



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO  
TURÍSTICO EN LA VÍA ALOAG SANTO DOMINGO KM 52.

Trabajo de Titulación presentado como requisito para optar por el Título de  
Tecnólogo en: Administración de Empresas

AUTOR/A: MOLINA LÓPEZ GLADYS ESTRELLITA

TUTOR/A: LOZANO LIGIA VANESA

Quito, Julio, 2019

**CONSTANCIA DE APROBACIÓN**

Habiendo revisado el trabajo final de Graduación de la señorita **GLADYS ESTRELLITA MOLINA LÓPEZ** portadora de la cédula de identidad 1717567968, con el tema de tesis **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA VÍA ALOAG SANTO DOMINGO Km. 52”** **CERTIFICO** que el trabajo cumple con las normas metodológicas y de investigación científica, por lo tanto, **SE APRUEBA EL TRABAJO FINAL DE GRADUCACIÓN**

Atentamente,

Ing. Ligia Vanesa Lozano

**DIRECTORA DEL TRABAJO FINAL DE GRADUCACIÓN**

C.C. 1104340458

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos, ideas, opiniones y conclusiones expuestos en el presente documento son de exclusiva responsabilidad de la autora. Autorizo al ITSHCPP para la utilización de los mismos con fines educativos.

Quito, 26 de Junio del 2019

GLADYS ESTRELLITA MOLINA LÓPEZ

1717567968

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo al ser que dio luz a mi vida, a un ser incondicional que pese a sus años aún me sigue viendo como la niña de sus ojos, a él que día a día puso un voto de confianza en mí y hoy con este logro quiero demostrarle que no lo decepcioné, a él que fue más que un abuelo, es el padre de mi alma, porque sin él todo sería diferente. A mis niños Favián e Iván que con su amor siempre me inculcaron ir hacia adelante, a mis tías, Bachi y Annel que más que tías son mis consejeras, amigas y madres, a mi hermana Magaly que siempre me mantuvo pendiente el recuerdo de mi madre y que con su ejemplo me ha enseñado que la vida es de valientes, a mis primos hermanos Karina, Jimena, Oscar, Santi y Maryuri que son mis amigos incondicionales y a mis pequeños sobrinos Ariana, Arelis, Adrián, Diego y Victoria que son la alegría de mi corazón y con sus palabras, sonrisas y abrazos hacen que la tía T sea extraordinariamente feliz. Gracias a todos usted hoy he logrado alcanzar una meta más en mi vida, algo que parecía difícil pero que finalmente lo logré. Como no dedicarles este fuerza si son mi razón de vivir.

Gladys Estrellita Molina López

## AGRADECIMIENTO

Quiero empezar dando gracias a Papito Dios, por todas las bendiciones que han caído sobre mí, a mi madre y abuelita que desde el cielo me cuidan y protegen.

Al Instituto Tecnológico Superior del Honorable Consejo Provincial de Pichincha por haberme abierto las puertas y brindarme una excelente educación y preparación para mi futuro, a mis amigas incondicionales Dora y Paola, que siempre me dieron aliento para no desmayar a mis compañeros de clase y mis queridos maestros, especialmente a la Ing. Ligia Lozano mi tutora por ese apoyo incondicional y por compartir sus conocimientos que servirán para mi futuro.

A mis hermanas Lorena y Maritza, por su apoyo en esta etapa de mi vida, a mi pequeño sobrino quien dio alegría a mi corazón y a toda mi gran familia que durante este tiempo de estudios me brindó su amor, comprensión y ayuda incondicional.

Gladys Estrellita Molina López

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este proyecto se basa en la necesidad de proveer el servicio de un Complejo Turístico en la Parroquia de Manuel Cornejo Astorga, sector Tandapi.

Se ha promocionado sobre el proyecto a los habitantes y turistas de la Parroquia de Manuel Cornejo Astorga, por donde transitan la mayor parte de personas debido a que la Vía Aloag Santo Domingo es una de las vías más importantes del país que une a la Sierra, Costa y Oriente Ecuatoriano.

La calidad del servicio a brindarse en el Complejo Turístico protegerá el éxito de la empresa y debido a la demanda que existe en el sector es importante conocer el mercado objetivo utilizando el mecanismo correcto poniendo en uso las técnicas de investigación.

El proyecto se desarrollara con un estudio técnico, con procesos, herramientas, donde se detallaran los equipos de trabajo, personal adecuado, leyes y requisitos necesarios para el funcionamiento de la empresa en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, sector Tandapi.

