

**Figura 5. Parque Botánico.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

El parque botánico está formado por un conjunto de colinas que abarcan una densa vegetación, el lugar se encuentra rodeado por algunos ríos uno de estos es el Upano, se puede apreciar el asentamiento de varias comunidades pertenecientes a la etnia Shuar.

Tiene una área de 27.82 hectáreas de bosque, lleva el nombre de Tindiuky Neida en honor a la planta más representativa del lugar conocido como fibra, cuenta con un sendero de 1100 m el que permite recorrer todos los puntos importantes del parque.



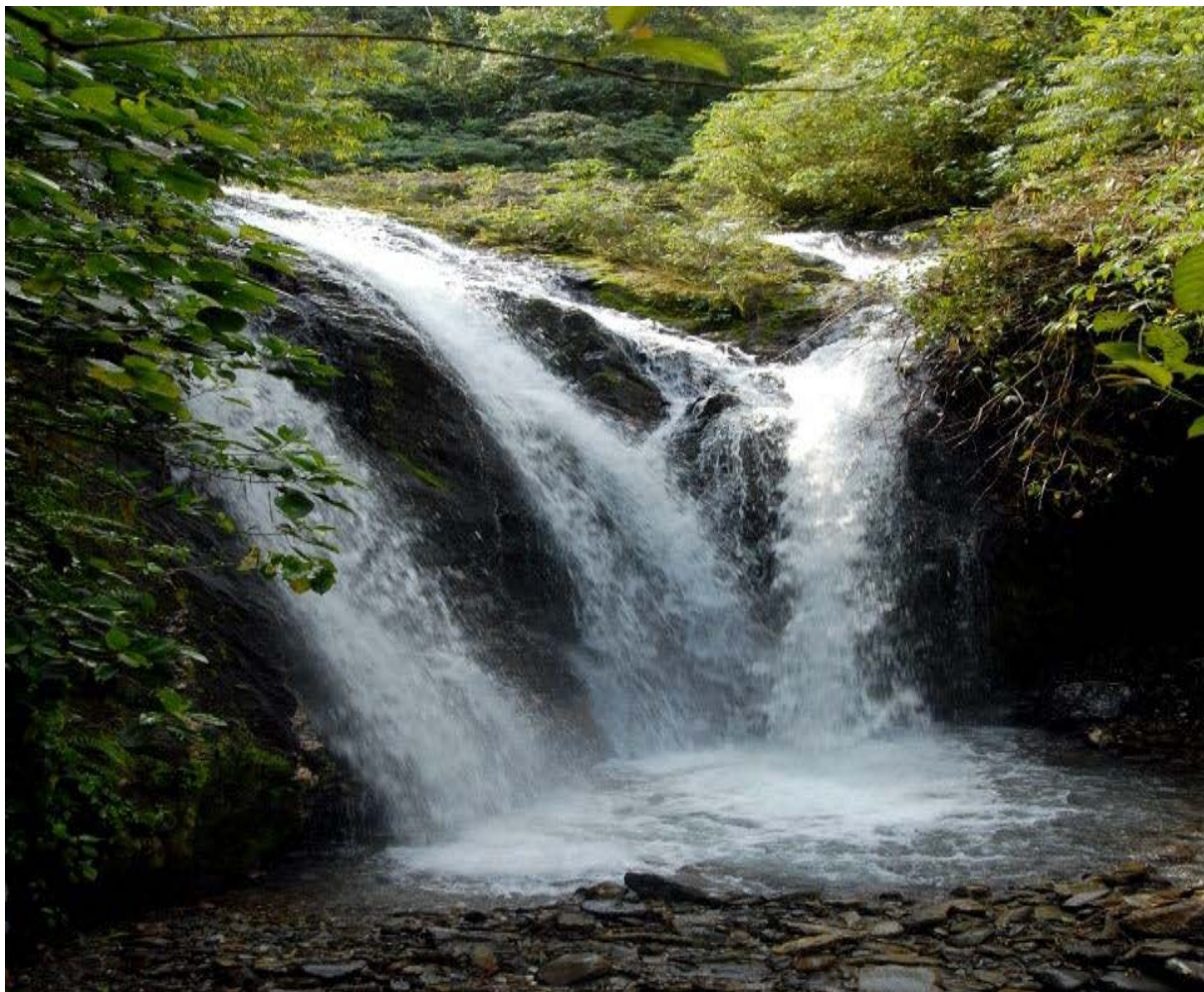
**Figura 6. Cascada de Kiim.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

La cascada del Kiim está ubicada en el sector Huambinimi a 781 m.s.n.m, se encuentra a 4.11 Km desde Sucúa, al margen derecho de la carretera a unos 100 m. El lugar también es conocido como el valle de Sucúa, es muy poco conocida y poco apreciada, tiene una altura de 14 m aproximadamente, sus aguas vienen desde las estribaciones de la cordillera de noreste a sureste, el color de sus aguas es oscuro, la caída es poco fuerte que forman un pequeño riachuelo que va alimentar al río Tutanangoza.

**Figura 7. Cascada del Alto o Arapicos.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

Las cascadas de Alto Arapicos se encuentran ubicadas al norte en el límite con el cantón Morona en el sector del alto Arapicos, ubicada al Noroeste del cantón Sucúa, distribuida en la Cordillera Oriental, las cascadas que se encuentran son la Unión, Palmito, Gallo de la Peña, Cueva de los Tayos, Platanillo y Chiriapi, el área presenta una topografía bastante irregular, se encuentran rodeadas por colinas de pendientes muy pronunciadas, los suelos son húmedos y poseen una gran cantidad de arcilla amarilla.



**Figura 8. Parque Nacional.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

El Parque Nacional Sangay es sin duda una de las áreas más impresionantes del Ecuador, fue creada el 26 de Junio de 1979, Acuerdo Ministerial N° 0392 con una superficie de 270.000 m<sup>2</sup> hasta fue considerada la gran riqueza biológica y geológica que guarda sobre las estribaciones occidentales de la cordillera, una red de más de 324 lagunas, tres volcanes de características escénicas espectaculares.

El Sangay considerado uno de los volcanes más activos del mundo, se encuentra ubicado en la parte meridional del parque, alcanza una altura de 5 230 m.s.n.m, el Tungurahua ubicado en la parte septentrional del parque alcanza 5.016 m.s.n.m y el Altar de 5.319 m.s.n.m es un volcán apagado por mucho tiempo y uno de los nevados más hermosos de los Andes.

Por la parte sur se ingresa por la vía Riobamba – Guamote – Macas, hasta el río abanico, allí existe un sendero o camino de herradura que une a las parroquias 9 de Octubre, Playas y la comunidad Atillo. En el Sucúa no existen caminos bien definidos para ingresar al parque pero se puede hacer por el sector Tambachi



**Figura 9. Cuevas.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

Las cuevas de San Luis se encuentra en la parroquia Sucúa, en el sector San Luis Upano, se ubica en la base de una montaña y al margen derecho de la carretera de la comunidad. Es una cueva formada por una mezcla de roca y tierra maciza, la entrada tiene una distancia de 7 metros aproximadamente, tiene dos entradas por el mismo lugar solo que las separa un pedazo de tierra de la montaña, en medio de la cueva, la entrada tiene 5 metros de largo hacia adentro aproximadamente, al entrar se puede observar claramente dos túneles internos muy oscuros, en el techo se pueden ver pequeños huecos en donde habitan murciélagos frugívoros.

Particularmente el Cantón Sucúa se encuentra ubicado dentro de esta provincia y goza de todos los atributos antes mencionados, pero además posee uno en particular que es su gente y cultura.

**Figura 10. Carnaval.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

Tradicionalmente en febrero de todos los años el cantón Sucúa celebra el carnaval Culturizado. Esta iniciativa nació por parte del departamento de Educación y Cultura en el año 2000, desde esta fecha se lo viene festejando, solo se lo hacía por resolución del departamento, hasta que en el año 2005 esta actividad fue institucionalizada es decir se creó una ordenanza que fue aprobada en dos sesiones el 11 de Julio del 2005 y el 26 de Diciembre del 2005 en la que se dispone que todos los años se celebre.

**Figura 11. Fiestas.**



Nota: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 25 de Septiembre del 2014

En la Presidencia del Doctor Carlos Julio Arosemena Monroy el 8 de Diciembre de 1962 mediante decreto ejecutivo N° 326 publicado en el Registro Oficial, se establece a Sucúa como nuevo Cantón de la provincia de Morona Santiago, integrada por las parroquias de Yaupi, Huambi, Asunción y Logroño (actual cantón Logroño), actualmente las parroquias de Sucúa son Sucúa, Santa Marianita, Asunción y Huambi.

Por tal acontecimiento todos los años el 8 de diciembre se celebra la fiesta de cantonización de Sucúa.

Las fiestas inician el 30 de Noviembre con la realización de muchas actividades culturales, artísticas, cívicas, deportes y folklóricas. El 90% del financiamiento de las fiestas está a cargo del Municipio sin costo para el público, esta entidad se encarga de organizar las actividades de las fiestas, actualmente están trabajando con las unidades de Turismo, Educación y Cultura. Se establecen comisiones para las actividades Cívicas, Religiosas, Ferias, Cultura y desfiles que se encargaran del desarrollo de sus actividades y el lugar en donde se va a realizar por ejemplo el día de la Cultura se lo realiza en el Colegio Río Upano, en las canchas se realizan ferias turísticas.

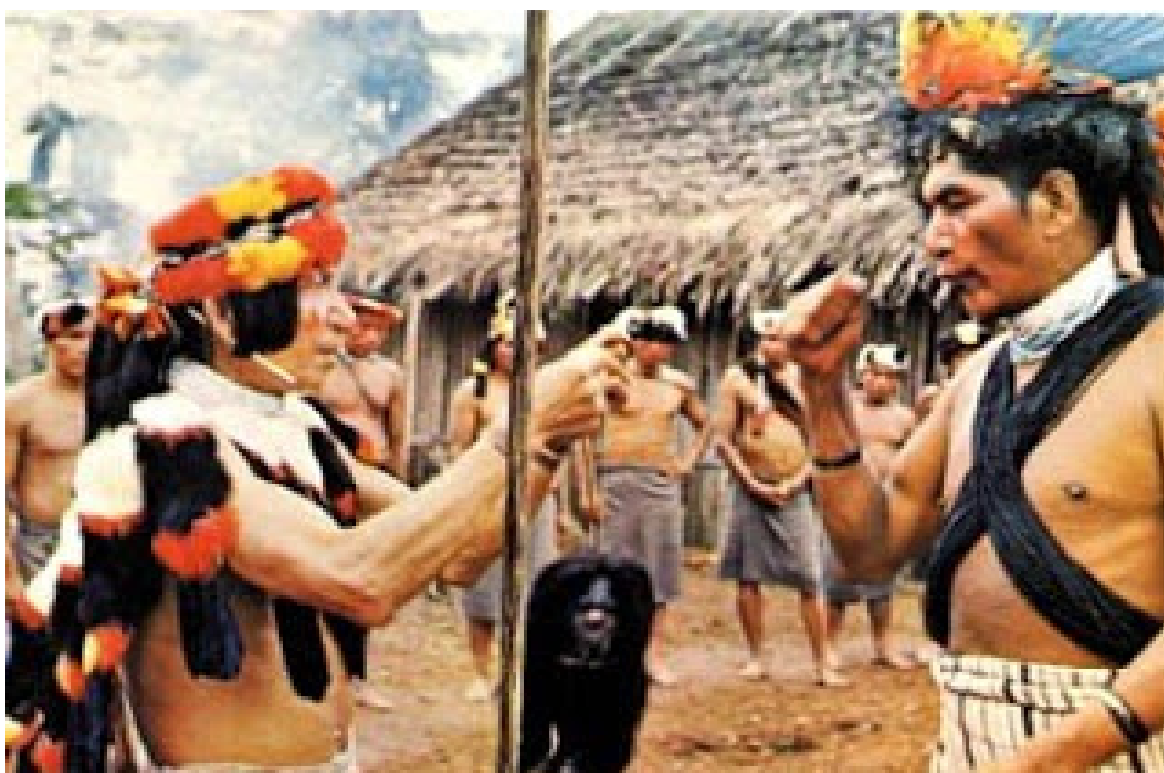
Los habitantes de Sucúa tienen la característica de ser personas agradables, amables y bastante sociales

A demás de poseer esta agradable población, Sucúa goza de una insuperable tranquilidad y seguridad en sus alrededores, atributo que es muypreciado por los turistas porque en la actualidad es difícil encontrar lugares que sean seguros y divertidos.

Hace aproximadamente 35 años, Sucúa experimento de manera directa el fenómeno de la migración, el 90% de las familias cuentan con al menos 1 integrante en el exterior (principalmente EEUU), fenómeno que ha provocado un notable crecimiento en su economía y por lo cual existe un gran flujo de dinero lo que ha llevado a que sus pobladores realicen grandes inversiones como: balnearios, deportes extremos, lugares de comida, discotecas, complejos de fútbol.

Una de las culturas que habita en Sucúa es la etnia Shuar también llamados jíbaros, esta etnia llevo al gran Valle Upano cruzando la cordillera Oriental de los Andes, nómadas por naturaleza encontraron y habitaron algunos lugares de la región, una agrupación de estos se asentó a lo largo de los ríos Upano y Tutanangoza siendo así el Upano el más preferido, se percataron de la abundancia de flora y fauna que existe en la región dedicándose a la caza, pesca y cultivos para sobrevivir.

**Figura 12. Cultura Shuar.**



Fuente: [http://: Cultura Shuar. Recuperado de www. google.com / culturalpom125879364](http://www.google.com/culturalpom125879364) el 03 de octubre del 2014  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 03 de Octubre del 2014

## **2.4.- Población.**

El Cantón Sucúa está conformada por 18318 habitantes de los cuales 10513 pertenecen a la zona rural y 7805 pertenecen a la zona urbana.

**Tabla 1. Población del Cantón Sucúa.**

<b>PARROQUIA</b>	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>	<b>TOTAL</b>
ASUNCION	.	1903	1903
HUAMBI	.	2891	2891
SANTA MARIANITA DE JESUS	.	905	905
SUCUA	7805	4814	12619
<b>TOTAL</b>	<b>7805</b>	<b>10513</b>	<b>18318</b>

Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011)  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 10 de Octubre del 20

## 2.5- Marco Conceptual

**Actividad Turística.-** Es aquella que se produce por la relación de la oferta o demanda de bienes y servicios, implantados por personas naturales o jurídicas que se dedican de modo profesional o habitual a la prestación de servicios receptivos con fines de satisfacer necesidades de los turistas.

**Agencia de viajes.-** Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.

**Alojamiento turístico.-** Empresa Mercantil que ofrece un servicio y que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regularmente u ocasionalmente disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche en dicho alojamiento turístico.

**Ambiente.-** Conjunto de características físicas, químicas y biológicas que condicionan y deciden las cualidades del entorno natural tomando en cuenta los procesos y fenómenos que constituyen sujetos funcionales del entorno.

**Atractivos.-** Es el elemento que desencadena el proceso turístico, cualquier activo, recurso o elemento territorial, patrimonial, infraestructura o de cualquier otra índole, presentando en su estado natural, con mayor o menor grado de tangibilidad, que aparece en un territorio determinado, convenientemente tratado y agrupado a una serie de elementos, es capaz de ponerse al servicio de la satisfacción turística.

**Biodiversidad.-** Contracción de la expresión “diversidad biológica”, expresa la variedad o diversidad del mundo biológico. En su sentido más amplio, biodiversidad es casi sinónimo de “vida sobre la tierra”.

**Demanda Turística.-** Es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos. También se pueden definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes.

**Desarrollo Turístico.-** Es el mejoramiento de las actividades y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista y, definido de una manera más general, también se

puede incluir los efectos asociados tales como la creación de empleos y la generación de ingresos.

**Estrategia.-** Principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos.

**Etnia:** Comunidad humana definida por afinidades raciales, lingüísticas, culturales, entre otros. Etnia (del griego ethnos, „pueblo“), en antropología, unidad tradicional de conciencia de grupo que se diferencia de otros por compartir lazos comunes de nacionalidad, territorio, cultura, valores, raza o tradición. La etnia no constituye una unidad estática, por lo que sus características pueden variar a lo largo del tiempo.

**Fauna.-** Conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un periodo geológico o que se pueden encontrar en un ecosistema determinado.

**Flora.-** Conjunto de especies vegetales que se pueden encontrar en una región geográfica, que son propias de un periodo geológico o que habitan en un ecosistema determinado.

**Gestión Municipal.-** Es el proceso de organización y el manejo de una serie de recursos organizativos, financieros, humanos y técnicos por parte de la municipalidad para proporcionar a los distintos sectores de la población las satisfacciones de sus respectivas necesidades de bienes de consumo individual y colectivo del municipio.

**Hábitat.-** En Ecología, lugar concreto o sitio físico donde vive un organismo (animal o planta), a menudo caracterizado por una forma vegetal o por una peculiaridad física dominante (un hábitat de lagunas o un hábitat de bosque). Puede referirse a un área tan grande como un océano o un desierto, o a una tan pequeña como una roca o un tronco caído de un árbol. Se lo realiza especialmente en áreas naturales, en donde se aprovechan los ríos, montañas, acantilados, nevados, entre otros.

