



Gabriela Alexandra León Montenegro

INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL BARRIO
ISINCHE, DEL CANTÓN PUJILÍ, PERTENECIENTE A LA
PROVINCIA DE COTOPAXI”

Ing. Julio César Tapia
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Verónica Parreño
CODIRECTORA DE TESIS



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA





ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA





CAPÍTULO I

ANTECEDENTES:

- Impulso de actual gobierno al turismo
- Desarrollo de un plan de turismo sostenible basado en su territorio , productos turísticos y riqueza cultural
- La actual importancia que se da al turismo
- El turismo como fuente de reactivación económica
- El PLANDETUR.- Es un plan de turismo con una gestión que apunta a convertirse en una herramienta efectiva para la inclusión y equidad social.



El Cantón Pujilí

Ubicación.- Se localiza en la región interandina del Ecuador, en la zona Centro – Occidental de la Provincia de Cotopaxi, a 10 km. al este de la ciudad de Latacunga.

Límites

Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga

Sur: Pangua, Bolívar (Guaranda), y Tungurahua (Ambato)

Este: Latacunga y Salcedo

Oeste: La Maná y Pangua

División Política

El cantón Pujilí, se compone de ocho parroquias rurales que son: La Victoria, Guangaje, Isinlivi, Zumbahua, Angamarca, Pilaló, El Tingo y Chugchilán



HIPÓTESIS

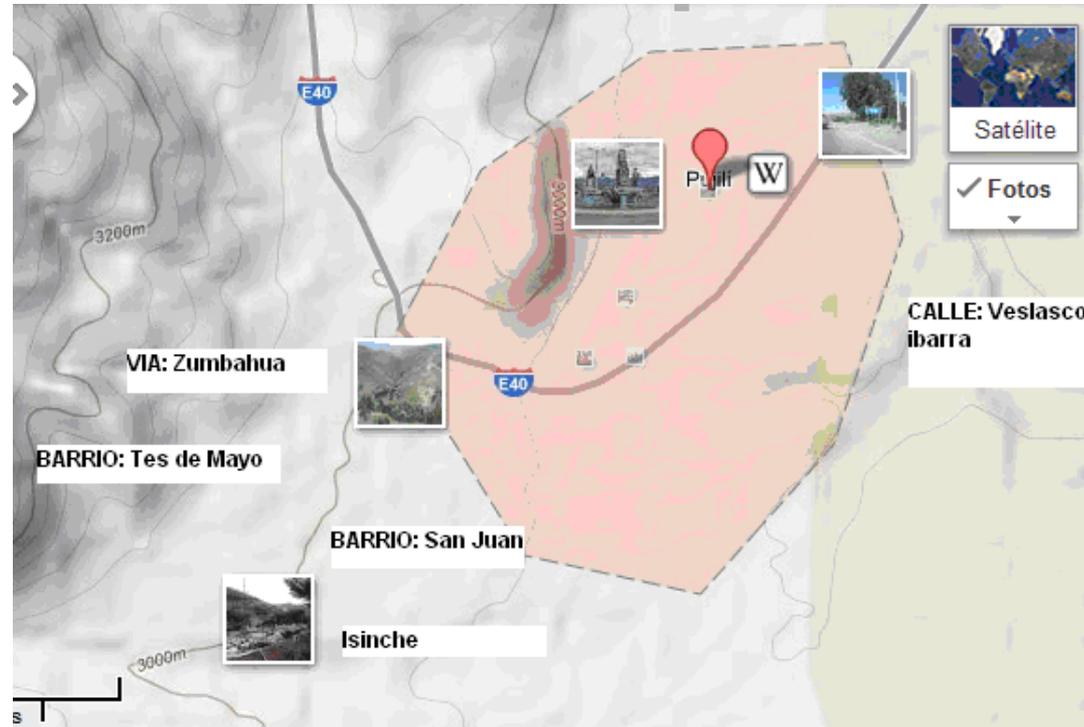
Para el estudio se ha planteado la siguiente hipótesis

Tema:“Elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el barrio Isinche, del cantón Pujilí, perteneciente a la provincia de Cotopaxi”

Hipótesis: La aceptación para la creación de un Complejo Turístico en el Barrio Isinche del Cantón Pujilí es mayor al 50%



UBICACIÓN DEL BARRIO ISINCHE



El Barrio Isinche se encuentra ubicado a 3 kilómetros al sur del Cantón Pujilí, para llegar a este lugar se ingresa por la calle Velasco Ibarra, la vía es de 2^{da} orden asfaltada.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Barrio Isinche, del cantón Pujilí, perteneciente a la provincia de Cotopaxi para lograr satisfacer las necesidades de distracción y de entretenimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un proyecto de factibilidad que permita determinar la oferta y demanda histórica, actual y proyectada para estructurar la demanda insatisfecha.

Diseñar un estudio técnico para establecer localización, tamaño, infraestructura ideal para la creación del complejo turístico.

Realizar un estudio organizacional para determinar su constitución y estructura.

Elaborar estrategias comerciales para que la empresa incremente su participación en el mercado

Desarrollar el estudio financiero para analizar el monto de inversión que se requiere para la creación del complejo.



CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Identificación del servicio

El servicio que se pretende ofrecer para captar la atención y satisfacer las necesidades del cliente, es un sitio turístico en el que se incluye servicio de alimentación, recreación, relajación, y complementarios, con una infraestructura adecuada para su sano esparcimiento, relajación, y que pueda degustar de los platos típicos de la región, además procurando brindar siempre una atención de calidad