Son de mucha importancia los contenidos de este trabajo para mi carrera, que ha facilitado conocer de manera directa la necesidad de los turistas y con los mismos mejorar a base de conocimientos, experiencia laboral y personal, es de gran motivación la creación de esta empresa, gracias a los conocimientos de mis queridos profesores compartidos durante estos seis periodos de mi carrera. La meta de tener el Complejo Turístico es un sueño que pronto se hará realidad, distinguiéndose por el servicio de calidad, un lugar confortable, seguro y garantizado para el bienestar de nuestros clientes.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
TEMA DEL PROYECTO .....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	3
OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
CAPÍTULO I.....	5
ESTUDIO DE MERCADO.....	5
<b>1.1. SEGMENTACIÓN</b> .....	5
1.1.1 Geográfica: .....	5
1.1.2 Demográficas:.....	5
1.1.3 Psicográficas.....	6
1.1.4 Conductual.....	6
<b>1.2 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS</b> .....	6
1.2.1 Diseño de la Investigación .....	6
1.2.2 Unidad de Análisis .....	6
<b>1.3 UNIVERSO Y MUESTREO</b> .....	7
1.3.1 Cálculo de la muestra (N) .....	7
1.3.2 Formato de la Encuesta .....	8
1.3.3 Análisis de la Encuesta.....	11
<b>1.4 ANÁLISIS DEL MERCADO</b> .....	26
1.4.1 Demanda del servicio.....	26
1.4.2 Demanda proyectada.....	27
<b>1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA</b> .....	27
1.5.1 Oferta.....	27
1.5.2 Oferta proyectada .....	28
1.5.3 Demanda Insatisfecha .....	29
<b>1.6 Estrategias de Marketing</b> .....	29
1.6.1 Marketing Mix .....	30
1.6.2 Producto/Servicio.....	30

1.6.2.2 Estrategias del producto .....	31
1.6.3 Precio.....	32
1.6.4 Plaza .....	35
1.6.5 Promoción y Publicidad .....	35
1.6.6 Logo de la Empresa.....	37
CAPÍTULO II.....	39
ESTUDIO TÉCNICO.....	39
2.1. LOCALIZACIÓN.....	39
2.1.1 Macro localización.....	40
2.1.2 Micro localización.....	41
2.1.3 Localización óptima .....	41
2.2 INGENIERÍA BÁSICA DEL PROYECTO.....	42
2.2.1 Descripción del servicio.....	42
2.3 DISEÑO Y COSTO DE PAQUETES TURÍSTICOS .....	44
2.3.1 Diseño de paquetes.....	44
2.4 DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO.....	45
2.4.1 Área Administrativa .....	45
2.4.2 Lobby .....	45
2.4.3 Área de hospedaje .....	45
2.4.4 Área de alimentos y bebidas .....	46
2.4.5 Área de recreación.....	46
2.4.6 Área del Jardín .....	46
2.5 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	46
2.5.1 Requerimientos de Recursos .....	46
2.5.2 Recursos Financieros .....	46
2.5.3 Recursos Humanos.....	46
2.5.4 Suministros.....	47
2.5.5 Equipos de oficina.....	47
2.5.6 Muebles de oficina .....	47
2.5.7 Muebles y enseres .....	47
2.5.8 Equipos y enseres de cocina.....	49
2.5.9 Transporte .....	50
2.6 DISEÑO DEL COMPLEJO TURÍSTICO .....	50

2.6.1 Procesos.....	50
2.7 ASPECTO ADMINISTRATIVO .....	52
2.7.1 Estudio Organizacional .....	52
2.7.2 Organigrama.....	53
2.7.3 Funciones y requisitos del puesto .....	55
2.8 ESTUDIO LEGAL .....	63
2.8.1 Estructura Legal de una Empresa en Ecuador.....	63
2.8.2 Ley de turismo.....	65
CAPÍTULO III .....	68
ESTUDIO FINANCIERO .....	68
3.1 INVERSIÓN FIJA .....	68
3.1.1 Inversión Propia .....	68
3.1.2 Activos Fijos .....	68
3.1.3 Activos Intangibles y diferidos .....	72
3.1.4 Capital de Trabajo .....	75
3.1.5 Depreciaciones .....	75
3.1.6. Amortización.....	76
3.1.7 Proyecciones por ventas de paquetes en dólares.....	76
3.1.8 Proyección de otros ingresos por ventas en dólares.....	76
3.1.8 Flujo de Caja .....	77
3.8.2 Análisis del Costo Ponderado del Capital.....	80
3.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	82
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES .....	84
Bibliografía.....	85
ANEXO .....	88

## LISTAS DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación Geográfica.....	5
Tabla 2 Segmentación demográfica .....	5
Tabla 3 Segmentación Psicográficas .....	6
Tabla 4 Segmentación Conductual.....	6
Tabla 5 Visitas a Tandapi .....	11
Tabla 6 Edad.....	12
Tabla 7 Género .....	12
Tabla 8 Frecuente Complejos Turísticos.....	13
Tabla 9 Frecuencia .....	14
Tabla 10 Con quién asiste a los Complejos Turísticos.....	15
Tabla 11 Con cuántas personas asiste al Complejo Turístico .....	16
Tabla 12 Cuántos días toma para esta actividad.....	17
Tabla 13 Qué lugares conoce .....	18
Tabla 14 Satisfacción .....	19
Tabla 15 Valoración del lugar .....	20
Tabla 16 Tipos de servicio.....	21
Tabla 17 Valor servicios adicionales.....	22
Tabla 18 Precio.....	23
Tabla 19 Medio de Comunicación.....	24
Tabla 20 Tandapi debe contar con un Complejo Turístico .....	25
Tabla 21 Demanda.....	27
Tabla 22 Demanda Proyectada.....	27
Tabla 23 Oferta.....	28
Tabla 24 Oferta Proyectada .....	28
Tabla 25 Demanda Insatisfecha.....	29
Tabla 26 Servicios .....	30
Tabla 27 Estrategias del Servicio .....	32
Tabla 28 Detalle Precios.....	33
Tabla 29 Estrategias del Precio .....	34
Tabla 30 Estrategias de la Plaza .....	35
Tabla 31 Descuentos y ofertas.....	36
Tabla 32 Estrategias de promoción .....	36
Tabla 33 Localización óptima .....	41
Tabla 34 Alojamiento .....	42
Tabla 35 Área de Alimentación.....	43
Tabla 36 Actividades de recreación.....	43
Tabla 37 Transporte.....	43
Tabla 38 Otros servicios .....	44
Tabla 39 Paquete # 1 .....	44
Tabla 40 Paquete # 2 .....	45
Tabla 41 Paquete # 3 .....	45
Tabla 42 Personal .....	46
Tabla 43 Suministros.....	47