**Infraestructura Turística.-** Son los servicios adicionales o dotación de servicios básicos complementarios de la planta turística como: transporte, corredores turísticos, sanidad, seguridad y servicios básicos.

**Marketing turístico.-** Se denomina a la investigación que da soporte profesional a la promoción turística. Es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado.

**Mercado.-** Lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen mercaderías o servicios y en donde se transfiere la propiedad de un título. Un mercado puede definirse también, como el conjunto de la demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, o simplemente como la confluencia de la oferta y la demanda.

**Mercado turístico.-** Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

**Ocio.-** Es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo, es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna.

**Parque nacional.-** Extensión terrestre, acuática o mixta que por su excepcional importancia se considera reservada a la prestación indefinida de los paisajes, particularidades geológicas, hidrológicas, flora y fauna.

**Presupuesto.-** Es el cálculo de los costos de las distintas acciones que intervienen en el programa de promoción. Constituye la concreción financiera del programa.

**Producto Turístico.-** El producto turístico selecciona algunos de los atractivos existentes en un territorio, los pone en valor y les añade los elementos necesarios para convertirlos en una amalgama de componentes tangibles e intangibles, que genera utilidades o beneficios a los consumidores en forma de experiencias concretas.  
(<http://www.gstalliance.net/ecuador/>)

**Promoción Turística.-** Dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.



**Publicidad.-** Son las actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo un mensaje personal, oral escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinando y distribuyendo por medios masivos de difusión.

**Recreación.-** Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos.

**Ruta turística.-** Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, paradas, distancias, comunicaciones, incluso valores históricos, paisajísticos, folklóricos.

**Servicios.-** Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

**Souvenir.-** Prenda o artículo de recuerdo de un viaje.

**Sucúa.-** De origen de la planta denominada "SUKU", (planta de ortiga) llamada así por los aborígenes del lugar que al transcurrir el tiempo el nombre nativo fue formalizándose en los moradores y como homenaje a ella, deciden que su pueblo se llame "Sucúa", aumentando únicamente la letra "A". ([www.turismo.gob.ec/index.php](http://www.turismo.gob.ec/index.php))

**Tour.-** Es un recorrido o desplazamiento en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad.

**Turismo.-** Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines ocio, por negocios y otros motivos.

**Turista.-** Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, género, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y

que permanezca en él más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

**Valor agregado.-** Aplicable al producto turístico, es la diferencia entre los elementos básicos del contrato formal y la totalidad de beneficios y servicios de los que disfruta.

**Viaje.-** Se considera viaje al desplazamiento fuera del entorno habitual con al menos una pernoctación, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Quedan excluidos los viajes en el mismo día, los desplazamientos al lugar de trabajo y aquellos viajes que supongan una residencia superior a 12 meses consecutivos.

**Demanda Insatisfecha.-** “Es la cantidad de bienes y servicios que es probable el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual sea determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Gabriel Boca Urbina, Evaluación de Proyectos, MacGraw Hill 3ra. Edición 2011).

**Ingeniería del Proyecto.-** “Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto”. (Teodoro G. Mantilla, Proyectos y su Desarrollo 1ra Edición 2001).

**Evaluación Financiera.-** es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

#### **Definiciones de Turismo por varios autores.**

“Todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar. (JOSE IGNACIO DE ARRILLAGA. Turismo Mundial, Valencia - España (1955))

“Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de residencia; en tanto esto no esté motivado por una

actividad lucrativa principal”. (ROBERTO BOULLON, Paisajes Globales, Santiago - Chile 1993)

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, Convención Internacional del Turismo - Paris - Francia 2005)

“El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa”. (KRAFT Y WALTER HUZINKER, Recorriendo el Globo, Berlín - Alemania 1999)

Estos autores definen al “Turismo” de distinta forma pero enfocados a la misma idea. Podemos concluir definiendo al “Turismo” como la actividad que realizan determinadas personas cuando se desplazan a algún lugar fuera de su residencia habitual, realizando este desplazamiento por varias razones excepto lucrativas.

## **CAPITULO III**

### **3.- ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1- Concepto de mercado.**

La actividad social que produce las condiciones necesarias para intercambiar productos y servicios lo conocemos con el nombre de mercado. Este proceso social permite que se vinculen los demandantes y los ofertantes que buscan generar una actividad comercial con el objetivo de conseguir acuerdos, transacciones, intercambios.

#### **3.2- Concepto de mercado turístico.**

El rubro económico que abarca a todas las compañías que realizan actividades comerciales brindando sus productos y servicios vinculados a los viajes, se lo conoce como mercado turístico. Este tipo de mercado tiene ofertas vinculadas al ocio, estudios, viajes por asuntos de negocios y por varios otros motivos.

#### **3.3- Objetivos del estudio de mercado.**

El presente estudio de mercado tiene como finalidad establecer ciertos datos estadísticos que nos será de gran utilidad como referencia para observar si las condiciones para la continuidad de este proyecto son aptas.

Entre los objetivos fundamentales a identificar mediante este estudio de mercado tenemos:

- Identificar la demanda insatisfecha.
- Identificar los gustos y preferencias de los turistas sobre el tipo de lugares que les gustaría conocer.

- Identificar las causas que los turistas consideran importantes para determinar el lugar a visitar.
- Identificar la aceptación de los habitantes pertenecientes a las clases media, media alta y alta del Distrito Metropolitano de Quito para visitar el Cantón Sucúa – Provincia de Morona Santiago.

### **3.4- Segmentación de mercado.**

“Consiste en dividir un mercado en grupos más pequeños distintos de compradores con bases en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos.” (Philip Kotler, Gary Armstrong – Fundamentos de marketing – Sexta edición)

Se realizara el siguiente proceso para realizar la segmentación de mercado:

- Conocer lo que necesita el consumidor
- Conocer cuáles son los ingresos de los consumidores

La segmentación de mercado se orienta hacia las personas de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto y económicamente activas.

El siguiente estudio de mercado permitirá conocer la demanda y la oferta del segmento de mercado anteriormente expuesto e identificara si el proyecto es viable.

#### **3.4.1- Variables para segmentar un mercado.**

Para el estudio siguiente se utilizara la variable demográfica.

“La segmentación demográfica divide al mercado en grupos, con base en variables demográficas como edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.” (Philip Kotler, Gary Armstrong – Fundamentos de marketing – Sexta edición)

Continuando con el presente estudio se ha decidido utilizar la categoría de ingresos de los consumidores, nuestro mercado objetivo será: los hogares que pertenezcan a los quintiles cuarto y quinto, que han sido identificados como los que tienen mayor ingreso y que el tamaño del hogar sea de tres habitantes o más.

### **3.5.- Análisis de la demanda.**

#### **3.5.1.- Concepto de la demanda.**

“La demanda se refiere al comportamiento de los compradores. Expresa una relación entre dos variables económicas; 1) El precio de un bien en particular y 2) la cantidad de ese bien que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, a ese precio durante un período específico si los demás factores permanecen constantes.”<sup>3</sup> (Universidad Nacional de Colombia – Cali - Colombia 2005)

“Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”<sup>4</sup> (Simón Andrade – Diccionario de Economía, Cordova - Argentina 2009)

En este proyecto la demanda está conformada por el número de habitantes que quieren visitar el Cantón Sucúa y aun no lo han hecho y se la analizara acorde a sus expectativas y a sus gustos.

#### **3.5.2.- Clases de demanda.**

Para realizar el presente proyecto necesitaremos las siguientes clases de demandas del mercado:

**Demanda Insatisfecha.-** Se presenta cuando la oferta no acapara todas las necesidades que los consumidores requieren.

**Demanda continua.-** se da cuando la demanda es proporcional al crecimiento poblacional.

**Demanda de bienes socialmente necesarios:** Son los productos o servicios que no influyen en el desarrollo de una sociedad.

### **3.6.- Metodología para cuantificar la demanda.**

Para continuar el estudio de mercado vamos a utilizar la técnica de investigación de campo, que se la va a realizar a través de encuestas, para esto se determinara el universo de nuestro mercado objetivo.

Al ser nuestra compañía una empresa de turismo nacional, enfocaremos nuestro estudio al mercado segmentado de la siguiente manera:

#### **Ubicación Geográfica:**

La empresa estará ubicada en la parroquia Iñaquito del Distrito Metropolitano de Quito con una sucursal en el Cantón Sucúa donde se guardaran los equipos y materiales para el turismo aventura y expediciones.

El estudio se realizara a transeúntes, personas que trabajan y moradores de este sector Norte de Quito.

#### **Demográficas:**

Género: Masculino y femenino

Edad: De 25 a 64 años

Nacionalidad: Ecuatorianos y Extranjeros

#### **Geográfica:**

Sector: Norte de Quito (La Kennedy, La Concepción, Mariscal Sucre, Jipijapa, Rumipamba, Iñaquito)

#### **Pictográficas:**

Clase social: Media y Media Alta y Alta

### **3.7.- Tamaño de la muestra.**

Para poder cuantificar la demanda, definir el tamaño de la muestra de mercado y obtener la desviación estándar del uso del servicio, se realizó una encuesta con preguntas relacionadas con el giro del negocio o naturaleza de la empresa.

Obtuvimos el perfil del consumidor con las encuestas, considerando las variables: geográficas, demográficas y pictográficas anteriormente expuestas.

Las encuestas se realizaron en oficinas, institutos, centros comerciales, universidades, a hombres y mujeres entre 25 y 64 años.

Para tener un dato que haga referencia al universo en estudio, se ha tomado en consideración el tamaño del universo dado por el Municipio Metropolitano de Quito es de 2'239.191 personas de las cuales 120.153 personas tienen entre 25 y 64 años según datos proporcionados por el INEC en el censo del año 2010, por lo tanto el universo de nuestro estudio es de 120.153 personas.

Se consideró un 95% de nivel de confianza que es equivalente a 1.96 de desviación estándar, 5 % de margen de error, 50% de probabilidad de éxito y 50% de probabilidad de fracaso.

### 3.7.1.- Cálculo del tamaño de la muestra.

Tomando en cuenta que el universo es finito, vamos a utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza de la investigación

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

N = Universo de estudio

e = Error estimado

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)(120153)}{(0.05)^2 (120153 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)} = 385 \text{ Encuestas}$$



### 3.7.2.- Análisis de las encuestas.

#### PREGUNTA 1

Tabla 2. ¿Gusta viajar por turismo?

PREGUNTA 1		
	CANTIDAD	PORCETAJE
SI	370	96%
NO	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 1)

#### Análisis del Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 1)

#### Conclusión:

En este gráfico se puede observar que el 96% de las personas a quienes realizamos la encuesta gusta viajar por turismo y el 4% no gusta viajar por turismo.

## PREGUNTA 2

Tabla 3. Capítulo 3 - ¿Con que frecuencia viaja usted por turismo al año?

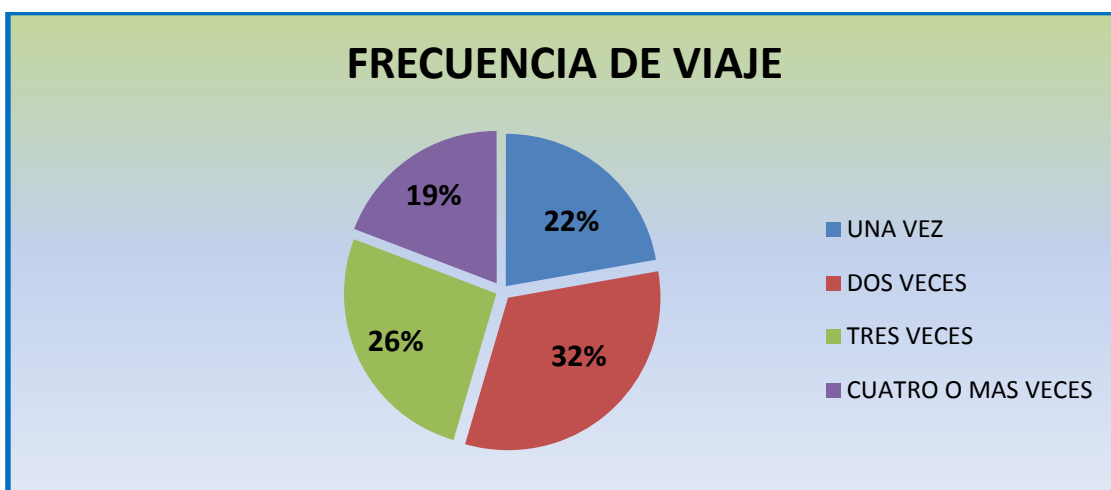
PREGUNTA 2		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
UNA VEZ	81	22%
DOS VECES	121	32%
TRES VECES	96	26%
CUATRO O MAS VECES	72	19%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 2)

### Análisis Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 2)

### Conclusión:

El gráfico refleja que el 22% de las personas a quienes se les realizó la encuesta viajan por turismo una vez al año, el 19% viaja dos veces al año, el 26% viaja tres veces al año y el 32% viaja cuatro o más veces al año.

### PREGUNTA 3

Tabla 4. - ¿Qué región visita con mayor frecuencia?

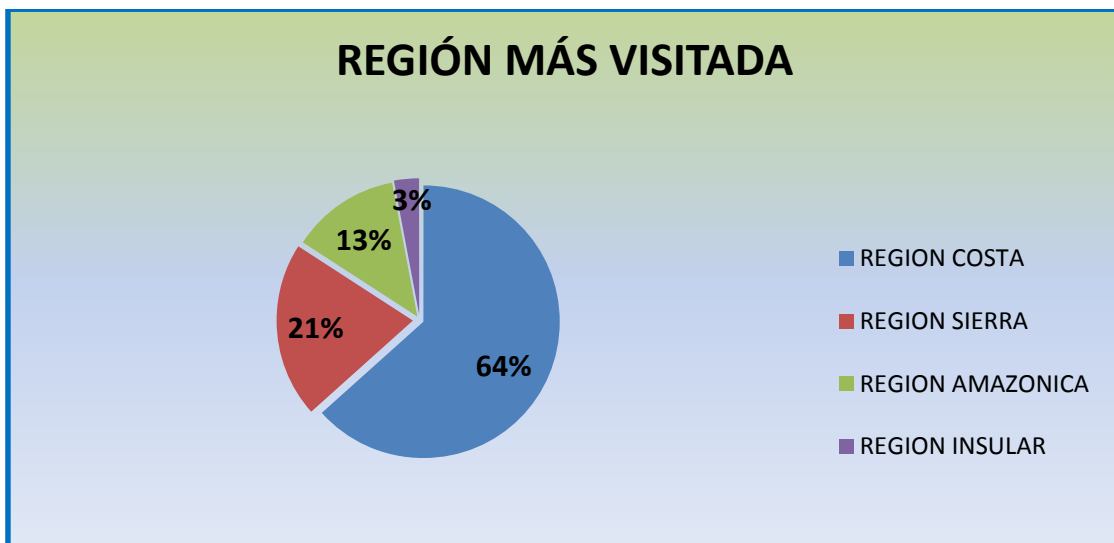
PREGUNTA 3		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
REGION COSTA	245	64%
REGION SIERRA	80	21%
REGION AMAZONICA	50	13%
REGION INSULAR	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 3)

#### Análisis Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 3)

#### Conclusión:

En este gráfico se puede ver que el 64% de las personas a quienes realizamos la encuesta prefieren viajar a la región costa, el 21% la región sierra, el 13% la región amazónica y el 3% la región insular.

## PREGUNTA 4

Tabla 5.- ¿Si no ha visitado la región amazónica, le gustaría visitarla por turismo?

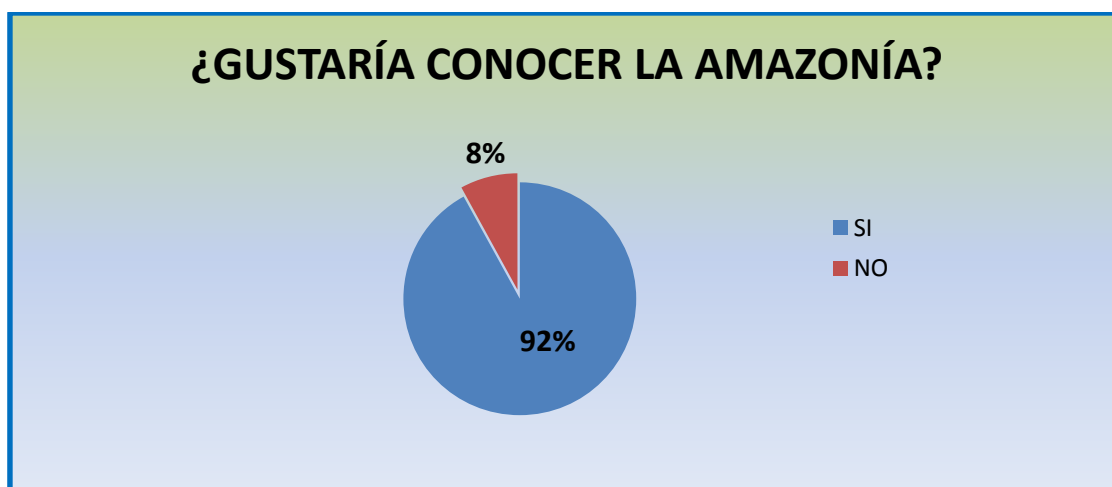
PREGUNTA 4		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	355	92%
NO	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 4)

### Análisis Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 4)

### Conclusión:

El gráfico indica que el 92% de las personas a quienes se realizó la encuesta estarían dispuestas a conocer la región amazónica y el 8% no estaría dispuesto.