SERVICIOS QUE BRINDARA EL COMPLEJO



Alimentación



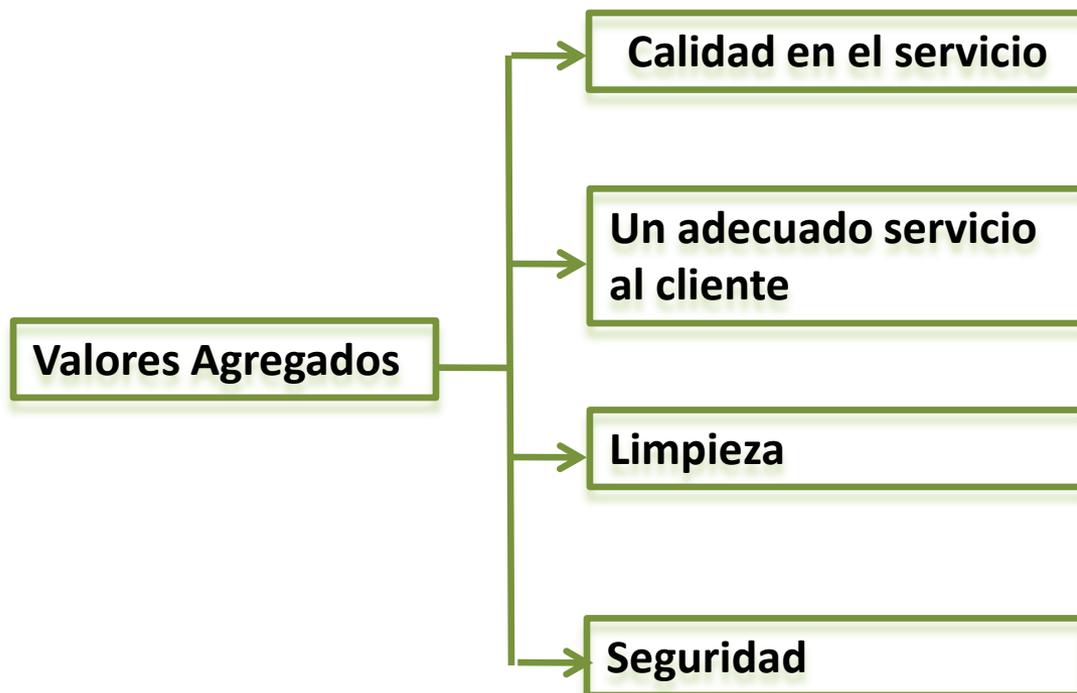
Recreación



Relajación



Servicios complementarios

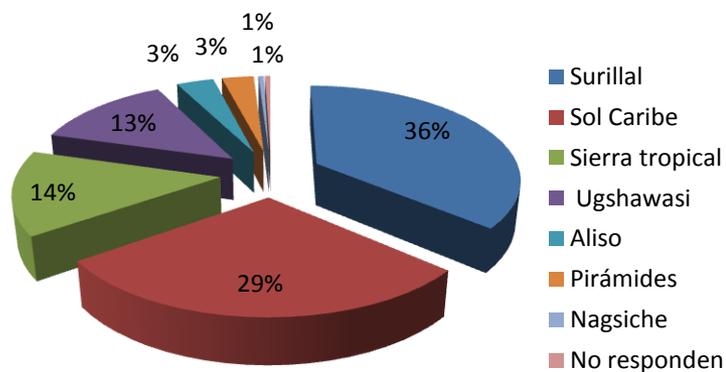




¿Ud. ha visitado alguna vez un complejo turístico?

¿Cual?

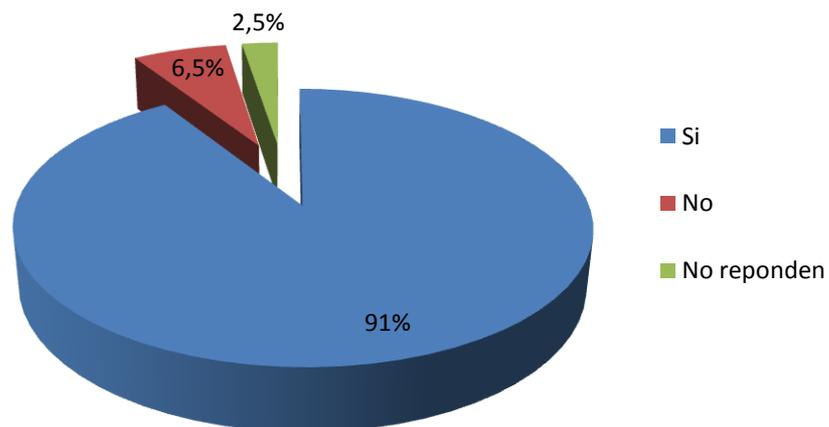
SITIO	CIUDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Surillal	Salcedo	145	36,30%
Sol Caribe	Latacunga	116	29,00%
Sierra tropical	Latacunga	57	14,30%
Ugshawasi	Pujilí	52	13,00%
Aliso	Pujilí	14	3,50%
Pirámides	La Mana	12	3,00%
Nagsiche	Salcedo	2	0,50%
No responden		2	0,50%
TOTAL		400	100%





¿Ud. ha visitado el Santuario del Niño Isinche del Cantó Pujilí de la Provincia de Cotopaxi?

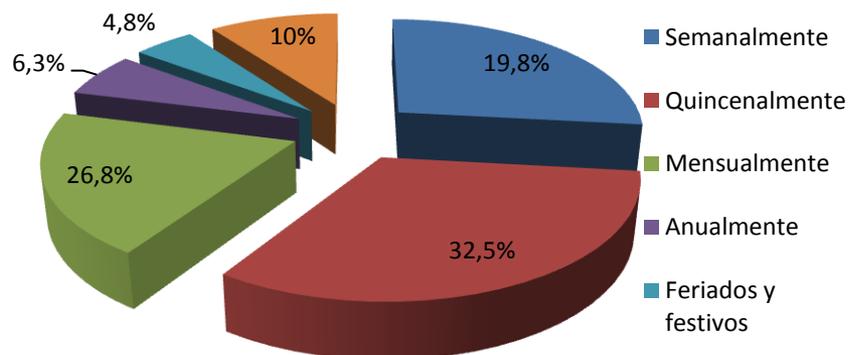
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	351	91,0%
No	25	6,5%
No responden	10	2,5%
TOTAL	386	100%





¿Con qué frecuencia visita usted el Barrio Isinche?