Tabla 44 Equipos de oficina .....	47
Tabla 45 Muebles de oficina .....	47
Tabla 46 Muebles y enseres .....	47
Tabla 47 Equipos y enseres de cocina .....	49
Tabla 48 Transporte.....	50
Tabla 49 Valores.....	53
Tabla 50 Funciones Administrador .....	55
Tabla 51 Funciones de Cajeros.....	56
Tabla 52 Funciones de coordinadores .....	57
Tabla 53 Funciones de Cocinera .....	58
Tabla 54 Funciones de ayudante de cocina .....	59
Tabla 55 Funciones de Ayudante de cocina .....	60
Tabla 56 Funciones personal de limpieza.....	61
Tabla 57 Personal de seguridad.....	62
Tabla 58 Aportación de los socios.....	68
Tabla 59 Construcción.....	68
Tabla 60 Equipo de Computo.....	69
Tabla 61 Muebles de Oficina .....	69
Tabla 62 Muebles y enseres .....	69
Tabla 63 Herramientas y utensilios de cocina .....	70
Tabla 64 Equipos de sonido e iluminación.....	71
Tabla 65 Vehículo .....	71
Tabla 66 Resumen de activos fijos .....	71
Tabla 67 Gasto de Constitución.....	72
Tabla 68 Permisos y licencias .....	72
Tabla 69 Resumen de activos intangibles.....	72
Tabla 70 Publicidad .....	73
Tabla 71 Gastos Administrativos .....	73
Tabla 72 Proyección Servicios Básicos.....	73
Tabla 73 Sueldos y Salarios.....	74
Tabla 74 Mantenimiento.....	74
Tabla 75 Insumos Operativos .....	75
Tabla 76 Capital de Trabajo .....	75
Tabla 77 Depreciaciones .....	75
Tabla 78 Amortizaciones .....	76
Tabla 79 Proyección ingresos.....	76
Tabla 80 Costos Adicionales .....	76
Tabla 81 Porcentaje de personas por paquete.....	77
Tabla 82 Precio por paquetes y total .....	77
Tabla 83 Costos adicionales .....	78
Tabla 84 Flujo Neto de Fondos .....	78
Tabla 85 Capital ponderado.....	80
Tabla 86 Análisis de Rentabilidad.....	81
Tabla 87 VAN .....	80
Tabla 88 Costo Beneficio .....	81

Tabla 89 Periodo de Recuperación de la inversión .....	81
Tabla 90 Años de recuperación .....	82
Tabla 91 Costos Suites y Cabañas.....	88
Tabla 92 Costos Habitación Simple .....	92
Tabla 93 Costo Habitación Triple .....	96
Tabla 94 Costo Sala evento .....	100
Tabla 95 Costo Recepción administración .....	103
Tabla 96 Costo Sala Reuniones .....	106
Tabla 97 Costo Lavandería Baños.....	108
Tabla 98 Costo Cocina Comedor .....	111
Tabla 99 Costo Vestidores.....	114
Tabla 100 Costo Sauna Turco .....	116
Tabla 101 Costo Gimnasio .....	118
Tabla 102 Costos Cancha uso múltiples.....	120
Tabla 103 Costos Piscina Adultos .....	121
Tabla 104 Costos Piscina niños .....	123
Tabla 105 Pesca Deportiva.....	125
Tabla 106 Costos parqueadero y deportes extremos .....	126
Tabla 107 Costos áreas verdes .....	127
Tabla 108 Cantidad y área utilizada .....	128
Tabla 109 Detalle de sueldos.....	130
Tabla 110 Proyección Mantenimiento Activos fijos .....	131
Tabla 111 Proyección depreciación.....	132
Tabla 112 Tabla Amortización crédito.....	133

### **Tabla de Ilustraciones**

Ilustración 1 Visitantes .....	11
Ilustración 2 Edad .....	12
Ilustración 3 Género .....	13
Ilustración 4 Frecuenta Complejos turísticos .....	14
Ilustración 5 Frecuencia.....	15
Ilustración 6 Con quién asiste a los Complejos Turísticos.....	16
Ilustración 7 Cantidad de personas con las que asiste .....	17
Ilustración 8 Días de hospedaje .....	18
Ilustración 9 Lugares que conoce .....	19
Ilustración 10 Satisfacción.....	20
Ilustración 11 Valoración del lugar .....	21
Ilustración 12 Servicios de preferencia .....	22
Ilustración 13 Valores servicios adicionales .....	23
Ilustración 14 Precio .....	24
Ilustración 15 Medio de información .....	25
Ilustración 16 Tandapi debe contar con un Complejo Turístico .....	26
Ilustración 17 Estructura del Marketing MIX .....	30
Ilustración 18 Mapa Político del Ecuador .....	40
Ilustración 19 Mapa de la Parroquia Manuel Cornejo Astorga “Tandapi” .....	41
Ilustración 20 Diagrama de flujo .....	51
Ilustración 21 Organigrama.....	54
Ilustración 22 Plano del Complejo Turístico.....	87

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio de factibilidad tiene como fin determinar la oportuna creación de un Complejo Turístico, brindando servicios como: eventos sociales, distracción infantil y de adultos, hospedaje y restaurante.