## PREGUNTA 5

Tabla 6. -¿Estaría dispuesto a visitar en Cantón Sucúa?

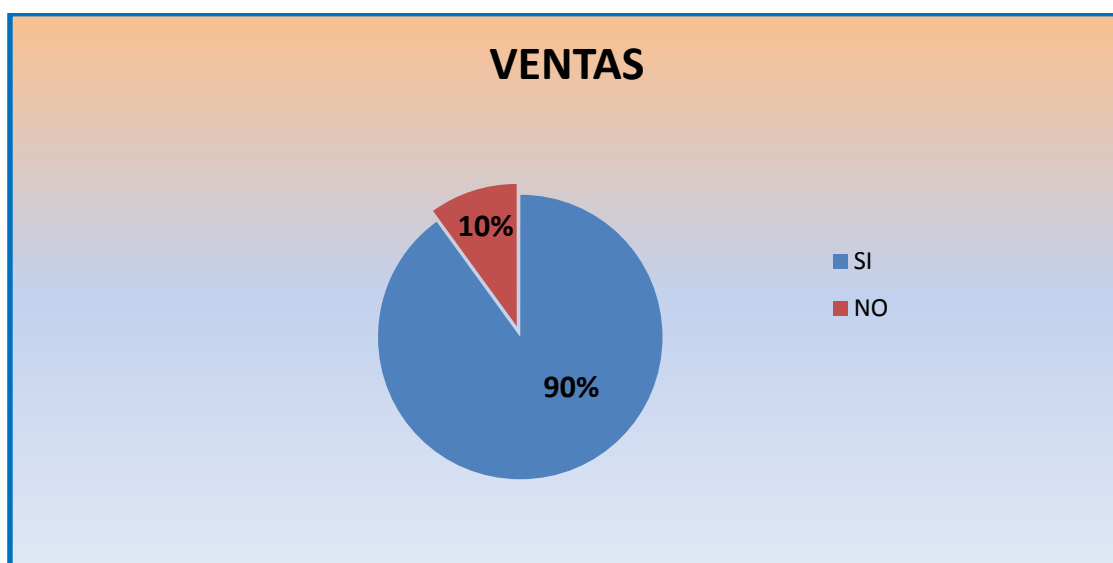
PREGUNTA 5		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	345	90%
NO	40	10%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 5)

### Análisis del Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 5)

### Conclusión:

El gráfico revela que el 90% de las personas a quienes realizamos la encuesta gustaría conocer el Cantón Sucúa y el 10% no, por lo que podemos aprovechar la favorable demanda reflejada en las encuestas.

## PREGUNTA 6

Tabla 7. Medios de difusión utilizados

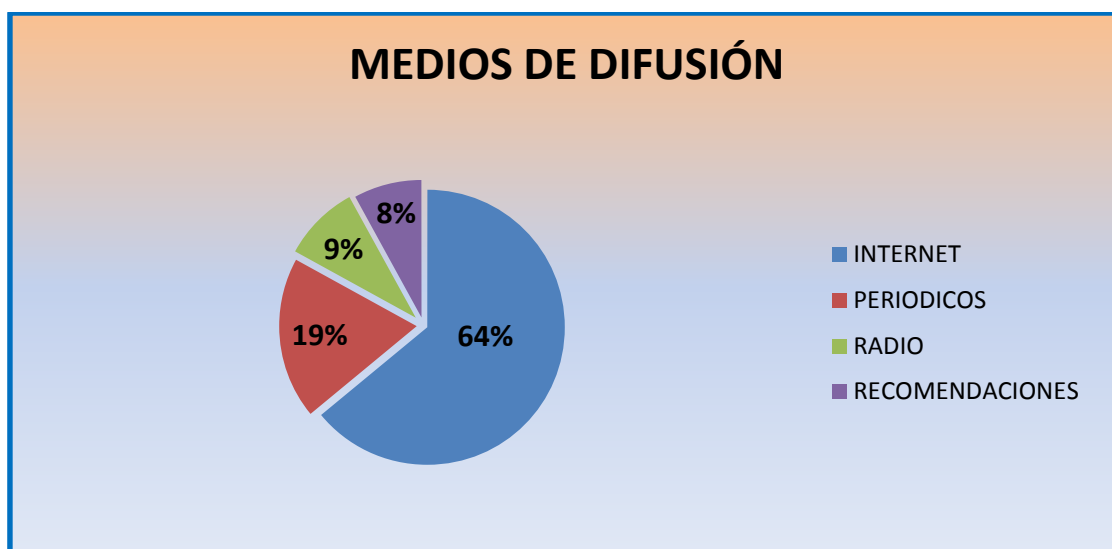
PREGUNTA 6		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
INTERNET	245	64%
PERIODICOS	75	19%
RADIO	35	9%
RECOMENDACIONES	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 6)

### Análisis Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 6)

### Conclusión:

Se puede ver en el gráfico que el 64% de las personas encuestadas se informan acerca de destinos turísticos a través del internet, el 19% a través de periódicos, el 9% a través de la radio y el 8% a través de recomendaciones por amigos, familiares.

## PREGUNTA 7

Tabla 8 . ¿Cuál sería su forma de financiamiento más opcionada?

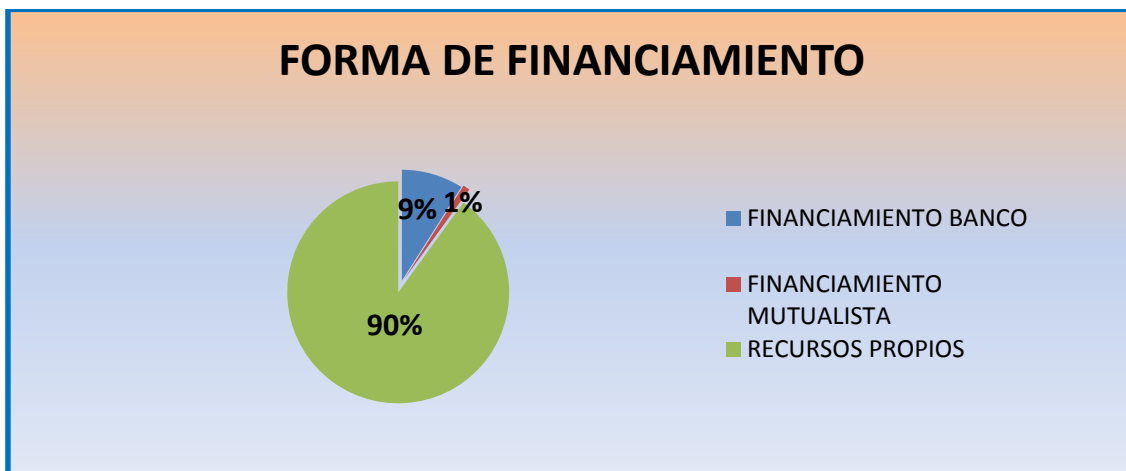
PREGUNTA 7		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
FINANCIAMIENTO BANCO	35	9%
FINANCIAMIENTO MUTUALISTA	5	1%
RECURSOS PROPIOS	345	90%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 7)

### Análisis Gráfico



Elaborado por: Diego Narváez

Fecha: 12 de Noviembre de 2014

Nota: Estudio de mercado (pregunta numero 7)

### Conclusión:

En el gráfico se observa que el 9% de las personas encuestadas se financiaran con un banco en caso de realizar turismo, el 1% se financiaría con una mutualista y el 90% a través de sus propios recursos.

### 3.8.- Cuantificación de la demanda.

Se han obtenido los siguientes resultados:

PREGUNTA N° 1 Personas que gustan viajar por turismo.

Variable	Población	Porcentaje	VALOR
Personas	120.153	96%	115.347

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 12 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: TOMADO DEL CENSO DE POBLACIÓN  
DEL INEC AÑO 2010

PREGUNTA N° 4 ¿Si no ha visitado la región amazónica, le gustaría visitarla por turismo?

Variable	Población	Porcentaje	VALOR
Personas	115.347	92%	106.120

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 12 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA TOMADO DEL CENSO DE POBLACIÓN  
DEL INEC AÑO 2010

PREGUNTA N° 5 ¿El Cantón Sucúa ubicado en la Provincia de Morona Santiago brinda productos y servicios tales como: Facilidad de acceso, tranquilidad, variedad gastronómica, lugares de diversión y relajamiento, clima variable, entre otros. ¿Estaría dispuesto a visitarlo?

Variable	Población	Porcentaje	VALOR
Personas	106.120	90%	95.508

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 12 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: TOMADO DEL CENSO DE POBLACIÓN  
DEL INEC AÑO 2010

POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA
Hogares	95.508

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 12 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: TOMADO DEL CENSO DE POBLACIÓN  
DEL INEC AÑO 2010.



Una vez concluido los cálculos se puede determinar que la demanda objetiva de este proyecto es de 95.508 personas.

A continuación se procederá a analizar la oferta que brindan las empresas dedicadas al turismo hacia el Cantón Sucúa a los habitantes del sector.

### **3.9.- Tipos de oferta.**

Oferta competitiva o de mercado libre.- En este tipo de oferta los servicios o productos se encuentran realizando libre competencia. En esta la participación en el mercado está sujeta al precio y la calidad del servicio o producto.

Oferta oligopólica.- En este tipo de oferta unos cuantos productores o prestadores de servicios manejan el mercado totalmente, son quienes determinan los precios en el mercado. Es complicado ingresar en este tipo de mercados.

Oferta Monopólica.- En este tipo de oferta quien maneja el mercado totalmente es solo un productor o prestador de servicios, es él quien impone el precio, cantidad o calidad del producto o servicio. Para que la oferta sea monopólica necesita un control mínimo del 90% del mercado.

La oferta que se aplica en nuestro caso es una oferta monopólica puesto que no existen otras compañías que realicen este tipo de actividad turística en el Cantón Sucúa.

#### **3.9.1.- Oferta actual de tours al Cantón Sucúa.**

En la actualidad en Quito existen varias compañías dedicadas a ofrecer tours a distintos lugares del país para visitar las diferentes regiones, sin embargo es importante mencionar que al día de hoy no existe una compañía que entre sus productos ofrezca tours en el que incluyan viajes a este cantón, razón por la cual no hay otro tipo de oferta que ofrezca este producto a los habitantes de la ciudad de Quito.

### 3.9.2.- Análisis de la oferta y la demanda.

En los últimos años se ha podido evidenciar que el desarrollo de la actividad turística en el Ecuador ha crecido con una velocidad vertiginosa, tal es el caso que el Ecuador cuenta con lugares turísticos muy concurridos por varios millones de habitantes de la población mundial y ciertos lugares del Ecuador han ganado premios muy importantes como mejores destinos turísticos del mundo.

Este acelerado crecimiento ha generado una importante fuente de ingresos para el país y para la población ubicada en estos destinos turísticos, por tal razón al tener un impresionante recurso natural el Cantón Sucúa ha realizado un arduo trabajo para promover el turismo en este lugar, puesto que tiene varios atractivos, productos y servicios que ofrecer.

**Tabla 9. Demanda Insatisfecha.**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
Hogares	95.508

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 14 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: TOMADO DEL CENSO DE POBLACIÓN DEL INEC AÑO 2010

“En la actualidad no se cuenta con información estadística oficial actualizada sobre el comportamiento vacacional de los ecuatorianos en calidad de turista o excursionista. La última investigación oficial sobre el turismo interno la hizo el MINTUR a raíz de la implementación del Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador (CSTE) conjuntamente con el SETE – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, que se realizó durante el periodo junio 2002- julio 2003 en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR). Igualmente, y reuniendo los resultados de entrevistas, resúmenes de informes y fuentes varias, se sintetiza el perfil del turismo interno de Ecuador.” (Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 del Ministerio de Turismo)

### 3.9.3.- Análisis Oferta – Demanda.

**Tabla 10. Proyección de la Participación de Mercado**

<b>Años</b>	<b>D. INSATISFECHA</b>	<b>% a cubrir</b>	<b>Oferta Proyecto</b>
1	95.508	2,00%	1.910
2	97.609	2,10%	2.050
3	99.756	2,21%	2.200
4	101.951	2,32%	2.360
5	104.194	2,43%	2.533
6	106.486	2,55%	2.718
7	108.829	2,68%	2.917
8	111.223	2,81%	3.130
9	113.670	2,95%	3.359
10	116.171	3,10%	3.604

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 15 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA POR AÑO

Este proyecto pretende comenzar cubriendo el 2% de la demanda insatisfecha, con un incremento constante del 5% anual. La demanda ha sido proyectada mediante la Tasa de Crecimiento Poblacional de Quito (2.2%), obtenida por datos del INEC.

### 3.10.- Análisis de precio.

Precio es la recompensa monetaria asignada a cambio de un bien o servicio en el cual hubo inversión de tiempo, costo, esfuerzo.

Es preciso realizar un análisis minucioso entre la oferta y la demanda para lograr una fijación de precios adecuada tomando en cuenta la calidad puesto que nos será de gran importancia para conseguir posicionar nuestro servicio.

### 3.11.- Sistema de comercialización.

Una de las principales ventajas de esta empresa es el sistema de comercialización porque mediante agentes turísticos propios de la empresa pondrán a disposición toda la

información y asesoramiento necesario a los clientes y darán a conocer las ventajas que los clientes obtendrían visitando el Cantón Sucúa y todos sus destinos turísticos.

### **3.12.- Canales de distribución.**

“Un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial” (Simón Andrade – Diccionario de Economía, Cordova - Argentina 2009)

De este párrafo se concluye que los canales de distribución son los conductos por los cuales se transferirá el producto o servicio desde quien fabrica el producto o presta el servicio hasta el consumidor final. Este proyecto realizara la función de ofrecer sus servicios al consumidor final, de esta manera, el canal de distribución a utilizarse será el que va desde la empresa de servicio hasta el consumidor final.

El objetivo es que la propia empresa sea quien ofrezca los paquetes turísticos y no un intermediario sin conexión con la empresa.

### **3.13.- Estrategias de mercado.**

Para posicionar a la empresa turística en el mercado se utilizaran las estrategias siguientes:

- Crear una página web con información detallada y actualizada de todos los destinos turísticos que existen en el Cantón Sucúa donde se muestre todos los servicios con que cuenta y puede ofrecer a los diferentes tipos de turistas.
- Idear trípticos con información del Cantón Sucúa, y también detallar un cronograma de actividades a realizarse durante el año.
- Elaborar un convenio con hoteles del Cantón Sucúa para que ellos promocionen a la empresa y viceversa.
- Visitar Universidades e Institutos, ofreciéndoles atractivos paquetes por su precio y calidad de servicio.

### 3.14.- Mix de marketing.

Figura 13. Mix de Marketing

<b>SERVICIO</b>	<b>PLAZA</b>	<b>PROMOCION</b>	<b>PRECIO</b>
Calidad	Canales	Publicidad	Descuentos
Diseño	Cobertura	Relaciones Públicas	Concesiones
Características	Ubicación	Promoción en ventas	Periodo de pago
Garantías	Logística	Ventas Personales	Condiciones de crédito
		Convenios	

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 15 DE NOVIEMBRE DE 2014  
NOTA: MIX DE MARKETING DE LA EMPRESA

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

Para el estudio de técnico se demostrará la factibilidad técnica, poniendo en claro las operaciones técnicas más eficaces y eficientes mediante la óptima utilización de recursos que disponemos para la elaboración de los bienes y servicios.

Se estudia todo lo que tenga relación con la operatividad de la empresa turística.

El objetivo principal de esta fase será determinar su estrategia, localización, tamaño de la empresa, equipos, instalaciones.

**4.1.-Localización.-**La empresa turística estará ubicada en el Cantón Quito, Parroquia Ñaquito, el tipo de predio es urbano y de gran comercio por lo que el municipio permite realizar actividades con fines comerciales.

**Figura 14. Ubicación Matriz.**



ELABORADO POR: DIEGO NARVAEZ

FECHA: 20 DE NOVIEMBRE DE 2014

NOTA: TOMADO DE GOOGLE MAPS, <https://www.google.es/maps/place/La+Carolina,+Quito,+Ecuador/@-0.1756083,-78.4848029,15z/data=!4m2!3m1!1s0x91d59a7ce9ba8755:0x755f2bd0d36e70a7>

La sucursal de bodegaje estará ubicada en la Provincia de Morona Santiago, Cantón Sucúa, el tipo de predio es urbano, sin embargo esta en el área comercial según el Municipio de Sucúa, por lo cual se permite utilizar el espacio con fines comerciales.

**Figura 15. Ubicación Sucursal.**



ELABORADO POR: DIEGO NARVAEZ

FECHA: 20 DE NOVIEMBRE DE 2014

NOTA: TOMADO DE GOOGLE MAPS, <https://www.google.es/maps/place/Suc%C3%BAa,+Ecuador/@-2.4561587,-78.1729388,18z/data=!4m2!3m1!1s0x91cdf6ec4ec0ed79:0x32424d842480941f>

**4.2.-Accesibilidad.-** Gracias a la implementación de excelentes carreteras en varias partes del Oriente ecuatoriano, Morona Santiago posee unas formidables carreteras porque hoy en día en tan solo 6 horas se puede trasladar desde Quito hasta Sucúa y en 6 horas con 30 minutos desde Guayaquil hasta Sucúa.