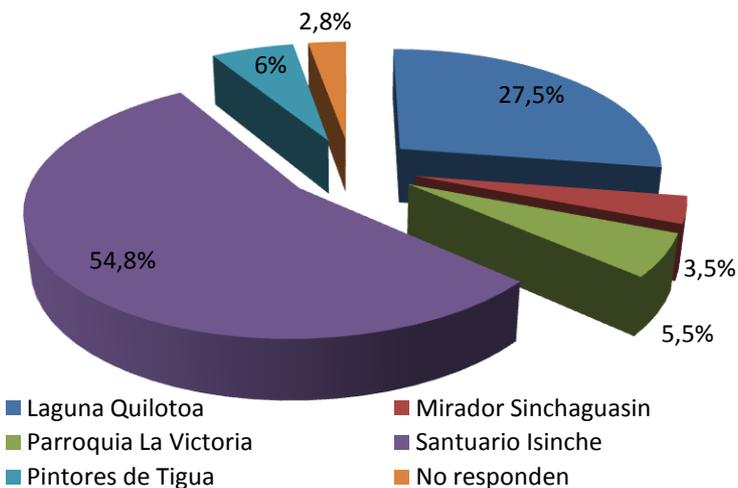
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Quincenalmente	114	32,5%
Mensualmente	94	26,8%
Semanalmente	69	19,8%
No responden	35	10,0%
Anualmente	22	6,3%
Feriados y festivos	17	4,8%
TOTAL	351	100%





¿Cuál de estos lugares turísticos considera Ud. que es el más visitado?

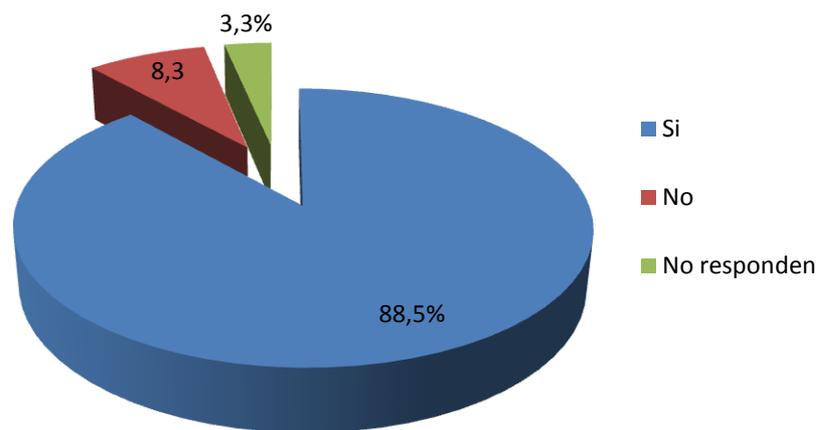
SITIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santuario Isinche	212	54,8%
Laguna Quilotoa	106	27,5%
Pintores de Tigua	23	6,0%
Parroquia La Victoria	21	5,5%
Mirador Sinchaguasin	13	3,5%
No responden	11	2,8%
TOTAL	386	100%





¿Cree que haría falta otro complejo turístico en la ciudad de Pujilí?

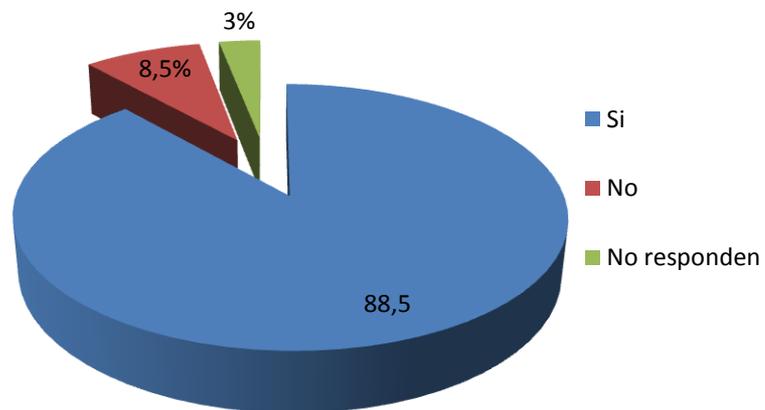
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	341	88,5
No	32	8,3
No responden	13	3,3
TOTAL	386	100%





¿Estaría de acuerdo a que se cree un complejo turístico cerca del Santuario de Isinche en Pujilí?

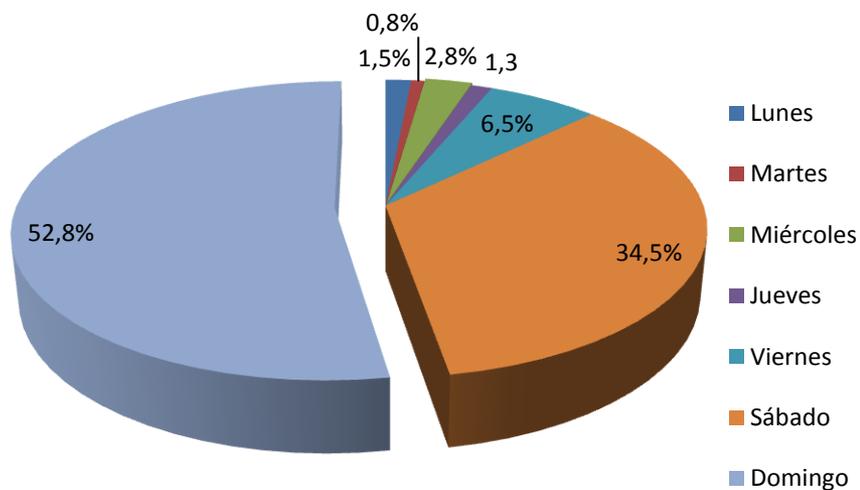
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	342	88,5%
No	32	8,5%
No responden	12	3,0%
TOTAL	386	100%





¿Qué día de la semana Ud. prefiere visitar un complejo turístico?

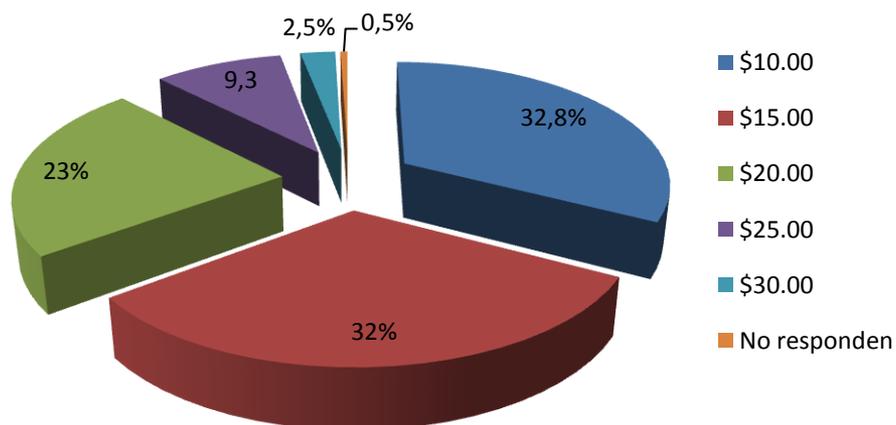
DÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Domingo	211	52,8%
Sábado	138	34,5%
Viernes	26	6,5%
Miércoles	11	2,8%
Lunes	6	1,5%
Jueves	5	1,3%
Martes	3	0,8%
TOTAL	400	100%





¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a gastar en un complejo turístico?

GASTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10.00	131	32,8%
\$15.00	128	32,0%
\$20.00	92	23,0%
\$25.00	37	9,3%
\$30.00	10	2,5%
No responden	2	0,5%
TOTAL	400	100%

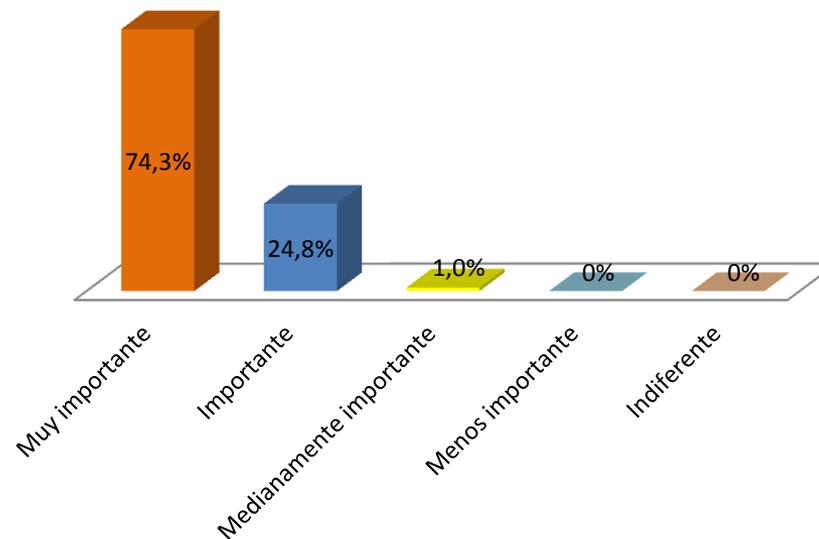




Percepción de los servicios del complejo turístico

▪ Servicios de restaurante

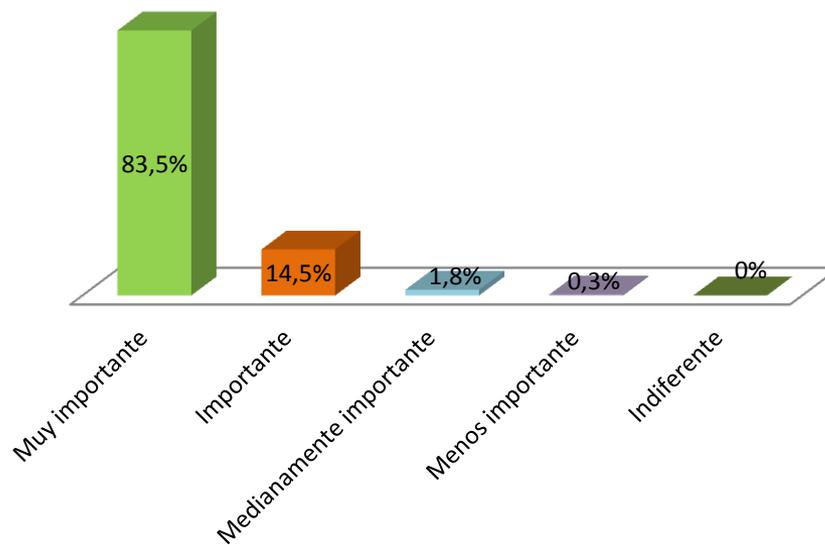
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	297	74,3%
Importante	99	24,8%
Medianamente importante	4	1,0%
Menos importante	0	0,0%
Indiferente	0	0,0%
TOTAL	400	100%





•Servicio de balneario

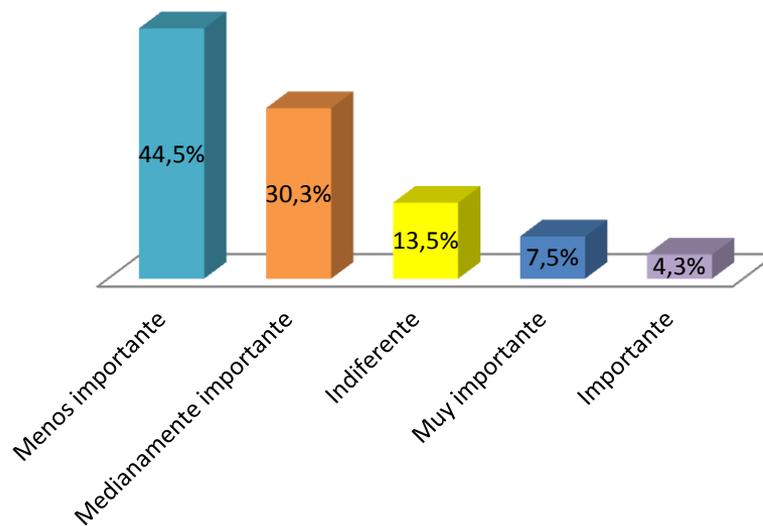
CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	334	83,5%
Importante	58	14,5%
Medianamente importante	7	1,8%
Menos importante	1	0,3%
Indiferente	0	0.0%
TOTAL	400	100%





•Servicio de alojamiento

CONDICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos importante	178	44,5%
Medianamente importante	121	30,3%
Indiferente	54	13,5%
Muy importante	30	7,5%
Importante	17	4,3%
TOTAL	400	100%

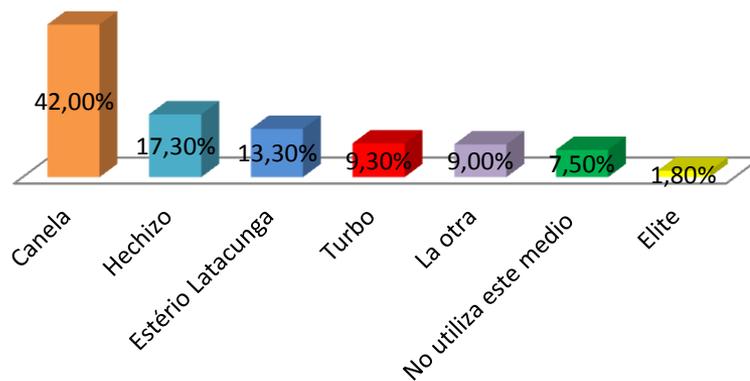




¿Qué medio de comunicación escucha frecuentemente?