La Parroquia Manuel Cornejo Astorga, ubicado en el Cantón Mejía, Provincia de Pichincha cuenta con una riqueza natural única e incomparable, a eso se le suma la calidad de su gente y las delicias gastronómicas que posee. Tandapi es un sector de la parroquia donde la gente disfruta de sus paisajes inconfundibles y gente trabajadora.

En el entorno empresarial del sector hay pocas empresas destinadas a brindar este servicio. Tomando como referencia este punto se consideró importante realizar esta investigación para conocer la factibilidad del Complejo Turístico en la Parroquia.

En la actualidad nuestro país cuenta con un índice de desempleo muy alto, es por ello que se ha visto oportuno la creación de este Complejo Turístico para que sea vista como una excelente alternativa para generar empleo, producir ingresos y de esta manera contribuir al desarrollo socioeconómico del país.

## **TEMA DEL PROYECTO**

“Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la Vía Aloag – Santo Domingo km. 52, sector Tandapi”

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Tandapi un lugar lleno de naturaleza donde podemos encontrar variedad de flora y fauna, una parroquia visitada por muchos turistas donde se puede deleitar de una diversa gastronomía; ante la falta de un complejo turístico nace la necesidad de crear un espacio que ofrezca una sana diversión: natación, sauna, hidromasaje, turco, deporte extremo, caminata, pesca deportiva, canchas de futbol, vóley, básquet, tenis de mesa. Así también se puede fomentar el turismo en la región debido a que Tandapi es un pueblo pequeño que únicamente es identificado por su plato típico “la fritada” y sus atractivos turísticos no son explotados ni reconocidos.

En la actualidad existe un establecimiento que brinda un servicio turístico, con una superficie muy limitada, donde su mayor atracción es una piscina climatizada con energía solar y una cancha deportiva, donde recibe la visita de turistas y pobladores de la zona. Este lugar tiene una concurrencia y aglomeración los fines de semana y feriados, por personas de la provincia que van buscando climas más cálidos, cercanía y diversidad.

Otro problema existente es la falta de fuentes de trabajo para los residentes de la parroquia, esta carencia se reduciría con la creación del complejo turístico, al tratarse de un sitio amplio y confortable, se requiere de personas quienes apoyen a brindar el mejor de los servicios, para que los visitantes queden satisfechos con la atención y ser su primera opción al momento de elegir un lugar en donde pasar sus vacaciones e ir a descansar.

## **JUSTIFICACIÓN**

El trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico, al existir el problema de la ausencia de un espacio recreativo en lo que respectan áreas de descanso, recreación, alimentación y esparcimiento en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, sector Tandapi.

Este proyecto está fundamentado en las necesidades de fortalecer el turismo nacional y local, ya que siendo una de las vías más transitadas del Ecuador, se ha visto acertada la creación de un complejo turístico y es un punto a favor por estar ubicado en un sitio privilegiado por donde transitan turistas nacionales e internacionales, que siempre buscan lugares de esparcimiento y recreación.

Tandapi es un sector reconocido por la mayoría de los turistas; al encontrarse en el centro de la Costa y Sierra, su condición natural permite que sus visitantes se sientan a gusto, por su clima, por sus residentes y la belleza natural que se puede observar en el sector.

Finalmente es menester señalar que el complejo turístico que se pretende crear en Tandapi se encuentra bajo las políticas que el actual gobierno está desarrollando para fortalecer el turismo en nuestro país, y las instalaciones del proyecto permitirán a sus visitantes deleitarse con el encanto natural del sector.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la vía Aloag – Santo Domingo km 52, sector Tandapi parroquia Manuel Cornejo Astorga, con estándares de calidad e innovación para la difusión de los atractivos turísticos de la parroquia, a través de estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero, que permitan determinar la viabilidad del proyecto.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado, para determinar la oferta y la demanda de un complejo turístico, así como las estrategias necesarias para alcanzar el mercado meta.
- Diseñar un estudio técnico administrativo que permitan identificar la ingeniería del proyecto como las necesidades administrativas y legales para la implementación de un complejo turístico.
- Desarrollar un estudio financiero para establecer la viabilidad económica del proyecto.

## CAPÍTULO I

### ESTUDIO DE MERCADO

“La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas de mercados con bienes y servicios”. Nos permite conocer la oferta, demanda y competencia de la industria en la que nos estamos enfocando. El estudio de mercado es un procedimiento que ayuda a conocer los clientes actuales y potenciales, sirve además para tener una idea clara de la cantidad de consumidores que habrá de usar el bien o servicio que se piensa vender, en un área determinada, y el precio que están dispuestos a pagar por el mismo. (Naresh, 2004)

Mediante este estudio se puntualizará cuáles son los clientes potenciales del proyecto.