- **En transporte privado.-** DIEGUILAIKI S.A dispondrá inicialmente de 2 furgonetas que realizarán el recorrido desde la oficina central en Quito hasta la sucursal en Sucúa para todos los clientes que estén dispuestos a pagar la tarifa adicional de transporte.
- **En transporte Público.-** Desde Quito la única cooperativa de transporte público que se dirige directamente hasta Sucúa es “San Francisco”, indirectamente existen otras cooperativas que van hacia Macas como la Cooperativa “Baños”, entre otras, desde Macas hasta Sucúa son aproximadamente 20 minutos. Estos buses se los puede tomar directamente desde el terminal Quitumbe en Quito.

**Tabla 11.- Frecuencia de Transporte Terrestre**

TRANSPORTE TERRESTRE			
COOPERATIVA	DESDE	HASTA	FRECUENCIA
San Francisco	Quito	Sucúa	2 veces x día
Baños	Quito	Macas	4 veces x día

ELABORADO POR: DIEGO NARVAEZ

FECHA: 20 DE NOVIEMBRE DE 2014

NOTA: FRECUENCIA DE VIAJE COOPERATIVAS ORIENTALES

Las cooperativas de transporte público no brindan información apropiada, lo cual representa una oportunidad para nuestra empresa porque se puede desarrollar una ventaja competitiva proporcionando información adecuada sobre cómo llegar a DIEGUILAIKI S.A, en español, inglés y francés, que será publicada en nuestra página WEB y en nuestra vitrina informativa.

- **Rutas Aéreas.-** Desde Quito es posible tomar un vuelo a Macas porque es la única ciudad con aeropuerto habilitado en la provincia.

Las aerolíneas que realizan estos viajes son “Tame” y “Aerogal”, el tiempo de vuelo es de 30 minutos aproximadamente.

- **ESTUDIO ARQUITECTONICO.**

La infraestructura de la empresa empleara construcción mixta de elementos naturales y ecológicos con hormigón armado que es indispensable para una buena infraestructura.

### **4.3.- Equipamiento.**

Se debe tomar en cuenta la calidad del producto, tiempo de entrega, precio y opciones de pago y por esto hay que elegir al proveedor que mejor cumpla con estos requerimientos.

También es de vital importancia mantener una buena relación con los proveedores ya que de esto dependerá el buen funcionamiento de la empresa.



#### **4.4.- Ciclo de Operaciones y Diagrama de Flujo de procesos.**

##### **Promoción de paquetes turísticos:**

- Publicidad
  - Relaciones Públicas
  - Convenios
- Actividad permanente (365 días al año) – Resp. Agentes de ventas.*

##### **Venta de paquetes turístico:**

- Transacciones
- Actividad permanente (365 días al año) – Resp. Agentes de ventas.*

##### **Planificación y coordinación:**

- Manejo de tiempos.
  - Lugares.
- Actividad constante previo al tour – Resp. Gerente General*

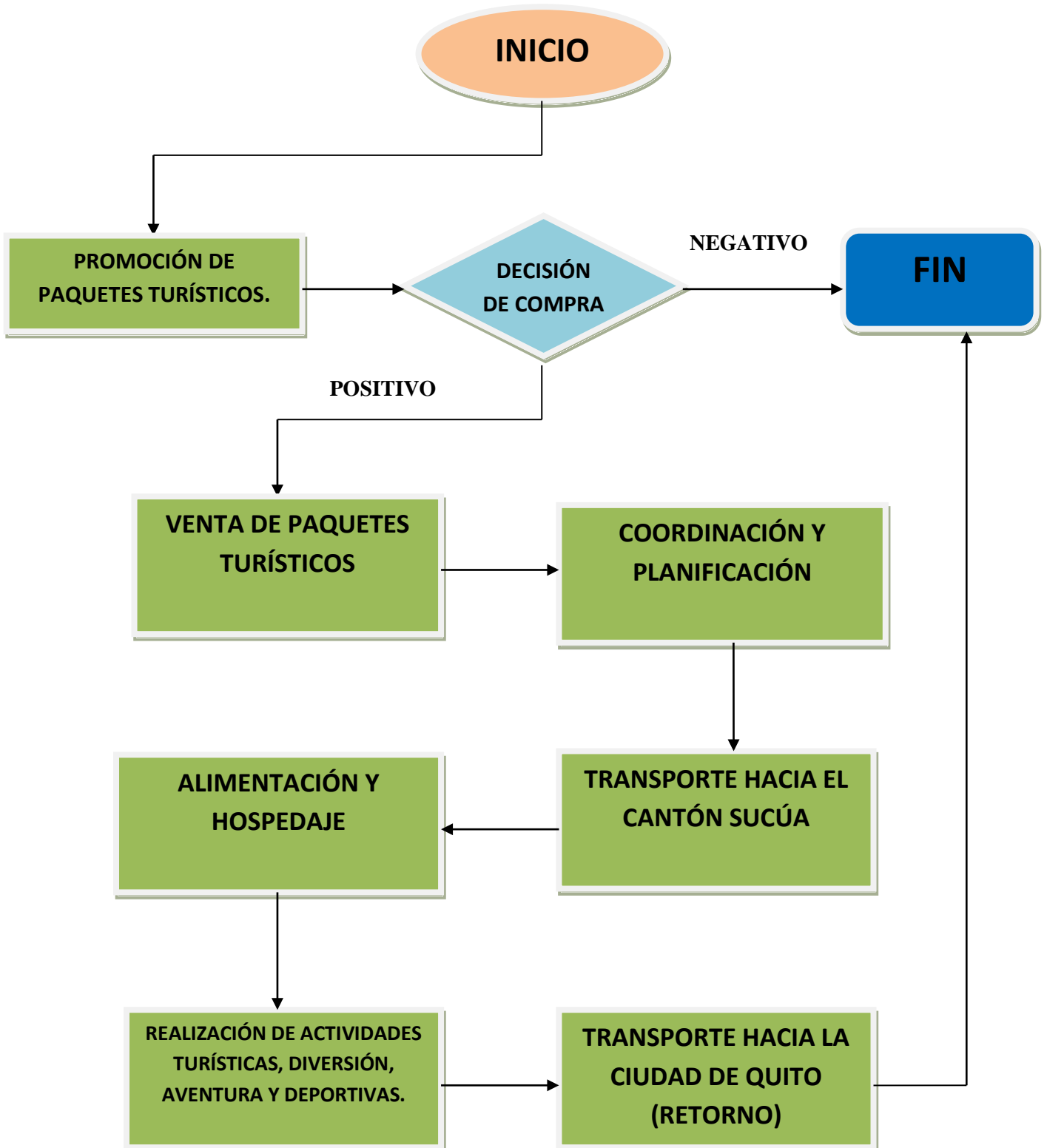
##### **Logística**

- Transporte
  - Alimentación
  - Hospedaje
- Actividad a realizarse antes, durante y después del tour . Resp. Guías turísticos y Conductores.*

##### **Actividades Turísticas**

- Deportes (Aventura y tradicionales)
  - Expediciones
  - Relajamiento
  - Entretenimiento
- Actividades principales brindadas en la duración del tour. Resp. Guías turísticos.*

Diagrama de Flujo de Procesos



Nota: Diagrama de flujo de los procesos de la empresa  
Elaborado por: Diego Narváez  
Fecha: 15de Diciembre del 2014

#### **4.5.- Buenas prácticas del turismo sostenible.**

Como parte de la retroalimentación, un enfoque importante para la empresa será implementar constantemente buenas prácticas de Turismo Sostenible dentro de las políticas internas de la empresa con el objetivo de aportar a la conservación, mejora, preservación del medio ambiente amazónico.

- **Definición de Turismo Sostenible.**

Como lo establece la OMT, el turismo sostenible debe ser considerado desde los aspectos: medioambiental, económico y sociocultural, buscando el equilibrio entre dichas dimensiones, satisfaciendo las necesidades de los turistas como de las regiones receptoras, sin poner en riesgo los recursos medioambientales, respetando la autenticidad sociocultural, tradiciones y costumbres de dichas regiones y velando por la estabilidad económica a largo plazo. Es decir, el turismo sostenible busca dar un correcto uso a los recursos tanto naturales como culturales, ayudando a conservarlos y mantenerlos en el tiempo; promueve el respeto a las diferentes formas socioculturales y sus manifestaciones; como también busca asegurar fuentes de empleo, de ingresos y que sobre todo las actividades económicas desarrolladas perduren a largo plazo mejorando así la economía de las comunidades y reduciendo la pobreza, sin dejar de lado la satisfacción de los turistas y más bien enfocándolos esfuerzos a concientizar al turista y fomentar prácticas de turismo sostenible.(OMT, Manual general, s,f, párr. 2,5).

- **Conservación del Medio Ambiente.**

En el Cantón Sucúa existen varias áreas protegidas como son “La Piedra del Mono”, “Las cuevas de Arutham” entre otros, por lo cual la nuestra empresa contribuiría con información adecuada sobre las áreas protegidas y promoverá el turismo para estas, como parte del un programa de cooperación.

“Las áreas protegidas cumplen numerosas funciones para la protección y conservación del medio ambiente y de la biodiversidad.

La oferta de prácticamente cualquier empresa turística se fortalece al tener atractivos naturales cercanos manejados en forma adecuada.

Asimismo, el apoyo a la conservación puede reducir los riesgos de futuros problemas ambientales y preservar la calidad del destino” (Rainforest Alliance, 2005, p.33).

Nuestro equipo de trabajo cumplirá con una limpieza semanal de los sitios ecológicos donde se realizaran las expediciones y el turismo aventura.

El reciclaje es parte fundamental en nuestro proceso de conservación del medio ambiente por lo que trataremos de cultivar esta cultura en todos nuestros clientes.

“Reciclar, significa tomar un producto que ya cumplió su utilidad, su objetivo y considerarlo como materia prima para nuevos bienes materiales, ya sea con el mismo uso o con otro fin” (Rainforest Alliance, 2005, p.39).

- Se proveerá de basureros para materia orgánica, vidrio, papel-cartón, plástico en todos los lugares donde realicemos nuestras actividades turísticas.
- Reutilizaremos envases reciclables
- Se evitara la compra de productos desechables

#### **4.6.- Aporte Socio Cultural.**

“Toda empresa sostenible debe, necesariamente, considerar y ser parte integral de su entorno social, respetando y apoyando los procesos de desarrollo de las comunidades vecinas, dentro estos aspectos, es importante el apoyo que se pueda dar a las organizaciones comunales que velan por el bienestar de las mismas” (Rainforest Alliance, 2005, p.60).

Nuestro apoyo se enfocara en las actividades del Cantón Sucúa como son las fiestas de fundación, fiestas tradicionales, elecciones de Reyna, etc.

Instalaremos carteles y pancartas en nuestro establecimiento donde estará detallada toda la información de dichos eventos culturales. También imprimiremos volantes informativos para nuestros clientes.

#### **4.7.-Desarrollo Social.**

Como parte de la responsabilidad social de nuestra empresa, se atenderá algunas necesidades de los habitantes del Cantón Sucúa, entre las más importantes será la preservación de sus recursos humanos, naturales y culturales.

La contratación de mano de obra local será uno de los propósitos como aporte al desarrollo social de la comunidad.

Como parte del desarrollo social y fomentación del turismo en Sucúa, se incentivará a los clientes a visitar los lugares comerciales de la comunidad donde venden artesanías hechas por la gente local, para esto exhibiremos ciertos productos en las vitrinas informativas de del establecimiento.

## CAPITULO V

### 5.- INVERSIONES DEL PROYECTO

Se trata de la aplicación de todos los recursos financieros para obtener todos los instrumentos que se necesitan para poner en funcionamiento el proyecto y cumplir con el objetivo operacional.

Es necesario revisar los capítulos anteriores para poder determinar el valor de inversión que requiere nuestro proyecto.

#### 5.1.- Activos fijos.

Son bienes materiales que posee la empresa, son utilizados para la producción de un bien o la prestación de un servicio sin el propósito de comercializarlos.

**Tabla 12. Activos Fijos de la Planta.**

DESCRIPCION	VALOR
Terreno	\$61.812,00
Edificio	\$54.855,60
Herramientas	\$2.501,04
Vehículos	\$109.548,00
Muebles y Enseres	\$3.297,15
Equipos de Oficina	\$1.178,10
Equipos de Computación	\$5.273,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$238.465,29</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014  
NOTA: DETALLE DE BIENES PARA EL NEGOCIO

### 5.1.1.- Terreno.

Es el espacio físico donde se va a establecer nuestra oficina y también nuestra sucursal.

Nuestro proyecto constara con dos oficinas, la oficina matriz estará ubicada en la parroquia Iñaquito del Cantón Quito y nuestra sucursal estará ubicada en el Cantón Sucúa.

El área de terreno requerido para la instalación de la oficina matriz ubicada en el Cantón Quito será de 200 m2 y con todos los servicios necesarios.

**Tabla 13. Terreno Oficina Matriz (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	m2	200	\$195	\$39.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$39.000,00
Imprevisto 2%				\$780,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$39.780,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014  
NOTA: CORRESPONDE AL TERRENO DONDE SE UBICARÁ LA OFICINA EN QUITO

El Área de terreno requerida para la instalación de la oficina sucursal ubicada en el Cantón Sucúa será de 180 m2 y también contara con todos los servicios.

**Tabla 14. Terreno Oficina Sucursal (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	m2	180	\$120	\$21.600,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$21.600,00
Imprevisto 2%				\$432,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$22.032,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014  
NOTA: CORRESPONDE AL TERRENO DONDE SE UBICARÁ LA SUCURSAL EN SUCÚA

### 5.1.2.- Edificaciones.

Para el óptimo funcionamiento de esta empresa Turística se requiere de dos edificaciones: la primera consta de una agencia de 170 m2 de construcción (90 m2 en la planta baja y 80 m2 en el mezzanine), la misma que estará conformada por un área de estar, baño, y 4 módulos divididos.

La segunda edificación es una agencia y bodega de 140 m2 en donde se dará atención al cliente y donde se almacenaran los equipos para realizar las expediciones, maquinaria, herramientas.

**Tabla 15. Edificaciones (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Oficina	m2	170	\$220	\$37.400,00
Bodega	m2	140	\$117	\$16.380,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$53.780,00</b>
Imprevistos 2%				\$1.075,60
<b>TOTAL</b>				<b>\$54.855,60</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: ES LA EDIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A LAS OFICINAS DE LA EMPRESA

### 5.1.3.- Vehículos.

Para este proyecto son de vital importancia ya que el traslado de los clientes depende de estos vehículos y también para el traslado de los equipos necesarios para los distintos tipos de expedición.

La empresa comprara una camioneta TOYOTA HILUX NP400 C/D 4x4 gasolina 6.6 16V, y dos furgonetas **Hyundai H100, combustible a Diesel y De 15 Pasajeros** de capacidad cada una.



**Tabla 16. Vehículos (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camioneta	Unidades	1,00	\$29.880,00	\$29.880,00
Furgoneta	Unidades	2,00	\$38.760,00	\$77.520,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$107.400,00</b>
Imprevistos 2%				\$2.148,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$109.548,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: SON LOS VEHICULOS QUE ADQUIRIRÁ LA EMPRESA PARA EL TRABAJO.

#### 5.1.4.- Herramientas.

Las herramientas son todos aquellos instrumentos que ayudaran a que todas las operaciones realizadas por nuestra empresa se lleven a cabo exitosamente rápida y eficazmente.

**Tabla 17. Herramientas.**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Piola	Unidades	3,00	\$4,00	\$12,00
Cuerdas	Unidades	5,00	\$24,00	\$120,00
Ganchos	Unidades	22,00	\$6,00	\$132,00
Chalecos Flotantes	Unidades	12,00	\$18,00	\$216,00
Botes	Unidades	2,00	\$320,00	\$640,00
Remos	Unidades	12,00	\$26,00	\$312,00
Navaja	Unidades	6,00	\$12,00	\$72,00
Pinzas	Unidades	2,00	\$4,00	\$8,00
Cascos	Unidades	12,00	\$11,00	\$132,00
Guantes	Unidades	12,00	\$8,00	\$96,00
Palas	Unidades	2,00	\$6,00	\$12,00
Intercomunicadores	Unidades	4,00	\$64,00	\$256,00
Linternas	Unidades	4,00	\$33,00	\$132,00
HeadSets	Unidades	4,00	\$26,00	\$104,00
Tirantes de Presion	Unidades	6,00	\$24,00	\$144,00
Cables de 1,75 mm	Unidades	8,00	\$8,00	\$64,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$2.452,00</b>
Imprevistos 2%				\$49,04
<b>TOTAL</b>				<b>\$2.501,04</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: SON LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA BRINDAR LOS DIFERENTES SERVICIOS A LOS TURISTAS

### 5.1.5.- Muebles y enseres.

Son Los bienes que se utilizaran principalmente en el área administrativa y ventas como por ejemplo: mesa, escritorios, libreros, archivadores, sillas, mesones, etc.