- Radio

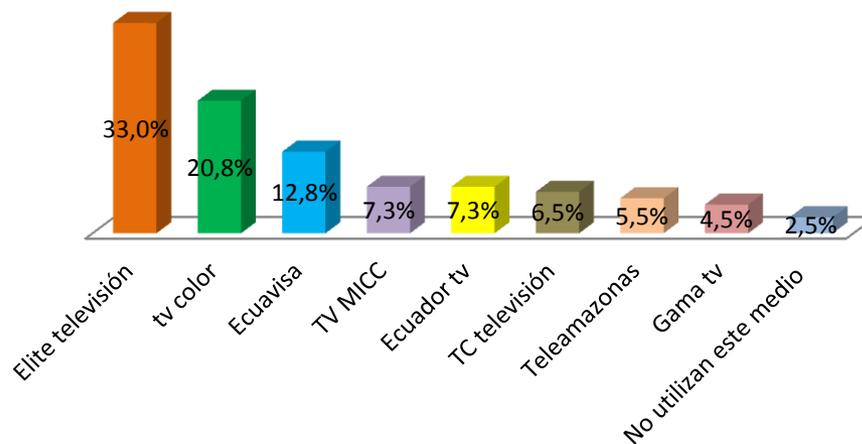
RADIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canela	168	42,0%
Hechizo	69	17,3%
Estéreo Latacunga	53	13,3%
Turbo	37	9,3%
La otra	36	9,0%
No utiliza este medio	30	7,5%
Elite	7	1,8%
TOTAL	400	100%





•Televisión

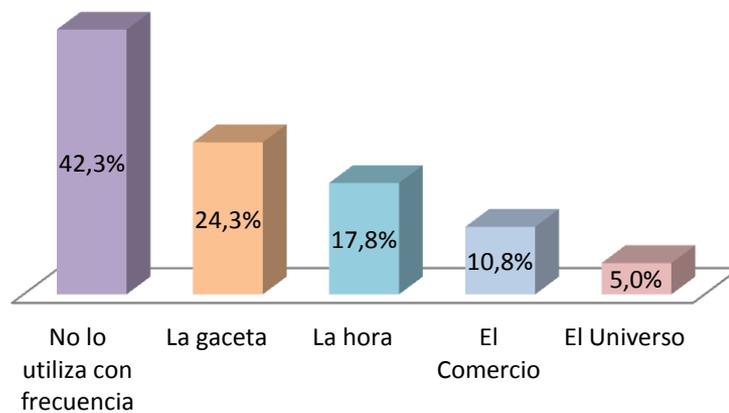
TELEVISIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv color	132	33,0%
Elite televisión	83	20,8%
Ecuavisa	51	12,8%
TV MICC	29	7,3%
Ecuador tv	29	7,3%
TC televisión	26	6,5%
Teleamazonas	22	5,5%
Gama tv	18	4,5%
No utilizan este medio	10	2,5%
TOTAL	400	100%





•Prensa

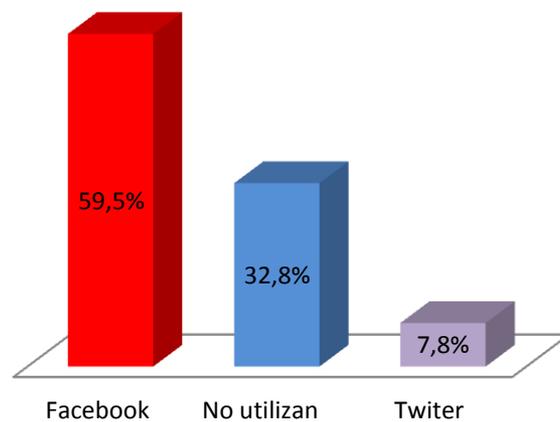
PRENSA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No lo utiliza con frecuencia	169	42,3%
La gaceta	97	24,3%
La hora	71	17,8%
El Comercio	43	10,8%
El Universo	20	5,0%
TOTAL	400	100%





• Redes Sociales

REDES SOCIALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	238	59,5%
No utilizan	131	32,8%
Twiter	31	7,8%
TOTAL	400	100%





ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda actual

NÚMERO DE VISITAS AL CANTÓN PUJILÍ		
AÑO	VISITA ANUAL	VISITA MENSUAL
2012	34.182	2.849

$$F_c = \sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

$$F_c = 1,064$$

Demanda proyectada

AÑO PROYECTADOS	PROYECCIÓN
2013	36.370
2014	38.698
2015	41.176
2016	43.812
2017	46.616
2018	49.600



ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta actual

AÑO 2012	
# COMPLEJOS	CAPACIDAD DE PERSONAS POR DÍA
2	30.000 visitas

Oferta proyectada

AÑOS	CAPACIDAD POR AÑO
2013	30.000
2014	30.000
2015	30.000
2016	30.000
2017	30.000



DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA ESPERADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA
2013	36.370	30.000	6.370
2014	38.698	30.000	8.698
2015	41.176	30.000	11.176
2016	46.616	30.000	16.616
2017	49.600	30.000	19.600



ANÁLISIS DE PRECIOS

NOMBRE DEL COMPLEJO	CANTÓN	PRECIOS DE ENTRADA \$
Alsacia	Latacunga	4,00
Paraíso de María	Salcedo	3,00
El Surilla	Salcedo	5,00
Sierra Tropical	Latacunga	4,00
Sol Caribe	Latacunga	4,00
El Aliso	Pujilí	3,00
Ugshawasi	Pujilí	3,00



CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

• TAMAÑO DE LA EMPRESA

**Factores
determinantes
del tamaño de la
empresa**

- Condiciones de mercado
- Costo y disponibilidad de terreno
- Disponibilidad de recursos financieros
- Disponibilidad de recursos humanos
- Disponibilidad de insumos y materiales
- Disponibilidad de tecnología
- Factores ambientales



➤ Condiciones de Mercado

Para poder analizar las condiciones de mercado en las que se va a desarrollar el proyecto del complejo turístico hay que tomar en cuenta la demanda insatisfecha existente en el mercado para el año 2013, la cual es de 6.370 personas insatisfechas por la falta de este servicio

Con la creación de este nuevo complejo se estima captar un 72%, de la demanda, es decir que el complejo tendrá una capacidad 20.186

CLIENTES QUE CAPTARÁ LA EMPRESA

DEMANDA INSATISFECHA 2013	CAPTACIÓN DE INSATISFECHA	CANTIDAD DE PERSONAS A CAPTAR
6.370	20%	1.274
VISITAS ANUALES AL CANTÓN PUJILÍ	PERSONAS A CAPTAR	PERSONAS QUE SE ESPERA CAPTAR
36.370	52%	18.912
TOTAL	62%	20.186

CONSUMO ESPERADO DEL SERVICIO

TOTAL DE CLIENTES POR CAPTAR	GASTO PROMEDIO	TOTAL
20.186	9,05	182.683,30



➤ Costo y disponibilidad de terreno

Si existe disponibilidad de terrenos, actualmente hay dos propiedades en venta una al frente de la hacienda del Niño de Isinche y la otra esta ubicada al norte del barrio a 250 metros de distancia de la hacienda. En cuanto al costo de terreno esta alrededor de 18.000 dólares por hectárea peros este precio es negociable.

Para la construcción del complejo se requiere de una inversión de \$147.500,00 dólares



➤ **Disponibilidad de recursos financieros**

Para la construcción del complejo se contara con capital propio y a través de un crédito que se obtendrá de las en una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones

Para este proyecto se ha seleccionado al Banco Nacional de Fomento



➤ Disponibilidad de recursos humanos

El personal a contratar para atender al cliente en el complejo serán personas del Cantón Pujilí y del Barrio Isinche ya que este proyecto busca crear fuentes de trabajo para su gente y que haya un mejor desarrollo turístico en este sector.

El número personas que se requiere para el funcionamiento del complejo es de 10 personas .

El costo de mano de obra total anual es de \$ 121.870,20.



COSTOS TOTALES

DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2 Hectáreas de terreno	18.500,00	37.000,00

DETALLE	COSTO TOTAL
Edificios y estructura	147.500,00

DETALLE	COSTO TOTAL
Equipo de oficina	442,98
Equipo de cómputo	950,00
Equipo de cocina	2.048,79
Equipo de recreación	2.579,00
Muebles y enseres	1.675,06
Materiales, Insumos y servicios	4.831,00
TOTAL	12.526,83

DETALLE	COSTO TOTAL
Camioneta Chevrolet Dmax Doble Cabina	18.000,00



Matriz de localización

OPCIONES	PESO	JUNTO A L SANTUARIOS NIÑO DE ISINCHE "A"		A UNOS METROS DE DISTANCIA DEL SANTUARIO DE "B"	
		CALIFICACIÓN 10	CALIFICACIÓN PONDERADA	PESO	CALIFICACIÓN PONDERADA
Disponibilidad de terreno	0.3	8	2.40	9	2.70
Proximidad a fuentes de abastecimiento	0.1	7	0.70	8	0.80
Disponibilidad de mano de obra	0.2	8	1.60	9	1.80
Vías de acceso y transporte	0.1	8	0.80	8	0.80
Servicios básicos	0.2	7	1.40	9	1.80
Infraestructura	0.2	9	1.80	9	1.80
TOTAL	1		8.7		9.7



CAPITULO IV

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Constitución de la empresa

El Complejo Turístico Niño de Isinche se constituirá como una empresa unipersonal es decir por una persona natural

Requisitos para su constitución

- Reservar el nombre de la empresa, en la Superintendencia de Compañías
- Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa
- Hacer la escritura publica de constitución
- Aprobación de la escritura publica ante un juez de lo Civil
- Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil
- Publicación un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa
- Contar con la Patente Municipal
- Permisos de los Bomberos



Tipo de empresa.- Se constituirá como empresa unipersonal

Razón social

“COMPLEJO TURÍSTICO NIÑO DE ISINCHE”

logotipo y slogan





Visión 2017

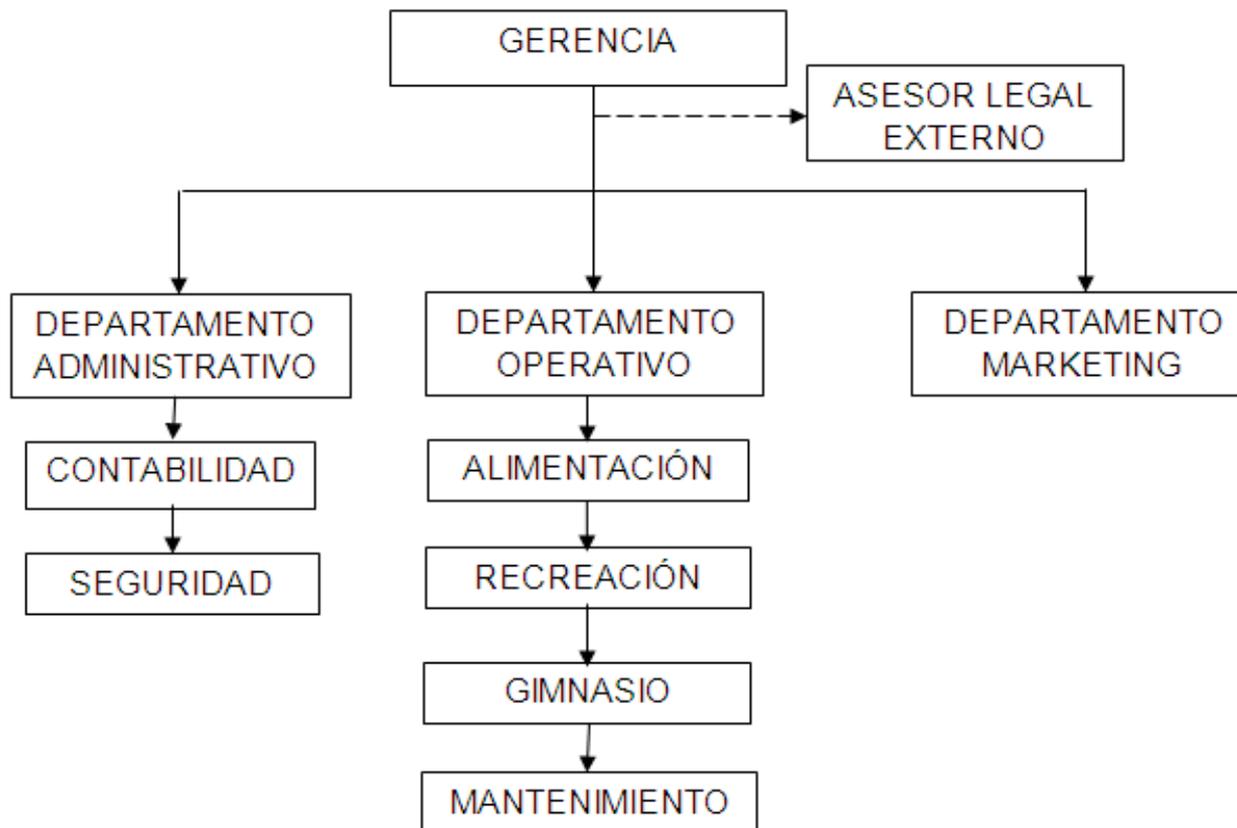
Llegar a ser una empresa reconocida en la Provincia de Cotopaxi en el ámbito turístico, por brindar un servicio oportuno, eficiente, de calidad, con personal altamente capacitado y responsable, tratando siempre de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, esto nos permitirá mantenernos en el mercado como una empresa sólida.