#### 1.1.SEGMENTACIÓN

##### 1.1.1 Geográfica:

Tabla 1 Segmentación Geográfica

País	ECUADOR
Provincia	PICHINCHA
Cantón	MEJÍA
Parroquia	MANUEL CORNEJO ASTORGA
Sector	TANDAPI

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

##### 1.1.2 Demográficas:

Tabla 2 Segmentación demográfica

Edad	Indistinto
Tamaño de la Familia	Indistinto
Sexo	Indistinto
Nivel de ingreso	1000 dólares por familia
Nivel de Educación	Indistinto
Religión	Indistinto
Raza	Indistinto
Nacionalidad	Indistinto
Clase Social	Media / Media Alta
Ocupación	Indistinto
Generación	Indistinto

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 1.1.3 Psicográficas

Tabla 3 Segmentación Psicográficas

Estilo de Vida	Indistinto
Personalidad	Indistinto
Valores	Éticos y Morales

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 1.1.4 Conductual

Tabla 4 Segmentación Conductual

Status del usuario	Medio / Alto
Frecuencia de uso	Semanal
Status de lealtad	Medio
Actitud hacia el servicio	Positivo

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

## 1.2 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

### 1.2.1 Diseño de la Investigación

Los métodos de investigación que serán utilizados para la realización de este trabajo son los siguientes:

Empíricos.- Parte de la observación de las cosas en forma directa y neutral. Primero se recoge la información objetiva y luego se analiza. Para el empirismo no es necesaria la formación teórica puesto que la verdad está en los hechos y la información recopilada se convierte en conceptos y leyes.

Se utiliza este método para identificar la competencia de este proyecto, la misma que permitirá construir un sitio confortable y que permita brindar una mejor calidad de servicio a sus visitantes.

### 1.2.2 Unidad de Análisis

Manuel Cornejo Astorga, Tandapi, está ubicado en el Cantón Mejía, Provincia de Pichincha, situado a 70 km del sur de Quito en la Vía Aloag – Santo Domingo de los Tsáchilas, y los turistas que transitan a diario por la Vía Aloag Santo Domingo.

Al norte se encuentra Lloa y Alluriquin, al sur la provincia de Cotopaxi, al este la parroquia de Aloag.

### 1.3 UNIVERSO Y MUESTREO

En base a datos del Consejo Provincial de Pichincha institución que administra el peaje de la vía Aloag Santo domingo, situado en Aloag, se obtuvieron los siguientes datos que fueron compartidos en el diario el Comercio. Cerca de 15000 vehículos atraviesan este peaje de los cuales:

10500 están clasificados entre buses, camiones y tráileres,  
4500 en vehículos livianos y de estos el 80% se movilizan por trabajo, estudio, visitas familiares y el 20% son turistas.<sup>1</sup>

Los fines de semana los turistas se duplican. Esta información será tomada en cuenta para sacar la muestra de los turistas.

Según el último censo realizado en el Ecuador en el año 2010, en Manuel Cornejo Astorga moran 4550 habitantes, de donde será tomada en cuenta la muestra para llevar a cabo el proyecto. (CENSO)

#### 1.3.1 Cálculo de la muestra (N)

Para determinar el tamaño de la muestra de la presente investigación se tomará en cuenta el número de moradores de la parroquia, y el número de turistas que transitan por la vía Aloag – Santo Domingo.

La población a estudiar serán los 4550 habitantes de Tandapi y los 8100 turistas semanales que visitan la Parroquia.

Se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{N * PQ}{\left[ (N - 1) \left( \frac{E^2}{K^2} \right) \right] + PQ}$$

$$n = \frac{12650 * 0,25}{\left[ (12650 - 1) \left( \frac{0,05^2}{2^2} \right) \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{3162,5}{\left[ (12649) \left( \frac{0,0025}{4} \right) \right] + 0,25}$$

---

<sup>1</sup> COMERCIO (25 de Abril de 2017). <https://www.elcomercio.com/actualidad/millones-vehiculos-pasan-aloag-ano.html>.

$$n = \frac{3162,5}{[(12649) (0,000625)] + 0,25}$$

$$n = \frac{3162,5}{7,905625 + 0,25}$$

$$n = \frac{3162,5}{8,155625}$$

$$n = 387,76$$

Después de haber aplicado la fórmula estadística, se determina que se debe realizar la encuesta a 388 habitantes de un universo de 12650 entre personas que habitan en la Parroquia de Manuel Cornejo Astorga y los turistas que semanalmente visitan la misma.

### 1.3.2 Formato de la Encuesta

#### ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un “Complejo turístico en la vía Aloag Santo Domingo km 52”. Le pedimos que responda las preguntas con la mayor sinceridad posible, ya que estos datos serán utilizados netamente para fines académicos.

(Marque con una X la respuesta correcta)

#### **INFORMACIÓN GENERAL**

¿Usted visita Tandapi por?