**Tabla 18. Muebles y Enseres.**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	Unidades	4,00	\$190,00	\$760,00
Sillas	Unidades	6,00	\$85,00	\$510,00
Sillones	Unidades	1,00	\$830,00	\$830,00
Mesa de Computadora	Unidades	5,00	\$85,00	\$425,00
Archivadores aéreos	Unidades	5,00	\$68,00	\$340,00
Archivadores de piso	Unidades	5,00	\$73,50	\$367,50
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$3.232,50</b>
Imprevistos 2%				\$64,65
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.297,15</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CORRESPONDE AL MOBILIARIO DE LAS OFICINAS DE LA EMPRESA

### 5.1.6.- Equipos de oficina.

Comprenden todos los instrumentos o aparatos que tienen como función organizar, facilitar, comunicar, calcular, etc., en las actividades diarias de una empresa.

**Tabla 19. Equipos de Oficina (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono	Unidades	5,00	\$78,00	\$390,00
Calculadora	Unidades	5,00	\$25,00	\$125,00
Fax	Unidades	5,00	\$35,00	\$175,00
Facturadora	Unidades	5,00	\$93,00	\$465,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$1.155,00</b>
Imprevistos 2%				\$23,10
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.178,10</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: SON LOS EQUIPOS BÁSICOS DE TRABAJO EN LAS OFICINAS

### 5.1.7.- Equipos de computación.

Los equipos de computación son los aparatos electrónicos que contienen sistemas operativos y con los cuales podemos hacer nuestro trabajo mucho más fácil, sobretodo en el área administrativa.

**Tabla 20. Equipos de Computación (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	Unidades	5,00	\$890,00	\$4.450,00
Impresora	Unidades	5,00	1\$44,00	\$720,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$5.170,00</b>
Imprevistos				\$103,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$5.273,40</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: SON LOS EQUIPOS DE COMPUTACIÓN CON LOS QUE CONTARÁ LA EMPRESA.

### 5.2.- Activos diferidos.

Se comprende por Activos Diferidos a los gastos de constitución y gastos de investigación que la empresa obligadamente tiene que realizar y su beneficio será reflejado a futuro.

Gasto de Constitución.- Es el gasto que se realiza para poder constituir la empresa de forma legal bajo las leyes que impone la Súper Intendencia de Compañías.

Gasto de Investigación.- Es el gasto que realiza la empresa para determinar la viabilidad y factibilidad de nuestra empresa y también de la recuperación de la inversión.

**Tabla 21. Activos Diferidos (USD).**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estudio de Factibilidad	Unidades	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Constitución de la empresa	Unidades	1	\$750,00	\$750,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$1.950,00</b>
Imprevistos 2%				\$39,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.989,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: SON LOS ACTIVOS INTANGIBLES NECESARIOS PARA CREAR LA EMPRESA

### 5.3.-Capital de trabajo.

Es el capital adicional que todas las empresas deben poseer enfocado al funcionamiento desde el comienzo de operaciones y en su permanencia.

Para la primera producción o prestación del servicio se requiere de un financiamiento adicional para que de esta manera luego se obtenga ingresos.

Es Capital de Trabajo se emplea únicamente para el financiamiento de la operación en el negocio.

Para nuestro proyecto constaremos con dos capitales de trabajo, el primero es el que llevara a cabo la implementación de la planta y lo representaremos de la siguiente forma:

**Tabla 22. Capital de trabajo (USD).**

DESCRIPCION	
Costos directos	\$40.984,06
Gastos administrativos	\$3.958,62
Gastos de ventas	\$4.121,20
Mantenimiento	\$400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$49.463,88</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

El Capital de Trabajo será necesario aproximadamente por 2 meses, ya que 1 mes aproximadamente sería lo que tardaría nuestra empresa en captar darse a conocer y cuatro semanas más hasta realizar las primeras expediciones y obtener ingresos de estas.

### 5.4.- Financiamiento del proyecto.

Aplicaremos un crédito directo con la CFN (Corporación Financiera Nacional) para financiar el presente proyecto, con la participación de la banca privada y el Banco Nacional del Fomento.

La Corporación Financiera Nacional entrega este fondo de recursos a personas naturales y jurídicas, ya que es una entidad del estado y brinda soporte financiero a personas naturales

o jurídicas legalmente constituidas, para que de esta manera puedan realizar sus emprendimientos.

- **CREDITO DIRECTO.**

Es el crédito ideal para los requerimientos de nuestro proyecto. A continuación revisaremos qué características tiene este tipo de crédito brindado por la Corporación Financiera Nacional:

### 5.5.- Estructura del financiamiento.

Para poner en marcha nuestro proyecto necesitaremos de inversiones de terceros y del capital propio de nuestra empresa, el cual será aportado por los accionistas y que requiere complementación de otros recursos para obtener el capital total y poner en funcionamiento la empresa.

**Tabla 23. Financiamiento del Proyecto.**

RECURSOS PROPIOS

SOCIOS	APORTE	PORCENTAJE	APORTE
Diego Narváz Castillo	\$56.809,28	40	49%
Jorge Coronel Gavar	\$42.606,96	30	
Tony Delgado Guapo	\$42.606,96	30	
TOTAL	\$142.023,20	100	

RECURSOS TERCEROS

TERCEROS	APORTE	PORCENTAJE	APORTE
CFN	\$147.894,97	100	51%

RECURSOS TOTALES

DIEGUILAIKI S.A.	\$289.918,17	100	100%
------------------	--------------	-----	------

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
 NOTA: RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVERSION

Lo aportado por los socios de la empresa es 142.023,21 dólares americanos y esto comprende un 49% del total requerido para la elaboración de este proyecto. Este valor es denominado como capital propio.

Lo aportado por terceros es de 147.894,97 dólares americanos y esto comprende un 51% del total requerido para la elaboración de este proyecto. Este valor es denominado como capital prestado.

## 5.6.- Cuadro de fuentes y usos de fondos.

Este cuadro nos indicara la distribución del capital de nuestra empresa y reflejara el capital propio y el capital ajeno.

**Tabla 24. Fuentes y Usos de Fondos (USD).**

FUENTES Y USOS DE FONDOS					
	Capital Propio			\$142.023,20	
	Capital Prestado			\$147.894,97	
	Inversión Total			\$289.918,17	
CONCEPTO	VALOR	CAPITAL PROPIO		CAPITAL PRESTADO	
	TOTAL	VALOR	PORCENTAJE	VALOR	PORCENTAJE
REQUERIMIENTOS DE LA EMPRESA					
<b>Activos Fijos</b>					
Terrenos	\$61.812,00	0,00	0%	\$61.812,00	100%
Edificaciones	\$54.855,60	0,00	0%	\$54.855,60	100%
Herramientas	\$2.501,04	\$2.501,04	100%	0,00	0%
Vehículos	\$109.548,00	\$78.320,63	71%	\$31.227,37	29%
Muebles y Enseres	\$3.297,15	\$3.297,15	100%	0,00	0%
Equip. De oficina	\$1.178,10	\$1.178,10	100%	0,00	0%
Equip. De computac	\$5.273,40	\$5.273,40	100%	0,00	0%
<b>Activos Diferidos</b>	\$1.989,00	\$1.989,00	100%	0,00	0%
<b>Capital de trabajo</b>	\$49.463,88	\$49.463,88	100%	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>\$289.918,17</b>	<b>\$142.023,20</b>	<b>49%</b>	<b>\$147.894,97</b>	<b>51%</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CUADRO EXPLICATIVO DEL USO DE LOS FONDOS

## 5.7.- Amortización.

El crédito realizado por la empresa será cubierto o pagado en un tiempo de 10 años, el pago se hará semestralmente y con una tasa de interés del 11% anual.

### TABLA DE AMORTIZACIÓN POR EL MÉTODO DE DIVIDENDO FIJO.

$$\begin{aligned} \text{FÓRMULA} = K &= \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right] \\ &= 147.894,97 \left[ \frac{0.055(1+0.055)^{20}}{(1+0.055)^{20} - 1} \right] \\ &= 12.375,75 \end{aligned}$$

**Tabla 25. Datos**

Monto:	147.894,97	Plazo:	10 años
Interés:	11% anual	5,50%	semestre
Cuota:	\$12.375,75		

El monto es de 147.894.97 USD con una tasa de interés anual del 11% (5.50% semestral) a 10 años plazo (20 semestres), dándonos una cuota fija de 12.375,75 USD.

**Tabla 26. Tabla de amortización.**

PERÍODOS	SALDO	AMORTIZACION	INTERÉS	CUOTAS
	CAPITAL	CAPITAL	0,055	
0	\$147.894,97			
1	\$143.653,44	\$4.241,53	\$8.134,22	\$12.375,75
2	\$139.178,63	\$4.474,81	\$7.900,94	\$12.375,75
3	\$134.457,70	\$4.720,93	\$7.654,82	\$12.375,75
4	\$129.477,12	\$4.980,58	\$7.395,17	\$12.375,75
5	\$124.222,61	\$5.254,51	\$7.121,24	\$12.375,75
6	\$118.679,10	\$5.543,51	\$6.832,24	\$12.375,75
7	\$112.830,70	\$5.848,40	\$6.527,35	\$12.375,75
8	\$106.660,64	\$6.170,06	\$6.205,69	\$12.375,75
9	\$100.151,22	\$6.509,42	\$5.866,34	\$12.375,75
10	\$93.283,79	\$6.867,43	\$5.508,32	\$12.375,75
11	\$86.038,64	\$7.245,14	\$5.130,61	\$12.375,75
12	\$78.395,02	\$7.643,63	\$4.732,13	\$12.375,75
13	\$70.330,99	\$8.064,03	\$4.311,73	\$12.375,75
14	\$61.823,44	\$8.507,55	\$3.868,20	\$12.375,75
15	\$52.847,98	\$8.975,46	\$3.400,29	\$12.375,75
16	\$43.378,87	\$9.469,11	\$2.906,64	\$12.375,75
17	\$33.388,95	\$9.989,91	\$2.385,84	\$12.375,75
18	\$22.849,59	\$10.539,36	\$1.836,39	\$12.375,75
19	\$11.730,57	\$11.119,02	\$1.256,73	\$12.375,75
20	0,00	\$11.730,57	\$645,18	\$12.375,75
<b>TOTAL</b>		<b>\$147.894,97</b>	<b>\$99.620,07</b>	<b>\$\$247.515,04</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS



## 5.8.- Costos y gastos.

El contenido del paquete por concepto de servicio turístico a su vez representa un costo para la empresa por cada uno de los sub servicios que entregará a sus clientes.

**Tabla 27. Costo de Servicios (USD).**

SERVICIO	DIA 1	DIA 2	DIA 3	SUBTOTAL	TOTAL
TRANSPORTE	\$ 7.50		\$ 7.50	\$ 15,00	\$ 15,00
HOSPEDAJE	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 54,00	\$ 54,00
ALIMENTACIÓN					\$ 45,00
Desayuno	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 9,00	
Almuerzo	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 18,00	
Merienda	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 18,00	
DEPORTES		\$ 4,00		\$ 4,00	\$ 4,00
EXCURSIONES	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00
DIVERSIÓN	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 138,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

Transporte.- Este servicio se requerirá a terceros para el traslado de turistas desde Quito hacia el cantón Sucúa y viceversa, tanto al inicio del tour como al final.

Hospedaje.- Este servicio se lo brindará mediante convenio con hoteles ubicados en el cantón Sucúa por 3 días y 2 noches.

Alimentación.- Se brindará opciones de desayunos cada día y opciones de platos a la carta en el almuerzo y en la merienda.

Deportes.- Se pondrá a disposición diferentes tipos de deportes, los deportes de aventura como el rafting, climbing, trekking, etc., como los tradicionales: fútbol, volleyball, basketball, tennis, etc.

Excursiones.- Se brindará el servicio de guía por los distintos senderos turísticos que ofrece la amazonía ecuatoriana.

Diversión.- Para las noches se ofrecerá diversos tipos de eventos en los que nuestros turistas podrán disfrutar de la música, cantar, bailar, etc.

## 5.9.- Gastos administrativos y ventas.

Para llevar una adecuada organización en todos los procesos de la empresa, es necesario realizar gastos que son indispensables para la ejecución de estos procesos.

**Gastos de oficina**.- Son aquellos artículos básicos y necesarios para las actividades administrativas, como por ejemplo: papel, plumas, clips, carpetas, grapadoras, perforadoras, etc.

**Tabla 28. Gastos de Oficina (USD).**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Papelería y accesorios de oficina	\$ 70,00
Artículos de limpieza	\$ 30,00
SUBTOTAL	\$ 100,00
Imprevistos 2%	\$ 2,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 102,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos de servicios básicos**.- Son aquellos gastos requeridos para disponer de los servicios de luz, agua y teléfono.

**Tabla 29. Gastos Servicios Básicos (USD).**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Luz	\$ 30,00
Agua	\$ 30,00
Teléfono	\$ 70,00
SUBTOTAL	\$ 130,00
Imprevistos 2%	\$ 2,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 132,60</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos de mantenimiento.-** Es la actividad destinada a realizar acciones preventivas y correctivas de los activos de la empresa en función de su buen funcionamiento.

**Tabla 30. Gasto Mantenimiento (USD).**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Mant. Oficina	\$ 50,00
SUBTOTAL	\$ 50,00
Imprevistos 2%	\$ 1,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA  
OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gasto de amortización.-** Gasto que se lo aplica sobre los activos diferidos.

**Tabla 31. Capítulo 5 - Gasto Amortización (USD).**

GASTO AMORTIZACIÓN

<b>Valor Activos Diferidos</b>	<b>1.989,00</b>
Nº Años	5

Tabla de Amortización

Números Años	Amortización Anual	Saldo
0		\$ 1.989,00
1	\$ 397,80	\$ 1.591,20
2	\$ 397,80	\$ 1.193,40
3	\$ 397,80	\$ 795,60
4	\$ 397,80	\$ 397,80
5	\$ 397,80	\$ -

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA  
OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos de publicidad.**-Son gastos necesarios para la difusión de la información sobre el servicio que brinda la empresa a los potenciales clientes.

**Tabla 32. Gastos de Publicidad (USD).**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Página web	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Servicio de internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Publicidad prensa	5	\$ 70,00	\$ 350,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 396,00
Imprevistos 2%			\$ 7,92
<b>TOTAL</b>			\$ <b>403,92</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
 NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gasto seguros.**-Es aquel gasto destinado al seguro de los vehículos de la empresa.

**Tabla 33. Seguros (USD).**

DESCRIPCIÓN	Valor	% Anual	Valor Anual
Vehículos	\$ 109.548,00	5%	\$ 5.477,40
<b>Total</b>			\$ <b>5.477,40</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
 NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA  
 OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos financieros.**-Se refiere a los intereses que pagará la empresa por el uso del capital ajeno.

**Tabla 34. Gastos Financieros (USD).**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Interés mensual	\$ 1.355,70
<b>TOTAL</b>	\$ <b>1.355,70</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
 NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA  
 OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos sueldos.-** Aquellos por concepto de remuneración mensual el personal administrativo de la empresa.