Misión

Brindar un servicio de excelente calidad para atender las demandas turísticas actuales tales como: esparcimiento y alimentación, para satisfacer las necesidades de sus clientes, a través de una buena atención, personal capacitado, y eficiencia en el servicio.



Organigrama





CAPÍTULO V

ESTRATEGIAS COMERCIALES

Estrategia de precio

Para la fijación del precio del servicio que se ofrecerá en el complejo, se ha considerado hacerlo en función de la competencia

Estrategia de promoción

- Publicidad en medios de comunicación locales y redes sociales
- Realizar eventos y actividades para promocionar el complejo
- A través de letreros, carteles, afiches, volantes
- Ofrecer descuentos por cantidad o por temporada



Estrategia de producto /servicio

- Mejorar o crear procesos para hacer más satisfactoria la experiencia del cliente al momento de recibir el servicio
- Incluir características adicionales al servicio prestado
- Incluir nuevos servicios en el complejo
- Atraer el mercado mediante la adaptación y personalización de los servicio

Estrategia de plaza

- Lograr una buena cobertura del mercado
- Ofrecer al mercado meta una variedad de servicios, garantizar su satisfacción y brindar comodidad y confort al cliente
- Incluir valor agregado a los servicios
- Hacer que la estadía del cliente se agradable



Estrategia de distribución



CLIENTES



Productor – consumidor

- Distribución directa entre la empresa y el cliente y evitando retrasos en la entrega del servicio
- Comunicación directa con el cliente
- Ofrecer nuestros servicios vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos
- Realizar convenios con agencias de turismo dentro de nuestra provincia



CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO

Activo Fijo

DETALLE	TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Terreno	37.000,00	0	0
Edificios e infraestructura	147.500,00	20	7.375,00
Maquinaria y Equipo	5.070,77	10	507,08
Equipo de computo	950,00	3	316,67
Muebles y enseres	1.675,06	10	167,51
Vehículo	18.000,00	5	3.600,00
TOTAL	210.195,83		11.966,26

Capital de trabajo

DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Materia prima	284,00	3.408,00
Mano de obra directa	7.014,52	84.174,24
Mano de obra indirecta	3.141,33	37.695,96
Mantenimiento y servicios	118,58	1.423,00
TOTAL	10.558,43	
CAPITAL DE TRABAJO		126.701,20



Presupuestos de Ingresos

DETALLE	VALOR UNITARIO	CAPACIDAD INSTALADA EL 50%	TOTAL DIARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Servicio de balneario	3,50	100	350,00	4.375,00	70.000,00
Servicio de restaurante	4,50	25	112,50	1.568,75	25.100,00
Servicio de Bar	5,00	25	62,00	781,25	12.500,00
Servicios deportivos	3,50	50	175,00	2.187,50	35.000,00
Servicio de gimnasio y spa	4,00	50	100,00	2.500	40.000,00.
TOTAL			799,50	15.216,67	182.600,00



Presupuestos de egresos

DETALLE	TOTAL ANUAL
COSTOS DIRECTOS	
Mano de obra directa	84.174,24
Materia prima	3.408,00
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de obra indirecta	23.745,60
Mantenimiento, Insumos y servicios	4.831,00
Depreciaciones	11.966,26
Amortizaciones	840,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y salarios de los administrativos	13.950,36
Gasto de ventas	
Publicidad y propaganda	5.300,00
TOTAL	148.215,46



FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	% DE APOORTE	MONTO TOTAL
Recursos económicos propios	50%	130.002,43
Recursos económicos de terceros	50%	130.002,43
TOTAL	100%	260.004,86

La institución financiera que se ha escogido para realizar el crédito requerido para la ejecución de este proyecto es el Banco Nacional de Fomento, ya que esta institución otorga créditos al sector turístico, además, ofrece un interés del 10% y un plazo de 5 años