Residente \_\_\_\_\_ Turista \_\_\_\_\_ Turista de paso \_\_\_\_\_

Trabajo \_\_\_\_\_

EDAD:

18 – 25 años \_\_\_\_\_ 26 a 35 años \_\_\_\_\_ 36 a 45 años \_\_\_\_\_

45 a 60 años \_\_\_\_\_ 61 a 75 años \_\_\_\_\_

GÉNERO: FEMENINO \_\_\_\_\_ MASCULINO \_\_\_\_\_

#### **INFORMACIÓN ESPECÍFICA**

1.- ¿Frecuenta usted complejos turísticos en su tiempo libre?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

2.- ¿Con qué frecuencia acude a un complejo turístico?

Semanal \_\_\_\_\_

Quincenal \_\_\_\_\_

Mensual \_\_\_\_\_

Trimestral \_\_\_\_\_

Anual \_\_\_\_\_

3.- ¿Con quién asiste a los complejos turísticos?

Familiares \_\_\_\_\_

Amigos \_\_\_\_\_

4.- ¿Número de personas con las que normalmente asiste a un complejo turístico?

DE 2 a 4 personas \_\_\_\_\_

De 5 a 6 personas \_\_\_\_\_

De 6 a 8 personas \_\_\_\_\_

Más \_\_\_\_\_

5.- ¿Cuándo usted viaja por turismo, cuántos días dedica a esa actividad?

1 día sin hospedaje \_\_\_\_\_

2 días con hospedaje \_\_\_\_\_

De 3 a más días con hospedaje \_\_\_\_\_

6.- ¿Del siguiente listado que lugares/ complejos turísticos conoce o ha visitado?

Tandapi Pool \_\_\_\_\_

Piscinas Florida \_\_\_\_\_

Tinalandia \_\_\_\_\_

Parador el Colorado \_\_\_\_\_

Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7.- ¿En base a los lugares antes mencionados que ha visitado, su satisfacción actual es?

Excelente \_\_\_\_\_

Bueno \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

Malo \_\_\_\_\_

Muy malo \_\_\_\_\_

8.- ¿Qué valora más en el servicio de un complejo turístico?

Atención \_\_\_\_\_

Aseo \_\_\_\_\_

Confort \_\_\_\_\_

Variedad de servicios \_\_\_\_\_

Precio \_\_\_\_\_

Todas las anteriores \_\_\_\_\_

9.- ¿Qué tipos de servicios les gustaría recibir dentro del complejo turístico?

Spa \_\_\_\_\_

Restaurante \_\_\_\_\_

Hospedaje \_\_\_\_\_

Cabañas \_\_\_\_\_

Pesca deportiva \_\_\_\_\_

Karaoke \_\_\_\_\_

Deportes extremos \_\_\_\_\_

10.- ¿Por los servicios antes mencionados cuánto estaría dispuesto a gastar por persona?

Entre 3 y 6 dólares \_\_\_\_\_

Entre 7 y 10 dólares \_\_\_\_\_

Entre 11 y 15 dólares \_\_\_\_\_

11.- ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el ingreso a un complejo turístico teniendo acceso a piscinas, sauna, turco, canchas deportivas, pista de baile, juegos infantiles?

5 dólares \_\_\_\_\_

7 dólares \_\_\_\_\_

9 dólares \_\_\_\_\_

12.- ¿Por cuál medio le gustaría a usted recibir información sobre los servicios de un complejo turístico?

TV \_\_\_\_\_

Radio \_\_\_\_\_

Redes sociales \_\_\_\_\_

Volantes \_\_\_\_\_

13.- Cree usted que Tandapi debe contar con un complejo turístico en condiciones adecuadas?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

### 1.3.3 Análisis de la Encuesta

Las encuestas han sido aplicadas a los habitantes de la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, turistas, turistas de paso y personas que visitan la parroquia por trabajo; esta encuesta contiene preguntas cerradas de selección múltiple, de las cuales el encuestado deberá seleccionar una de las opciones.

A continuación se detalla los resultados de las encuestas realizadas.

#### INFORMACIÓN GENERAL

¿Usted visita Tandapi por?

Tabla 5 Visitas a Tandapi

Residentes	190	49%
Turistas	90	23%
Turistas de paso	96	24,74%
Trabajo	12	3,26%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