**Tabla 35. Sueldo Año 1 (USD).**

DESCRIPCIÓN	Nº TRABAJ.	SALARIO MENS.	12%	Décimo	Décimo	Total	
			Aporte IESS	Tercero	Cuarto	Mensual	Anual
Gerente general	1	\$ 1.200,00	\$ 145,80	\$ 100,00	\$ 29,50	\$ 1.475,30	\$ 17.703,60
Contador	1	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 752,40	\$ 9.028,80
Agente de ventas	2	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 29,50	\$ 1.234,33	\$ 14.812,00
Guías turísticos	2	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 29,50	\$ 1.234,33	\$ 14.812,00
Secretaria	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 511,43	\$ 6.137,20
Guardia	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 511,43	\$ 6.137,20
Conductores	2	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 29,50	\$ 993,37	\$ 11.920,40
Servicios generales	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 511,43	\$ 6.137,20
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>\$ 5.800,00</b>	<b>\$ 704,70</b>	<b>\$ 483,33</b>	<b>\$ 236,00</b>	<b>\$ 7.224,03</b>	<b>\$ 86.688,40</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.  
 NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA  
 OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Tabla 36. Sueldo Año 2 (USD).**

DESCRIPCIÓN	Nº DE TRABAJ.	SALARIO MENS.	0,12	Décimo	Décimo	Vacaciones	Fondo de	Total	
			Aporte IESS	Tercero	Cuarto		Reserva	Mensual	Anual
Gerente general	1	\$ 1.200,00	\$ 145,80	\$ 100,00	\$ 29,50	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 1.625,30	\$ 19.503,60
Contador	1	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 827,40	\$ 9.928,80
Agente de ventas	2	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 29,50	\$ 41,67	\$ 83,33	\$ 1.359,33	\$ 16.312,00
Guias turísticos	2	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 29,50	\$ 41,67	\$ 83,33	\$ 1.359,33	\$ 16.312,00
Secretaria	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 561,43	\$ 6.737,20
Guardia	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 561,43	\$ 6.737,20
Conductores	2	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 1.093,37	\$ 13.120,40
Servicios generales	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 561,43	\$ 6.737,20
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>\$ 5.800,00</b>	<b>\$ 704,70</b>	<b>\$ 483,33</b>	<b>\$ 236,00</b>	<b>\$ 241,67</b>	<b>\$ 483,33</b>	<b>\$ 7.949,03</b>	<b>\$ 95.388,40</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Tabla 37. Sueldos Años 3 al 10 (USD).**

Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
98.889,15	102.518,39	106.280,81	110.181,32	114.224,97	118.417,03	122.762,93	127.268,33

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

**Gastos Depreciación.-** es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico.

DESCRIPCIÓN	Valor del Bien	% Dep	V. Residual	Nº Años	Depreciación Anual	V. recuperación
Edificios	\$ 54.855,60	5%	\$ 2.742,78	20	\$ 2.605,64	\$28.799,19
Herramientas	\$ 2.501,04	20%	\$ 500,21	5	\$ 400,17	\$500,21
Muebles y enseres	\$ 3.297,15	10%	\$ 329,72	10	\$ 296,74	\$329,72
Equipos de oficina	\$ 1.178,10	20%	\$ 235,62	5	\$ 188,50	\$235,62
Equipos de computación	\$ 5.273,40	33,33%	\$ 1.757,62	3	\$ 1.171,93	\$1.757,62
Vehículos	\$ 109.548,00	20%	\$ 21.909,60	5	\$ 17.527,68	\$21.909,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 176.653,29</b>				<b>\$ 22.190,65</b>	<b>\$53.531,96</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

## 5.10.- Proyección de costos.-

**Tabla 38. Proyección de Costos y Gastos Año 1 al 5 (USD).**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Transporte	\$ 28.652,28	\$ 31.875,16	\$ 35.460,57	\$ 39.449,27	\$ 43.886,64
Hospedaje	\$ 103.148,20	\$ 114.750,59	\$ 127.658,06	\$ 142.017,39	\$ 157.991,90
Alimentación	\$ 85.956,83	\$ 95.625,49	\$ 106.381,71	\$ 118.347,82	\$ 131.659,92
Deportes	\$ 7.640,61	\$ 8.500,04	\$ 9.456,15	\$ 10.519,81	\$ 11.703,10
Excursiones	\$ 19.101,52	\$ 21.250,11	\$ 23.640,38	\$ 26.299,52	\$ 29.257,76
Diversión	\$ 19.101,52	\$ 21.250,11	\$ 23.640,38	\$ 26.299,52	\$ 29.257,76
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 263.600,95</b>	<b>\$ 293.251,52</b>	<b>\$ 326.237,26</b>	<b>\$ 362.933,33</b>	<b>\$ 403.757,07</b>
<b>GTOS. ADMIN. Y VENTAS</b>					
Sueldos y Salarios	\$ 86.688,40	\$ 95.388,40	\$ 98.889,15	\$ 102.518,39	\$ 106.280,81
Gtos de oficina	\$ 102,00	\$ 105,74	\$ 109,62	\$ 113,65	\$ 117,82
Servicio Básicos	\$ 132,60	\$ 37,47	\$ 142,51	\$ 147,74	\$ 153,16
Seguros de vehículos	\$ 5.477,40	\$ 4.601,02	\$ 3.724,63	\$ 2.848,25	\$ 1.971,86
Mantenimiento	\$ 51,00	\$ 52,87	\$ 54,81	\$ 56,82	\$ 58,91
Gtos. Publicidad	\$ 403,92	\$ 418,74	\$ 434,11	\$ 450,04	\$ 466,56
Dep. Vehí ,herr y Eq Ofic.	\$ 18.116,34	\$ 18.116,34	\$ 18.116,34	\$ 18.116,34	\$ 18.116,34
Dep. Edificios	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64
Dep. Muebles y enser.	\$ 296,74	\$ 296,74	\$ 96,74	\$ 296,74	\$ 296,74
Dep. Equip de compu	\$ 1.171,93	\$ 1.171,93	\$ 1.171,93	\$ -	\$ -
Amortización	\$ 397,80	\$ 397,80	\$ 397,80	\$ 397,80	\$ 397,80
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 15.443,77</b>	<b>\$ 23.292,69</b>	<b>\$ 125.943,30</b>	<b>\$ 127.551,42</b>	<b>\$ 130.465,65</b>
<b>GASTO FINANCIERO</b>	\$ 16.035,16	\$ 15.050,00	\$ 13.953,49	\$ 12.733,04	\$ 11.374,65
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 16.035,16</b>	<b>\$ 15.050,00</b>	<b>\$ 13.953,49</b>	<b>\$ 12.733,04</b>	<b>\$ 11.374,65</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 395.079,89</b>	<b>\$ 31.594,21</b>	<b>\$ 466.134,04</b>	<b>\$ 503.217,79</b>	<b>\$ 545.597,38</b>
<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>1.910</b>	<b>2.050</b>	<b>2.200</b>	<b>2.360</b>	<b>2.533</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 206,83</b>	<b>\$ 210,56</b>	<b>\$ 211,92</b>	<b>\$ 213,19</b>	<b>\$ 215,40</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS



**Tabla 39. Proyección de Costos y Gastos Años 6 al 10 (USD).**

DESCRIPCIÓN	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Transporte	\$ 48.823,13	\$ 54.314,89	\$ 60.424,38	\$ 67.221,08	\$ 74.782,29
} Hospedaje	\$ 175.763,27	\$ 195.533,60	\$ 217.527,77	\$ 41.995,89	\$ 269.216,26
Alimentación	\$ 146.469,39	\$ 162.944,67	\$ 181.273,14	\$ 01.663,24	\$ 224.346,88
Deportes	\$ 13.019,50	\$ 14.483,97	\$ 16.113,17	\$ 17.925,62	\$ 19.941,95
Excursiones	\$ 32.548,75	\$ 36.209,93	\$ 40.282,92	\$ 44.814,05	\$ 49.854,86
Diversión	\$ 32.548,75	\$ 36.209,93	\$ 40.282,92	\$ 44.814,05	\$ 49.854,86
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 449.172,79</b>	<b>\$ 499.696,99</b>	<b>\$ 555.904,29</b>	<b>\$ 18.433,94</b>	<b>\$ 687.997,11</b>
<b>GTOS. ADMIN. Y VENTAS</b>					
Sueldos y Salarios	\$ 110.181,32	\$ 114.224,97	\$ 118.417,03	\$ 122.762,93	\$ 127.268,33
Gtos de oficina	\$ 122,14	\$ 126,62	\$ 131,27	\$ 136,09	\$ 141,08
Servicio Básicos	\$ 158,78	\$ 164,61	\$ 170,65	\$ 176,92	\$ 183,41
Seguros de vehículos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ 61,07	\$ 63,31	\$ 65,64	\$ 68,04	\$ 70,54
Gtos. Publicidad	\$ 483,68	\$ 501,43	\$ 519,84	\$ 538,91	\$ 558,69
Dep. Vehí ,herr y Eq Ofic.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dep. Edificios	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64	\$ 2.605,64
Dep. Muebles y enser.	\$ 296,74	\$ 296,74	\$ 296,74	\$ 296,74	\$ 296,74
Dep. Equip de compu	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización					
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 113.909,38</b>	<b>\$ 117.983,34</b>	<b>\$ 122.206,81</b>	<b>\$ 126.585,28</b>	<b>\$ 131.124,45</b>
GASTO FINANCIERO	\$ 9.862,73	\$ 8.179,93	\$ 6.306,93	\$ 4.222,23	\$ 1.901,91
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 9.862,73</b>	<b>\$ .179,93</b>	<b>\$ 6.306,93</b>	<b>\$ 4.222,23</b>	<b>\$ 1.901,91</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 572.944,91</b>	<b>\$ 625.860,26</b>	<b>\$ 684.418,03</b>	<b>\$ 749.241,46</b>	<b>\$ 821.023,46</b>
<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>2.718</b>	<b>2.917</b>	<b>3.130</b>	<b>3.359</b>	<b>3.604</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 210,79</b>	<b>\$ 214,57</b>	<b>\$ 218,66</b>	<b>\$ 223,07</b>	<b>\$ 227,79</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

La Proyección de Costos de Producción se la ha realizado de acuerdo a una inflación del 3.67 % que corresponde a la inflación presentada por el Banco Central del Ecuador y por el costo de cada uno de los servicios que componen los paquetes turísticos por las cantidades anuales de acuerdo a al análisis oferta – demanda.

Las depreciaciones han sido obtenidas por la fórmula correspondiente, donde interviene el valor del bien, su vida útil y su valor residual.

La proyección de gastos y salarios han sido obtenidos mediante factores como la inflación y el salario básico actual (354 usd), tomando en cuenta las aportaciones al IESS, el décimo tercero, el décimo cuarto, vacaciones y fondo de reserva.

### **5.11.- Ingresos.-**

El ingreso corresponde a todos los valores monetarios que entran a la empresa.

#### **5.11.1.- Determinación del Costo Unitario de Producción.**

Al primer año:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Número de paquetes turísticos anuales}}$$

$$\text{Costo unitario de producción} = \frac{395079.89}{1910}$$

$$\text{Costo unitario de producción} = 206.83 \text{ USD}$$

#### **5.11.2.- Precio de venta.**

Una vez determinado el costo unitario, es preciso determinar el precio de venta unitario. Para determinar este valor, se tomará en cuenta el costo unitario al primer año (\$ 206,83) más una utilidad del 15%.

El precio unitario sería 237.86 dólares americanos.

## 5.12.- Proyección de ingresos.

**Tabla 40. Proyección de Ingresos (USD).**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción anual	1.910	2.050	2.200	2.360	2.533	2.718	2.917	3.130	3.359	3.604
Costo unitario	\$ 206,83	\$ 210,56	\$ 211,92	\$ 213,19	\$ 215,40	\$ 210,79	\$ 214,57	\$ 218,66	\$ 223,07	\$ 227,79
(+) Margen de utilidad	\$ 31,02	\$ 27,30	\$ 34,67	\$ 33,40	\$ 40,24	\$ 44,85	\$ 50,45	\$ 46,36	\$ 51,68	\$ 46,96
Precio de venta	\$ 237,86	\$ 237,86	\$ 246,59	\$ 246,59	\$ 255,64	\$ 255,64	\$ 265,02	\$ 265,02	\$ 274,74	\$ 274,74
<b>Ingresos Anuales</b>	\$ 454.341,87	\$ 487.554,26	\$ 542.395,71	\$ 582.044,84	\$ 647.514,85	\$ 694.848,19	\$ 773.006,64	\$ 829.513,42	\$ 922.819,39	\$ 990.277,49

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 20 DE DICIEMBRE DE 2014.

NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

Podemos observar que los costos disminuyen conforme transcurren los años y al mismo tiempo las utilidades sufren un incremento debido a que ciertas cuentas con el transcurso del tiempo desaparecen como es el caso de los seguros de vehículos, las depreciaciones de los activos fijos, la disminución en el gasto financiero, etc.

## CAPITULO VI

### 6.- EVALUACION FINANCIERA

#### 6.1.- Evaluación financiera.

Para calcular índices e indicadores financieros es necesario conocer la información de los estados financieros vistos anteriormente.

#### 6.2.- Estados financieros.

##### 6.2.1.- Estado de situación.

El estado de situación nos permite observar y analizar en qué situación se encuentra el proyecto al inicio y al final del ejercicio contable.

Es importante tener claro los siguientes conceptos:

- **Activo.-** Aquellos recursos de propiedad de la empresa, como bienes, valores, flujos de efectivo y otros controlados por la empresa
- **Pasivo.-** Aquellas obligaciones y deudas que la empresa tiene con terceros.
- **Capital.-** Es la diferencia entre el activo y el pasivo, es decir, es el aporte de los inversionistas. Representa la aportación inicial del propietario para financiar el negocio.

A continuación se presentará el Estado de Situación Inicial del proyecto:

**Tabla 41. Estado de Situación Inicial (USD).**

ACTIVOS			PASIVOS		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		\$ 49.463,88	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Caja - bancos	\$ 49.463,88		Préstamo a corto plazo		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		\$ 238.465,29	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		\$ 147.894,97
Terrenos	\$ 61.812,00		Préstamo a largo plazo	\$ 147.894,97	
Edificios	\$ 54.855,60				
Equipos de oficina	\$ 1.178,10		<b>PATRIMONIO</b>		\$ 142.023,20
Equipos de compu	\$ 5.273,40		Capital social	\$ 142.023,20	
Herramientas	\$ 2.501,04				
Muebles y enseres	\$ 3.297,15				
Vehículos	\$ 109.548,00				
			<b>TOTAL PASIVO Y PATR.</b>		<b>\$ 289.918,17</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		\$ 1.989,00			
Activos diferidos	\$ 1.989,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 289.918,17</b>			

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 6 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: CAPITAL DE TRABAJO PREVIA OBTENCIÓN DE INGRESOS

### 6.2.2.- Estado de resultados.

Mediante el estado de resultados podremos apreciar la utilidad neta después de las retenciones de participación de los trabajadores y el pago de impuestos. La utilidad neta como resultado entre el valor de ingresos por la venta de paquetes turísticos y los costos.

**Tabla 42. Estado de Resultados Año 1 al 5 (USD).**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 454.341,87	\$ 487.554,26	\$ 542.395,71	\$ 582.044,84	\$ 647.514,85
(-) Costos directos e indirectos	\$ 263.600,95	\$ 293.251,52	\$ 326.237,26	\$ 362.933,33	\$ 403.757,07
<b>(=) Utilidad Marginal</b>	\$ 190.740,92	\$ 194.302,74	\$ 216.158,45	\$ 219.111,51	\$ 243.757,78
(-) Gasto de Admin y Vtas	\$ 115.443,77	\$ 123.292,69	\$ 125.943,30	\$ 127.551,42	\$ 130.465,65
<b>(=) Utilidad operacional</b>	\$ 75.297,15	\$ 71.010,05	\$ 90.215,16	\$ 91.560,09	\$ 113.292,13
(-) Costos financieros	\$ 16.035,16	\$ 15.050,00	\$ 13.953,49	\$ 12.733,04	\$ 11.374,65
<b>(=) Utilidad antes retención</b>	\$ 59.261,98	\$ 55.960,05	\$ 76.261,67	\$ 78.827,05	\$ 101.917,47
(-) 15% Participación Empleados	\$ 8.889,30	\$ 8.394,01	\$ 11.439,25	\$ 11.824,06	\$ 15.287,62
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 50.372,69	\$ 47.566,04	\$ 64.822,42	\$ 67.003,00	\$ 86.629,85
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 12.593,17	\$ 11.891,51	\$ 16.205,60	\$ 16.750,75	\$ 21.657,46
<b>(=) Utilidad Neta del Ejercicio</b>	\$ 37.779,51	\$ 35.674,53	\$ 48.616,81	\$ 50.252,25	\$ 64.972,39

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 6 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1 AL 5

**Tabla 43. Estado de Resultados Año 6 al 10 (USD).**

	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 694.848,19	\$ 773.006,64	\$ 829.513,42	\$ 922.819,39	\$ 990.277,49
(-) Costos directos e indirectos	\$ 449.172,79	\$ 499.696,99	\$ 555.904,29	\$ 618.433,94	\$ 687.997,11
<b>(=) Utilidad Marginal</b>	\$ 245.675,40	\$ 273.309,65	\$ 273.609,13	\$ 304.385,45	\$ 302.280,38
(-) Gasto de Admin y Vtas	\$ 113.909,38	\$ 117.983,34	\$ 122.206,81	\$ 126.585,28	\$ 131.124,45
<b>(=) Utilidad operacional</b>	\$ 131.766,02	\$ 155.326,31	\$ 151.402,32	\$ 177.800,17	\$ 171.155,94
(-) Costos financieros	\$ 9.862,73	\$ 8.179,93	\$ 6.306,93	\$ 4.222,23	\$ 1.901,91
<b>(=) Utilidad antes retención</b>	\$ 121.903,28	\$ 147.146,38	\$ 145.095,40	\$ 173.577,93	\$ 169.254,03
(-) 15% Participación Empleados	\$ 18.285,49	\$ 22.071,96	\$ 21.764,31	\$ 26.036,69	\$ 25.388,10
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 103.617,79	\$ 125.074,42	\$ 123.331,09	\$ 147.541,24	\$ 143.865,92
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 25.904,45	\$ 31.268,61	\$ 30.832,77	\$ 36.885,31	\$ 35.966,48
<b>(=) Utilidad Neta del Ejercicio</b>	\$ 77.713,34	\$ 93.805,82	\$ 92.498,31	\$ 110.655,93	\$ 107.899,44

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 6 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: ESTADO DE RESULTADOS AÑO 6 AL 10

El incremento en los costos corresponde a la tasa de inflación actual anual (3.67%) según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

### 6.2.3.- Estado de flujo de efectivo.

Este estado financiero es utilizado para la verificación de entrada y salida del efectivo de la empresa dentro de los diez años. Para la evaluación del presente proyecto es necesario sustentarse en este valor, el cual parte del Estado de resultados.