Estado de resultados

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas anuales	182.600,00	198.650,54	216.111,92	235.108,16	255.774,17
(-) Costo de venta	87.582,24	95.280,72	103.655,89	112.767,25	122.679,49
(-)Gasto depreciación operativos	7.882,08	8.574,91	9.328,65	10.148,64	11.040,70
(-) Gasto mantenimiento	4.831,00	5.255,64	5.717,62	6.220,19	6.766,95
=UTILIDAD BRUTA	82.304,68	89.539,26	97.409,76	105.972,08	115.287,03
(-)Gastos administrativos	13.950,36	15.176,60	16.510,62	17.961,90	19.540,75
(-)Gasto depreciación Administrativos	4.084,18	4.443,18	4.833,73	5.258,62	5.720,85
(-)Gasto de ventas	5.300,00	5.765,87	6.272,69	6.824,06	7.423,89
(-) Amortización gastos de constitución	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
=UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	58.130,14	63.313,62	68.952,72	75.087,50	81.761,53
(-)Amortización pago de crédito	28.600,54	28.600,54	28.600,54	28.600,54	28.600,54
=UTILIDAD/PERDIDA ANTES DE IMPUESTOS	29.529,60	34.713,08	40.352,18	46.486,96	53.160,99
(-)Participación trabajadores 15%	4.429,44	5.206,96	6.052,83	6.973,04	7.974,15
(-)Impuesto a la renta 25%	6.275,04	7.376,53	8.574,84	9.878,48	11.296,71
(-)Reserva legal 10%	1.882,51	2.212,96	2.572,45	2.963,54	3.389,01
=UTILIDAD NETA	16.942,61	19.916,63	23.152,06	26.671,89	30.501,12



Flujo neto de fondos

=UTILIDAD NETA	16.942,61	19.916,63	23.152,06	26.671,89	30.501,12
(-)Reposición de activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+Depreciaciones operativos	7.882,08	8.574,91	9.328,65	10.148,64	11.040,70
+Depreciaciones administrativos	4.084,18	4.443,18	4.833,73	5.258,62	5.720,85
+Amortizaciones gastos de constitución	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
+Amortizaciones pago crédito	28.600,54	28.600,54	28.600,54	28.600,54	28.600,54
FLUJO DE FONDOS NETOS	58.349,41	62.375,26	66.754,98	71.519,69	76.703,21



Evaluación financiera

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO SIN CRÉDITO

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)	
Inflación mensual	2.39%
Tasa Riesgo	6.31%
TMAR anual	8,70%
TMAR mensual	0,73%

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO CON CRÉDITO

Tasa de interés activa que le cobra la IF			9.93%
FINANCIAMIENTO	APORTACIÓN	TASA INDIVIDUAL	PONDERACIÓN
Propio	50%	8,70%	4.35%
Crédito	50%	9,93%,	4,96%
Total	100%	TMAR	9.31%



Criterios de Evaluación

Valor Actual Neto

$$VAN = -I + \frac{FNF_1}{(1+i)^1} + \frac{FNF_2}{(1+i)^2} + \frac{FNF_3}{(1+i)^3} + \frac{FNF_4}{(1+i)^4} + \frac{FNF_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -210.195,83 + \frac{58.349,41}{(1 + 9,31\%)^1} + \frac{62.375,26}{(1 + 9,31\%)^2} + \frac{66.754,98}{(1 + 9,31\%)^3} + \frac{71.519,69}{(1 + 9,31\%)^4} + \frac{76.703,21}{(1 + 9,31\%)^5}$$

$$VAN = 423.224,59$$

Tasa Interna de Retorno

	PERIODO	FLUJO DE FONDOS
DESEMBOLSO	0	-210.195,83
FLUJO DE FONDOS	1	58.349,41
	2	62.375,26
	3	66.754,98
	4	71.519,69
	5	76.703,21
TIR		17.33%



Periodo de recuperación de la inversión

$$TR = \frac{\text{inversión inicial}}{\frac{\sum \text{fujos de fondo}}{\# \text{años}}}$$

$$TR = \frac{210.195,83}{\frac{335.702,55}{5 \text{ años}}}$$

$$TR = 3.1 \text{ Años}$$

Relación Beneficio /Costo

$$B / C = \Sigma \text{ Flujo de Fondos} / \text{Inversión}$$

$$RB/C = \frac{335.702,55}{210.195,83}$$

$$RB/C = 1.59$$



RESULTADO DEL ANÁLISIS FINANCIERO

ÍNDICES	EVALUACIÓN	DECISIÓN
VAN(valor Actual Neto)	423.224,59	Favorable
TIR(Tasa Interna de Retorno)	17,33%	Favorable
Periodo de recuperación de la inversión	3años y 1 mes	Favorable
Relación Beneficio/costo	0,59	Favorable



CAPITULO VII

CONCLUSIONES

- El proyecto es viable, ya que este tipo de inversión traerá grandes beneficios y utilidades, además de plazas de trabajo para los habitantes del Cantón Pujilí y del barrio Isinche
- A través del desarrollo de este trabajo se ha probado la hipótesis planteada en el Capítulo I, sobre la aceptación para la creación de un complejo turístico en el Barrio Isinche, del Cantón Pujilí si es mayor al 50% y los resultados del estudio nos dice que hay una aceptación del 88,5%.
- Un aspecto positivo para este proyecto es la gran afluencia de personas al Barrio Isinche por la presencia del Santuario del Niño de Isinche en este lugar, esto es bueno ya que estas personas serán nuestros posibles clientes.
- Se ha determinado que existe una demanda insatisfecha de 6.370 personas en el mercado de la cual se captara el 20% es decir 1.270 personas serán atendidas



➤ En el estudio técnico de proyecto se ha podido señalar la ubicación más adecuada para el complejo y como estará distribuido sus instalaciones para su buen funcionamiento. También se determinó la disponibilidad de recursos financieros, recursos humanos, la disponibilidad de insumos y materiales y disponibilidad de tecnología necesarios para la parte operativa de la empresa

Recomendaciones

- El proyecto debe ejecutarse, según el estudio realizado este proyecto es viable, si existe rentabilidad y brindará fuentes de trabajo a los habitantes del Cantón Pujilí
- Se debe aprovechar la aceptación que tiene el proyecto en el mercado
- Explotar al máximo los recursos turísticos rurales que posee el Barrio Isinche del Cantón Pujilí
- Aprovechar la gran afluencia de personas que visitan el Barrio Isinche, para la captación de clientes



- Brindar un ambiente de tranquilidad, comodidad, diversión, relajación y distracción para que el cliente se sienta a gusto en el complejo y disfrute de este lugar y así cubrir la demanda insatisfecha que existe en el mercado.
- Ubicar adecuadamente el complejo y la distribución de sus instalaciones para que el complejo tenga un buen funcionamiento
- Elaborar estrategias comerciales tales como promociones, mejoramiento del servicio, precios accesibles, esto permitirá a la empresa incrementar su participación en el mercado