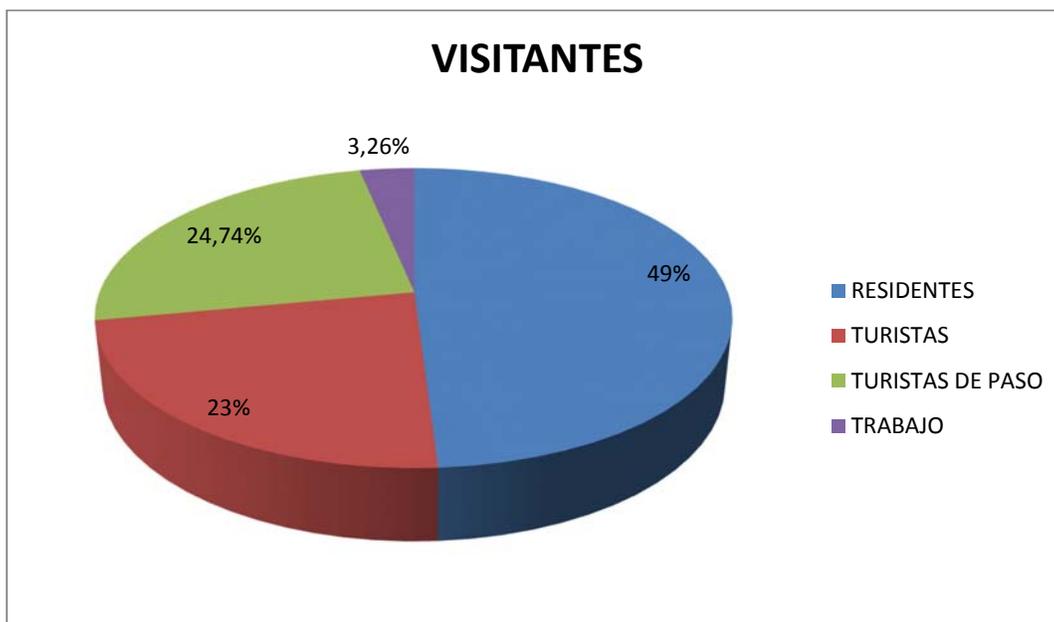


Ilustración 1 Visitantes

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

De las 388 personas encuestadas el 49% residen en la Parroquia, 23% son turistas que constantemente visitan la Parroquia, el 24,74% son turistas de paso mientras que el 3,26% visitan Tandapi por trabajo.

## Edad

Tabla 6 Edad

18-25 años	150	38,65%
26-35 años	130	33,50%
36-45 años	65	16,75%
46-60 años	43	11,10%
61-75 años		

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

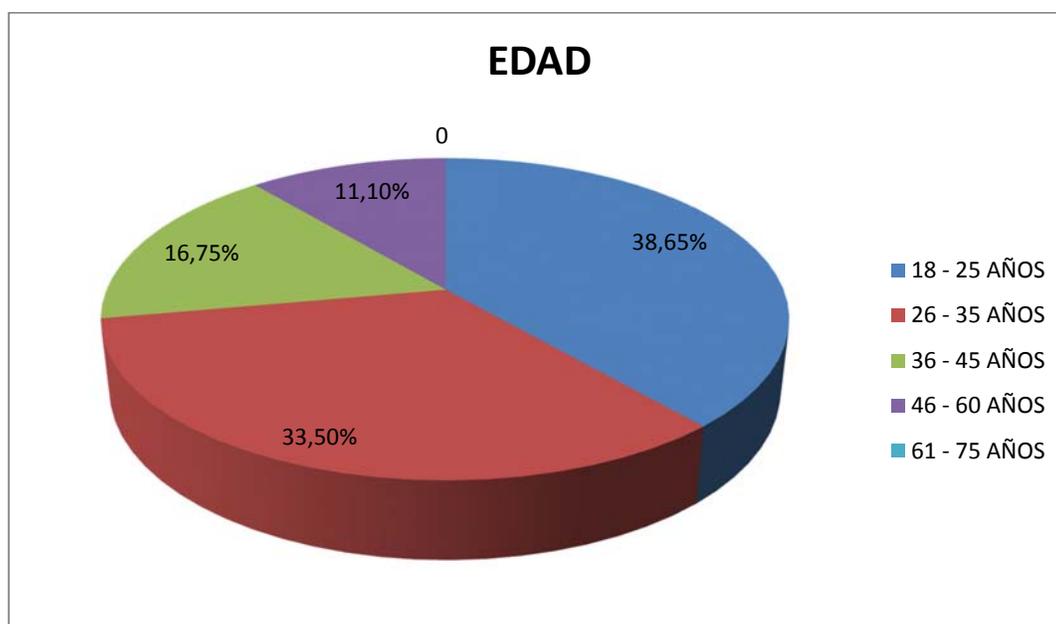


Ilustración 2 Edad

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

Las encuestas fueron aplicadas a personas de diferentes edades y los resultados nos dicen lo siguiente, entre 18 y 25 años asisten a complejos turísticos un 38,65%, entre 26 y 35 años asisten un 33,50%, entre 36 y 45 años asisten un 16,75%, entre 46 y 60 años asisten un 11,10%, mientras que desde los 61 años no asisten a complejos turísticos.

## Género

Tabla 7 Género

Hombre	200	51,54%
Mujer	188	48,46%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