**Tabla 44. Estado de Flujo de Efectivo Año 0 al 4 (USD).**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
<b>Inversión</b>	\$ (289.918,17)				
Utilidad Neta		\$ 37.779,51	\$ 35.674,53	\$ 48.616,81	\$ 50.252,25
(+) Gastos Depreciación		\$ 22.190,65	\$ 22.190,65	\$ 22.190,65	\$ 21.018,73
(+) Capital Prestado	\$ 147.894,97				
(-) Amortización		\$ 8.716,34	\$ 9.701,51	\$ 10.798,02	\$ 12.018,46
(+) Valor de Recuperación					
<b>(=) Flujo de Caja</b>	<b>\$ (142.023,20)</b>	<b>\$ 51.253,82</b>	<b>\$ 48.163,68</b>	<b>\$ 60.009,45</b>	<b>\$ 59.252,51</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C  
 FECHA: 6 DE ENERO DE 2015.  
 NOTA: ESTADO DE RESULTADOS AÑO 0 AL  
 4

**Tabla 45. Estado de Flujo de Efectivo Año 5 al 10 (USD).**

	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Inversión</b>						
Utilidad Neta	\$ 64.972,39	\$ 77.713,34	\$ 93.805,82	\$ 92.498,31	\$ 110.655,93	\$ 107.899,44
(+) Gastos Depreciación	\$ 21.018,73	\$ 2.902,38	\$ 2.902,38	\$ 2.902,38	\$ 2.902,38	\$ 2.902,38
(+) Capital Prestado						
(-) Amortización	\$ 13.376,85	\$ 14.888,77	\$ 16.571,57	\$ 18.444,58	\$ 20.529,27	\$ 22.849,59
(+) Valor de Recuperación						\$ 53.531,96
<b>(=) Flujo de Caja</b>	<b>\$ 72.614,26</b>	<b>\$ 65.726,96</b>	<b>\$ 80.136,63</b>	<b>\$ 76.956,12</b>	<b>\$ 93.029,04</b>	<b>\$ 141.484,19</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 6 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: ESTADO DE RESULTADOS AÑO 5 AL 10



### 6.3.- Indicadores de evaluación.

#### 6.3.1.- Costo de oportunidad.

El Costo de oportunidad es llamado también Tasa de descuento, Costo de Capital, o Tasa mínima aceptable de rendimiento. Este indicador financiero calcula la rentabilidad que los inversionistas quieren por la utilización de sus recursos en el actual proyecto, renunciando a la utilización de estos recursos en otros proyectos.

#### COSTO DE OPORTUNIDAD.

Co =	Costo de Oportunidad		
TA =	Tasa Activa		7,41%
TP =	Tasa Pasiva		5,32%
TLR=	Tasa de Libre Riesgo		6%
t =	Tasa Marginal de Impuestos		25%
RA =	Recursos Ajenos		22%
RP =	Recursos Propios		78%
TI =	Tasa de Inflación		3,67%

$$Co = (TA) (1 - t) (\% RA) (+) (TP) (\% RP) (+) TLR (+) \% \text{Inflación}$$

$$Co = 7,41\% (1 - 0.25) 51\% (+) 5,32\% 49\% (+) 6\% (+) 3,67\%$$

$$Co = 0,0741 * 0.75 * 0,51 (+) 0,0532 * 0,49 (+) 0,06 (+) 0,0367$$

$$Co = 0,0283 (+) 0,02607 (+) 0,06 (+) 0,0367$$

$$Co = 0,1511$$

$$Co = 15,11\%$$

**Tabla 46. Capítulo 6 - Costo de Oportunidad.**

<b>Costo Promedio Ponderado</b>				
	<b>\$</b>	<b>%</b>	<b>i</b>	<b>Wacc</b>
<b>C. Prestado</b>	147.894,97	51%	7,41%	2,84%
<b>C. Propio</b>	142.023,20	49%	5,32%	2,61%
<b>Total</b>	<b>289.918,17</b>	100%		<b>5,44%</b>

<b>Costo Oportunidad</b>	
Wacc	5,44%
% Inflación	3,67%
% Riesgo	6%
<b>Total</b>	<b>15,11%</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 10 DE ENERO DE 2015

NOTA: COSTO DE OPORTUNIDAD DEL PROYECTO

Se puede observar que el costo de oportunidad del presente proyecto es de 15.11%.

### 6.3.2.- Valor actual neto.

Permite calcular el valor presente de flujos de caja futuros para una inversión a través de una tasa de descuento específica.

Para obtener el VAN, se aplicará la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I_0$$

El VAN consiste en traer a valores actuales los flujos futuros.

FNC = Flujo Neto de Caja  
 t = Periodo de Estudio  
 n = Periodo  
 i = Tasa de descuento  
 I<sub>0</sub> = Inversión Inicial  
 Flujo Neto de Caja  
 FNCA= Actualizado

**Tabla 47. Valor Actual Neto (USD).**

AÑOS	FLUJO	FLUJO
	NETO	ACTUALIZADO
0	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)
1	\$ 51.253,82	\$ 44.525,52
2	\$ 48.163,68	\$ 36.348,38
3	\$ 60.009,45	\$ 39.343,02
4	\$ 59.252,51	\$ 33.747,18
5	\$ 72.614,26	\$ 35.928,20
6	\$ 65.726,96	\$ 28.251,39
7	\$ 80.136,63	\$ 29.923,33
8	\$ 76.956,12	\$ 24.963,46
9	\$ 93.029,04	\$ 26.215,79
10	\$ 141.484,19	\$ 34.636,57
<b>VP =</b>	\$ 333.882,85	
<b>VAN =</b>	\$ 191.859,65	
<b>TIR =</b>	40,24%	

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: VALOR ACTUAL NETO - VAN

Es necesario tener presente los siguientes criterios:

Si el VAN > 0      Se acepta el proyecto

Si el VAN = 0      Es indiferente

Si el VAN < 0      Se rechaza el proyecto

El Valor Actual Neto es de \$ 191.859,65 esta cifra es mayor a cero, lo que significa que el proyecto se debe aceptar, ya que se recupera la inversión y además se obtiene un beneficio adicional.

### **6.3.3.- Tasa interna de retorno.**

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que tendrá el inversionista por la decisión de invertir en el presente proyecto.

Para determinar la TIR se utilizará la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + \left[ (TM - tm) \left( \frac{VAN \ tm}{VAN - VAN \ TM} \right) \right]$$

Es necesario considerar los siguientes criterios:

Si la TIR es mayor al Costo de Oportunidad, se acepta el proyecto

Si la TIR es igual al Costo de Oportunidad, es indiferente

Si la TIR es menor al Costo de Oportunidad, se rechaza el proyecto

**Tabla 48. Tasa Interna de Retorno.**

		<b>VAN TASA MENOR</b>	<b>VAN TASA MAYOR</b>	<b>TIR</b>
<b>AÑOS</b>	<b>FNC</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>40,24%</b>
0	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)
1	\$ 51.253,82	\$ 36.609,87	\$ 36.350,23	\$ 36.546,32
2	\$ 48.163,68	\$ 24.573,31	\$ 24.225,98	\$ 24.488,06
3	\$ 60.009,45	\$ 21.869,33	\$ 21.407,32	\$ 21.755,64
4	\$ 59.252,51	\$ 15.423,91	\$ 14.990,99	\$ 15.317,09
5	\$ 72.614,26	\$ 13.501,49	\$ 13.029,46	\$ 13.384,71
6	\$ 65.726,96	\$ 8.729,22	\$ 8.364,29	\$ 8.638,69
7	\$ 80.136,63	\$ 7.602,12	\$ 7.232,65	\$ 7.510,22
8	\$ 76.956,12	\$ 5.214,57	\$ 4.925,95	\$ 5.142,60
9	\$ 93.029,04	\$ 4.502,63	\$ 4.223,25	\$ 4.432,77
10	\$ 141.484,19	\$ 4.891,34	\$ 4.555,30	\$ 4.807,09
<b>TOTAL</b>	<b>40,24%</b>	<b>\$ 142.917,80</b>	<b>\$ 139.305,41</b>	<b>0,00</b>

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: TASA INTERNA DE RETORNO - TIR

Se ha obtenido una Tasa Interna de Retorno de 40.24%, por lo que se puede observar que ésta es mayor al Costo de Oportunidad (15.11%), de esta manera podemos determinar que el proyecto es factible.

Por cada dólar de inversión de este proyecto, se va a ganar 40.24 centavos de dólar.

#### **6.3.4.- Período de recuperación de la inversión.**

El PRI es otro de los indicadores de evaluación de suma importancia para los inversionistas, porque a través de se puede identificar a partir que año se empezará a recuperar el dinero entregado para el funcionamiento del proyecto.

**FNC=** Flujo Neto de Caja

**FNCA=** Flujo Neto de Caja Actualizado

**FNCAA=** Flujo Neto de Caja Acumulado

**Tabla 49. Periodo de Recuperación de la Inversión (USD).**

AÑOS	FNC	FNCA	FNCAA
	Flujo Neto	Flujo Neto Actualizado	Flujo Neto Acumulado
0	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)	\$ (142.023,20)
1	\$ 51.253,82	\$ 44.525,52	\$ (97.497,68)
2	\$ 48.163,68	\$ 36.348,38	\$ (61.149,30)
3	\$ 60.009,45	\$ 39.343,02	\$ (21.806,28)
4	\$ 59.252,51	\$ 33.747,18	\$ 11.940,91
5	\$ 72.614,26	\$ 35.928,20	\$ 47.869,11
6	\$ 65.726,96	\$ 28.251,39	\$ 76.120,49
7	\$ 80.136,63	\$ 29.923,33	\$ 106.043,83
8	\$ 76.956,12	\$ 24.963,46	\$ 131.007,29
9	\$ 93.029,04	\$ 26.215,79	\$ 157.223,07
10	\$ 141.484,19	\$ 34.636,57	\$ 191.859,65

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
 FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
 NOTA: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se puede observar que la inversión se recuperará a partir del cuarto año, puesto que en el cuarto año se hace positivo el flujo acumulado.

### 6.3.5.- Punto de equilibrio.

Este indicador nos enseñará de manera gráfica las pérdidas y ganancias a partir de un punto de equilibrio.

N=	Nº de paquetes contratados	1.910
Pvu=	Precio de venta unitario	\$ 237,86
Cvu=	Costo variable unitario	\$ 138,00
CF=	Costo Fijo	\$ 131.478,93

1)

$$PE\% = \frac{CF}{N(Pvu - Cvu)} \times 100$$

$$PE\% = \frac{131.478,93}{1910(237,86 - 138,00)} \times 100$$

$$PE = 69,0\%$$

2)

$$P.E.X \text{ N}^\circ \text{ PAQ. TURÍSTICOS} = \frac{CF}{(Pvu - Cvu)}$$

$$P.E.X \text{ N}^\circ \text{ PAQ. TURÍSTICOS} = 1316,6798661$$

3)

$$P.E.Y \text{ DOLARES} = \frac{CF}{\frac{1 - Cvu}{Pvu}}$$

$$P.E.Y \text{ DOLARES} = 313.180,76$$

**Tabla 50. Proyección de Costos y Precios Año 1 al 5.**

		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
N=	Nº de paquetes turísticos	1.910	2.050	2.200	2.360	2.533
Pvu=	Precio de venta unitario	\$237,86	\$ 237,86	\$ 246,59	\$ 246,59	\$255,64
Cvu=	Costo variable unitario	\$138,00	\$143,06	\$148,32	\$153,76	\$159,40
CF=	Costo Fijo	\$131.478,93	\$138.342,69	\$139.896,78	\$140.284,46	\$141.840,31

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
NOTA: PROYECCIÓN DE COSTOS Y PRECIOS

**Tabla 51. Proyección de Costos y Precios Año 6 al 10.**

		<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
N=	Nº de paquetes turísticos	2.718	2.917	3.130	3.359	3.604
Pvu=	Precio de venta unitario	\$255,64	\$265,02	\$265,02	\$274,74	\$274,74
Cvu=	Costo variable unitario	\$165,25	\$171,32	\$177,60	\$184,12	\$190,88
CF=	Costo Fijo	\$123.772,12	\$ 126.163,27	\$128.513,74	\$130.807,51	\$133.026,35

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
NOTA: PROYECCIÓN DE COSTOS Y PRECIOS

La actual proyección ha sido realizada de acuerdo al número de paquetes turísticos que se va a comercializar en los siguientes años, el precio de venta unitario fijado para cada año, el costo variable unitario en cada año y el costo fijo.



**Tabla 52. Punto de Equilibrio.**

<b>AÑO</b>	<b>PE%</b>	<b>PEX</b>	<b>PEY</b>
1	68,93	1316,68	\$313.180,76
2	71,20	1459,44	\$347.136,47
3	64,72	1423,59	\$351.036,08
4	64,02	1511,24	\$372.649,73
5	58,19	1473,91	\$376.782,66
6	50,38	1369,40	\$350.066,92
7	46,16	1346,44	\$356.829,86
8	46,97	1470,17	\$389.621,03
9	42,97	1443,44	\$396.575,17
10	44,01	1586,20	\$435.797,40

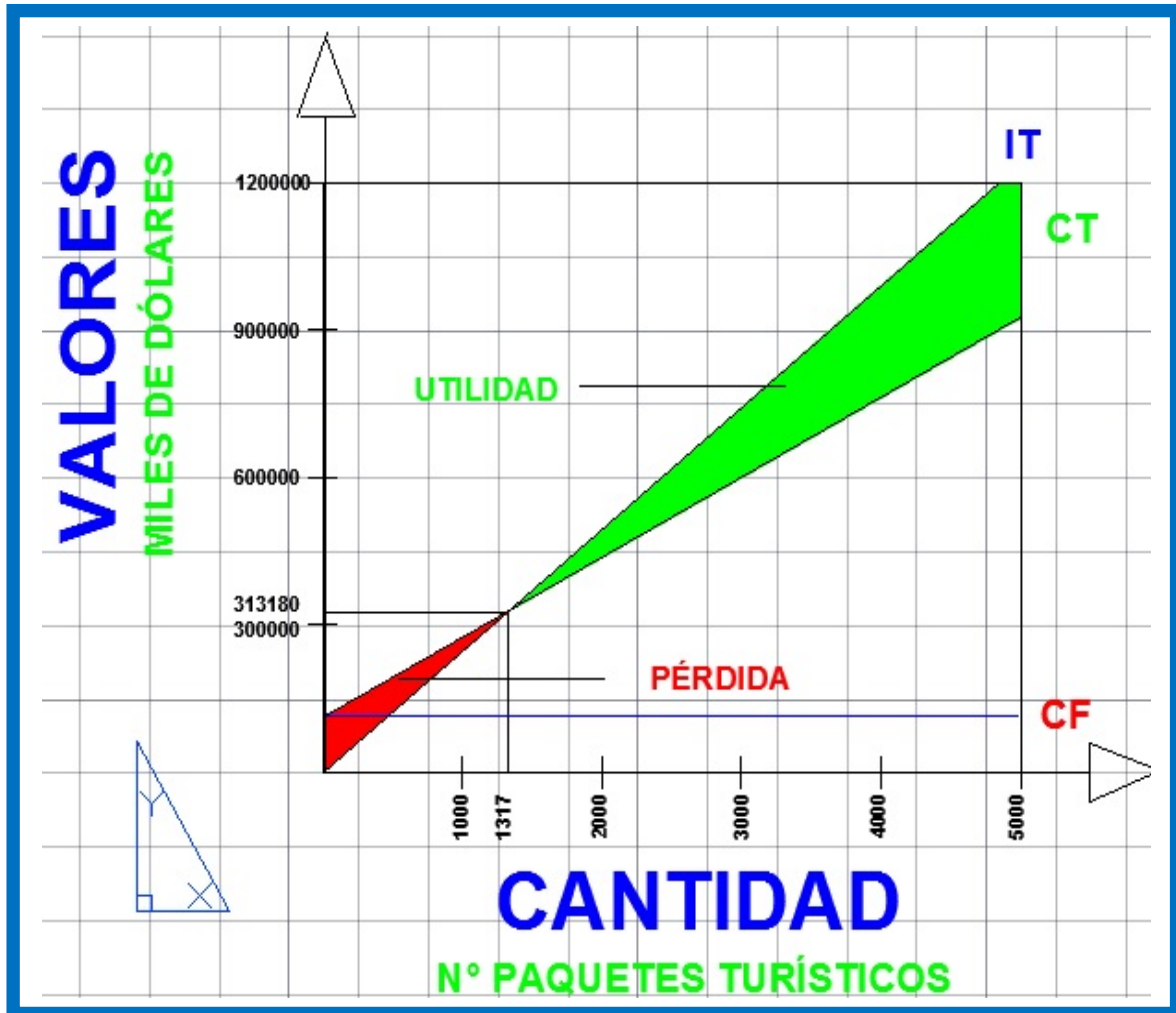
ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.  
FECHA: 10 DE ENERO DE 2015  
NOTA: PUNTO DE EQUILIBRIO

Este cuadro corresponde al punto de equilibrio que se obtendrá cada año, de tal forma que al año 1, el punto de equilibrio en términos porcentuales es de 68.93%, el punto de equilibrio en el eje X es de 1316.68 y el punto de equilibrio en el eje Y en miles de dólares es de 313.180,76USD.

El gráfico del Punto de Equilibrio, nos indicará el punto donde no existe pérdida ni ganancia en la realización de este proyecto.

Este gráfico nos manifiesta que con 1316.68 paquetes turísticos vendidos y 313.180 dólares, el proyecto al año 1 presentaría el punto en el cual no existen pérdidas ni ganancias.

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.



## 6.4.- Índices financieros.

### 6.4.1.- Rentabilidad total.

#### RENTABILIDAD TOTAL

$$\text{Rentabilidad Total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{Rentabilidad Total} = \frac{37.779,51}{289.918,17}$$

$$\text{Rentabilidad Total} = 13,03\%$$

**Tabla 53. Rentabilidad Total.**

PROYECCIÓN	
RENTABILIDAD TOTAL	
AÑO 1	13,03%
AÑO 2	12,31%
AÑO 3	16,77%
AÑO 4	17,33%
AÑO 5	22,41%
AÑO 6	26,81%
AÑO 7	32,36%
AÑO 8	31,90%
AÑO 9	38,17%
AÑO 10	37,22%

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 24 DE ENERO DE 2015

NOTA: RENTABILIDAD TOTAL

Se puede observar que al primer año de operaciones existe una rentabilidad de 13.03% sobre lo invertido y sufriendo un incremento cada año.

#### 6.4.2.- Rentabilidad sobre recursos propios.

#### RENTABILIDAD SOBRE RECURSOS PROPIOS

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Recursos Propios}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = \frac{37.779,51}{142.023,20}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = 26,60\%$$

**Tabla 54. Rentabilidad Sobre Recursos Propios.**

PROYECCIÓN SOBRE RECURSOS PROPIOS	
AÑO 1	26,60%
AÑO 2	25,12%
AÑO 3	34,23%
AÑO 4	35,38%
AÑO 5	45,75%
AÑO 6	54,72%
AÑO 7	66,05%
AÑO 8	65,13%
AÑO 9	77,91%
AÑO 10	75,97%

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 24 DE ENERO DE 2015

NOTA: RENTABILIDAD SOBRE RECURSOS PROPIOS

Se ha determinado que al primer año la rentabilidad sobre recursos propios es del 26.60%, lo que significa que por cada dólar invertido, el inversionista obtendrá 26.6 centavos de dólar en el año 1.

### 6.4.3.- Rentabilidad sobre las ventas.

#### RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{37.779,51}{454.341,87}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = 8,32\%$$

**Tabla 55. Rentabilidad Sobre las Ventas**

PROYECCIÓN SOBRE RECURSOS PROPIOS	
AÑO 1	8,32%
AÑO 2	7,32%
AÑO 3	8,96%
AÑO 4	8,63%
AÑO 5	10,03%
AÑO 6	11,18%
AÑO 7	12,14%
AÑO 8	11,15%
AÑO 9	11,99%
AÑO 10	10,90%

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

FECHA: 24 DE ENERO DE 2015

NOTA: RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

Se puede establecer que tendremos una rentabilidad del 8.32% sobre las ventas en el primer año.

#### 6.4.4.- índice de apalancamiento.

##### ÍNDICE DE APALANCAMIENTO

$$\text{ÍNDICE DE APALANCAMIENTO} = \frac{\text{Pasivo Largo Plazo}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{ÍNDICE DE APALANCAMIENTO} = \frac{147.894,97}{289.918,17}$$

$$\text{ÍNDICE DE APALANCAMIENTO} = 51\%$$

El índice de apalancamiento con el que contará la empresa es del 51% del total de la inversión.

## CAPITULO VII

### 7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1.- Conclusiones

- A través del estudio comercial se pudo determinar las técnicas y estrategias de marketing más adecuadas que factibilicen la comercialización de nuestro servicio con el fin de llegar a captar todo nuestro mercado objetivo, llegando a la conciencia del consumidor a través de las promociones.
- El estudio financiero se mostró un crecimiento financiero adecuado que permitió establecer indicadores positivos como son: VAN, que es de \$ 191.859,65, un valor positivo de acuerdo a la inversión realizada; en cuanto al TIR se obtuvo un 40,24% de rentabilidad, pues dicha tasa supera el costo de oportunidad del proyecto. Dichos indicadores determinaron la factibilidad de la idea de negocio, siendo conveniente aceptar y realizar la inversión.
- Según el cálculo del Período de Recuperación de la Inversión se estima que la inversión se la recuperará a partir del cuarto año, puesto que a partir de este año los valores correspondientes al flujo neto acumulado se vuelven positivos.
- Según indicadores económicos el proyecto tendrá una utilidad neta sobre inversión total del 13.03% al primer año y del 37.22% al décimo año, contará también una rentabilidad sobre recursos propios del 26.60% al primer año y del 75.97% al décimo año, adicionalmente tendrá una rentabilidad sobre las ventas del 8.32% al primer año y del 10.90% al décimo año, y un índice de apalancamiento del 51%.

## 7.2.- Recomendaciones

- Promover el turismo mediante campañas en conjunto con Municipio del Cantón Sucúa, El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el Ministerio de Turismo, Asociación de Hoteles de Ecuador, entre otros, para captar la mayor cantidad de turistas.
- Se recomienda al Ministerio de Turismo y Quito Turismo la realización de campañas publicitarias y planes estratégicos para incrementar visitas anuales de turistas extranjeros.
- Estudiar permanentemente el mercado para conocer las nuevas y cambiantes tendencias de los clientes, y de esta manera lograr las adaptaciones adecuadas y oportunas para mantener la competitividad.
- A la población se recomienda mantener una mentalidad responsable en cada acción ecológica que se realice, ya que paraísos como el Cantón Sucúa no quedan muchos, así que necesitamos cuidarlos, mantenerlos y preservarlos para futuras generaciones.



### 7.3.- Referencias Bibliográficas

- Banegas, J (2007), El estudio financiero. Recuperado el 18 de junio de 2012 de <http://www.emagister.com>
- Corporación Nacional Financiera. [www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec), Recuperado de [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1580&Itemid=852](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1580&Itemid=852) 2014
- Gabriel Boca Urbina, Evaluación de Proyectos, MacGraw Hill 3ra. Edición 2011
- Gobierno Autónomo del Cantón Sucúa. <http://www.sucua.gob.ec>
- Ilustre Municipio del Cantón Sucúa, Almanaque Cultural 2da edición 2011
- Idarberto Chiavenato. Introducción a la teoría general de la Administración. Mc Graw Hill 2010.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- JOSE IGNACIO DE ARRILLAGA. Turismo Mundial, Valencia - España (1955)
- KRAFT Y WALTER HUZINKER, Recorriendo el Globo, Berlín - Alemania 1999
- León, P. (2011), El perfil de turista en Quito. Recuperado el 8 de abril de 2012 <http://www.cordanec.org>
- López, A. (2011), Generar valor a través de la estrategia de diferenciación. Recuperado el 15 de abril de 2012 de <http://www.afe.es>
- Ministerio De Turismo, Manual de estadísticas, Quito - Ecuador 2011

- Mapa de Sucúa, Recuperado de <https://www.google.es/maps/place/Suc%C3%BAa,+Ecuador/@-2.4561587,-78.1729388,18z/data=!4m2!3m1!1s0x91cdf6ec4ec0ed79:0x32424d842480941f>  
20 de Noviembre del 2014
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, Convención Internacional del Turismo - Paris - Francia 2005
- Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 del Ministerio de Turismo.
- Philip Kotler, Gary Armstrong – Fundamentos de marketing – Sexta edición
- Quesada, R. 2005. Elementos del turismo. EUNED. San José - España, CR. 279 p.)
- ROBERTO BOULLON, Paisajes Globales, Santiago - Chile 1993
- Teodoro G. Mantilla, Proyectos y su Desarrollo 1ra Edición 2001
- Universidad Nacional de Colombia – Cali - Colombia 2005
- Ubicación de Oficina Matriz, Barrio Ñaquito, Recuperado de GOOGLE MAPS, <https://www.google.es/maps/place/Suc%C3%BAa,+Ecuador/@-2.4561587,-78.1729388,18z/data=!4m2!3m1!1s0x91cdf6ec4ec0ed79:0x32424d842480941f>
- Viajandox. Recuperado de <http://www.viajandox.com/morona/sucua-canton.htm>. Pagina Turismo Ecuatoriano 15 de Septiembre de 2014

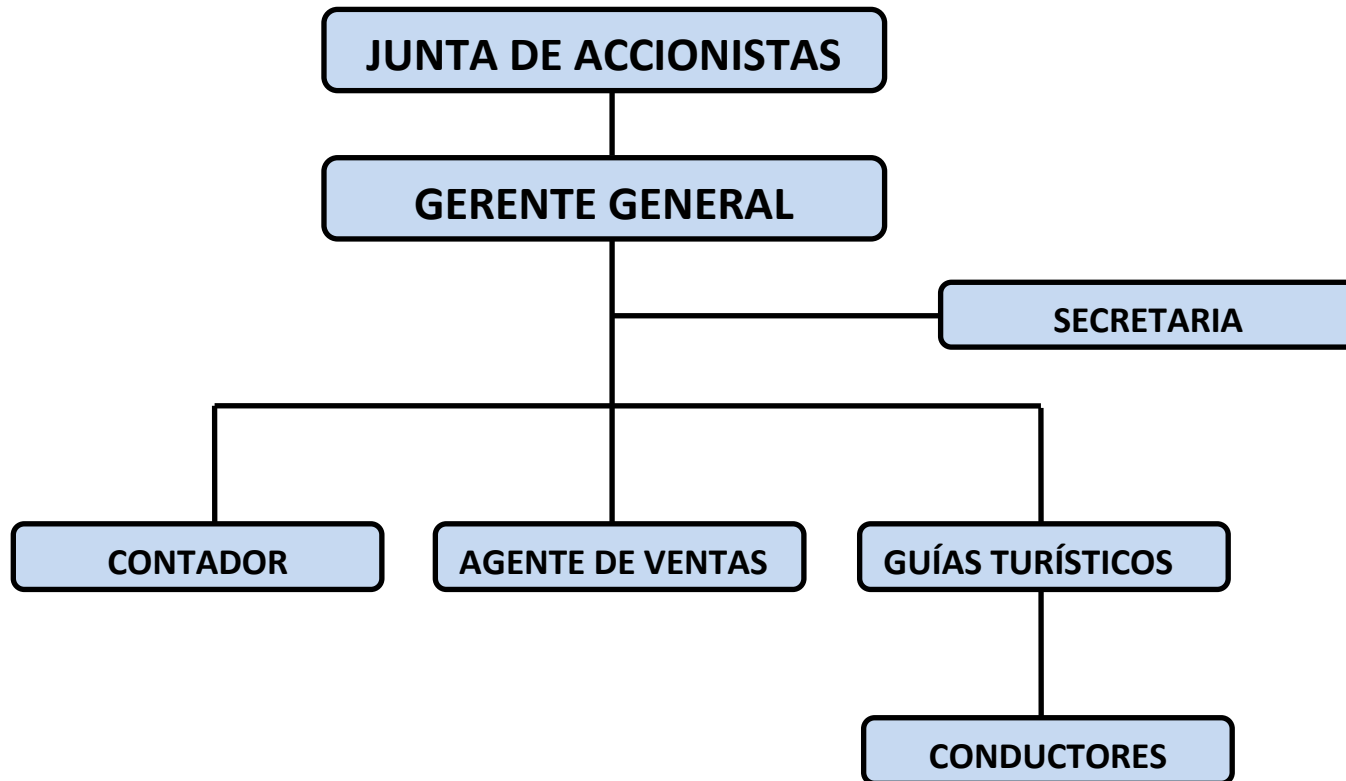
# **ANEXOS**

## **ANEXO 1**

# **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DIEGUILAIKI TOURS S.A.**

Anexo 1

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DIEGUILAIKI TOURS S.A.



**ANEXO 2**

**COSTOS FIJOS**

## Anexo 2 – Costos fijos (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
GTOS. ADMIN. Y VENTAS										
Sueldos y Salarios	86.688,40	95.388,40	98.889,15	102.518,39	106.280,81	110.181,32	114.224,97	118.417,03	122.762,93	127.268,33
Gtos de oficina	102,00	105,74	109,62	113,65	117,82	122,14	126,62	131,27	136,09	141,08
Servicio Básicos	132,60	137,47	142,51	147,74	153,16	158,78	164,61	170,65	176,92	183,41
Seguros de vehículos	5.477,40	4.601,02	3.724,63	2.848,25	1.971,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento	51,00	52,87	54,81	56,82	58,91	61,07	63,31	65,64	68,04	70,54
Gtos. Publicidad	403,92	418,74	434,11	450,04	466,56	483,68	501,43	519,84	538,91	558,69
Dep. Vehí ,herr y Eq Ofic.	18.116,34	18.116,34	18.116,34	18.116,34	18.116,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dep. Edificios	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64	2.605,64
Dep. Muebles y enser.	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74	296,74
Dep. Equip de compu	1.171,93	1.171,93	1.171,93	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización	397,80	397,80	397,80	397,80	397,80					
Gasto financiero	16.035,16	15.050,00	13.953,49	12.733,04	11.374,65	9.862,73	8.179,93	6.306,93	4.222,23	1.901,91
<b>TOTAL</b>	<b>131.478,93</b>	<b>138.342,69</b>	<b>139.896,78</b>	<b>140.284,46</b>	<b>141.840,31</b>	<b>123.772,12</b>	<b>126.163,27</b>	<b>128.513,74</b>	<b>130.807,51</b>	<b>133.026,35</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

NOTA: COSTOS FIJOS DEL PROYECTO POR AÑO

## **ANEXO 3**

### **COSTOS VARIABLES**



### Anexo 3 – Costos variables (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DIRECTOS</b>										
Transporte	28.652,28	31.875,16	35.460,57	39.449,27	43.886,64	48.823,13	54.314,89	60.424,38	67.221,08	74.782,29
Hospedaje	103.148,20	114.750,59	127.658,06	142.017,39	157.991,90	175.763,27	195.533,60	217.527,77	241.995,89	269.216,26
Alimentación	85.956,83	95.625,49	106.381,71	118.347,82	131.659,92	146.469,39	162.944,67	181.273,14	201.663,24	224.346,88
Deportes	7.640,61	8.500,04	9.456,15	10.519,81	11.703,10	13.019,50	14.483,97	16.113,17	17.925,62	19.941,95
Excursiones	19.101,52	21.250,11	23.640,38	26.299,52	29.257,76	32.548,75	36.209,93	40.282,92	44.814,05	49.854,86
Diversión	19.101,52	21.250,11	23.640,38	26.299,52	29.257,76	32.548,75	36.209,93	40.282,92	44.814,05	49.854,86
<b>SUBTOTAL</b>	<b>263.600,95</b>	<b>293.251,52</b>	<b>326.237,26</b>	<b>362.933,33</b>	<b>403.757,07</b>	<b>449.172,79</b>	<b>499.696,99</b>	<b>555.904,29</b>	<b>618.433,94</b>	<b>687.997,11</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: DIEGO NARVÁEZ C.

NOTA: COSTOS VARIABLES DEL PROYECTO POR AÑO

**ANEXO 4**

**ENCUESTA**

## Anexo 4 – Encuesta

**¿Gusta usted viajar por turismo?\***

- SI
- NO

**¿Con que frecuencia viaja usted por turismo al año?\***

- UNA VEZ
- DOS VECES
- TRES VECES
- CUATRO O MAS VECES

**¿Qué región del Ecuador acostumbra a visitar con mayor frecuencia por turismo?\***

- REGION COSTA
- REGION SIERRA
- REGION AMAZONICA
- REGION INSULAR

**Si no ha visitado la region amazonica, le gustaria visitarla por turismo ?\***

- SI
- NO

El Canton Sucua Ubicado en la Provincia de Morona Santiago brinda productos y servicios tales como: Facilidad de acceso, tranquilidad, variedad gastronómica, lugares de diversión y relajamiento, clima variable, entre otros. ¿Estaria dispuesto a visitarlo?

- SI
- NO

**¿Qué medios de difusión considera que han influido en usted para conocer los destinos turísticos que ofrece el país?**

TELEVISION

RADIO

INTERNET

PERIODICOS

Otro:

**¿En caso de viajar por turismo dentro del país, ¿Cuál sería su forma de financiamiento más ocionada?**

RECURSOS PROPIOS

FINANCIAMIENTO BANCO

FINANCIAMIENTO MUTUALISTA

FINANCIAMIENTO COOPERATIVA

Otro:

**ANEXO 5**

**ITINERARIO**

## **Anexo 5 – Itinerario**

### **DÍA 1**

- Traslado desde la Ciudad de Quito hasta el Cantón Sucúa.
- Alimentación y hospedaje en la Hostería Luzcelinda.
- Trekking
- Expedición hacia las Cascadas de Cumbatza.
- Eventos en Hostería Balcón del Río (Música en vivo, baile, bebidas, etc.)

### **DÍA 2**

- Alimentación y hospedaje en la Hostería Luzcelinda.
- Visita a las playas del Río Upano
- Bungee jumping
- Deportes tradicionales (Fútbol, baloncesto, Volley)
- Evento en lugar turístico Anaconda (Música en vivo, baile, canto, etc.)

### **DÍA 3**

- Alimentación y hospedaje en la Hostería Luzcelinda.
- Rafting en el Río Upano
- Relajamiento (SPA, Sauna, Turco, Hidromasaje)
- Visita el zoológico, parque, miradores del Cantón Sucúa.
- Traslado desde el cantón Sucúa hasta la ciudad de Quito.