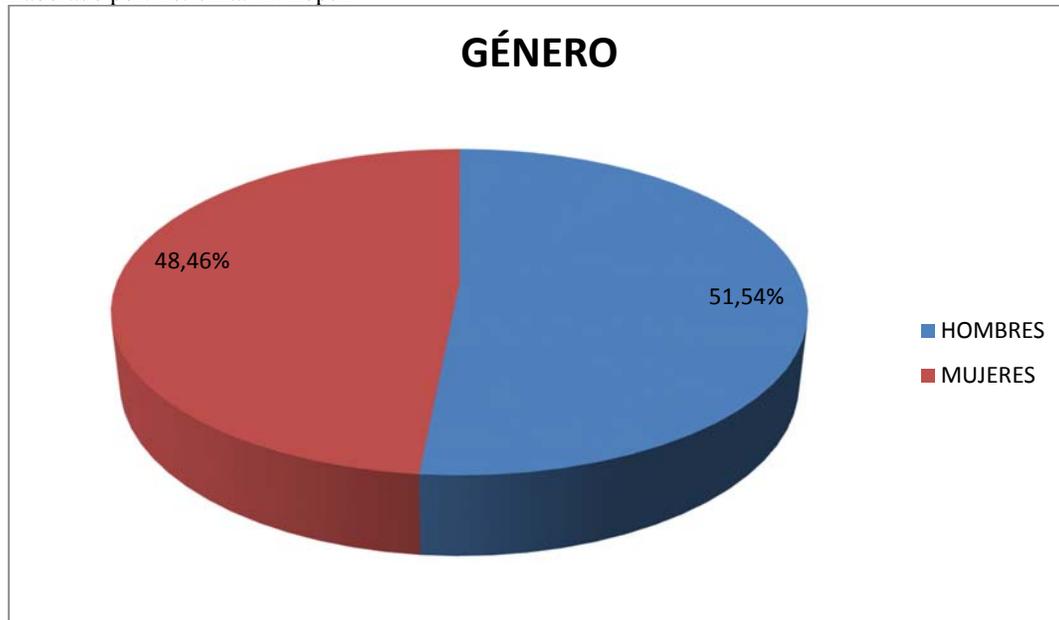


Ilustración 3 Género

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

De las encuestas aplicadas el 51,54% de hombres asisten a los complejos turísticos, mientras que el 48,46% son mujeres.

#### INFORMACIÓN ESPECÍFICA

##### Pregunta # 1

¿Frecuenta usted complejos turísticos en su tiempo libre?

Tabla 8 Frecuenta Complejos Turísticos

SI	388	100%
NO	0	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López



Ilustración 4 Frecuenta Complejos turísticos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

De las 388 personas encuestadas el 100% frecuenta complejos turísticos en su tiempo libre, datos que nos favorecen para continuar con este proyecto.

#### PREGUNTA # 2

¿Con qué frecuencia acude a un complejo turístico?

Tabla 9 Frecuencia

Semanal	55	14,17%
Quincenal	108	27,83%
Mensual	85	21,90%
Trimestral	101	26,03%
Anual	39	10,05%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

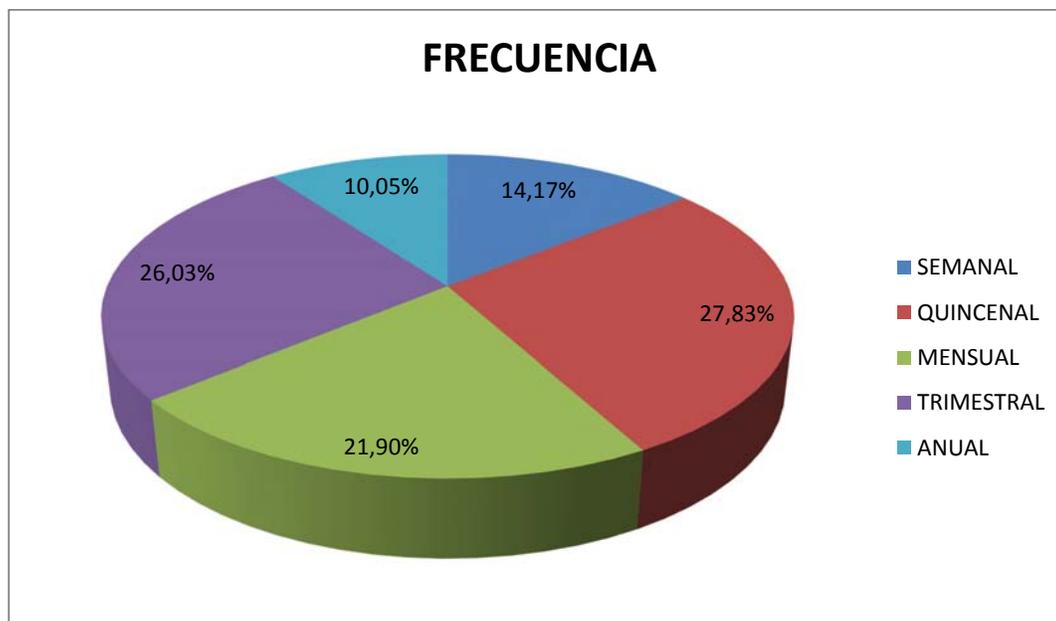


Ilustración 5 Frecuencia

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

De acuerdo a los encuestados el 14,17% de las personas frecuentan un complejo turístico semanalmente, el 27,83 % lo hacen quincenalmente. El 21,90% asisten cada mes, el 26,03% asisten trimestralmente y el 10,05% lo hacen anualmente, resultados que nos favorecen para conocer la frecuencia con la que los turistas asistirán al complejo turístico.

**PREGUNTA # 3**

¿Con quién asiste a los complejos turísticos?

Tabla 10 Con quién asiste a los Complejos Turísticos

FAMILIARES	264	68%
AMIGOS	124	32%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López



Ilustración 6 Con quién asiste a los Complejos Turísticos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

De un total de 388 encuestados el 68% de las personas coinciden con asistir a los complejos turísticos con familiares, mientras que el 32% lo hacen con amigos, esto nos da a entender que es un lugar de esparcimiento para compartir de una forma familiar.

#### PREGUNTA # 4

¿Número de personas con las que normalmente asiste a un complejo turístico?

Tabla 11 Con cuántas personas asiste al Complejo Turístico

De 2 – 4	66	17%
De 5 – 6	240	61,9%
De 6 – 8	82	21,10%
Más	0	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

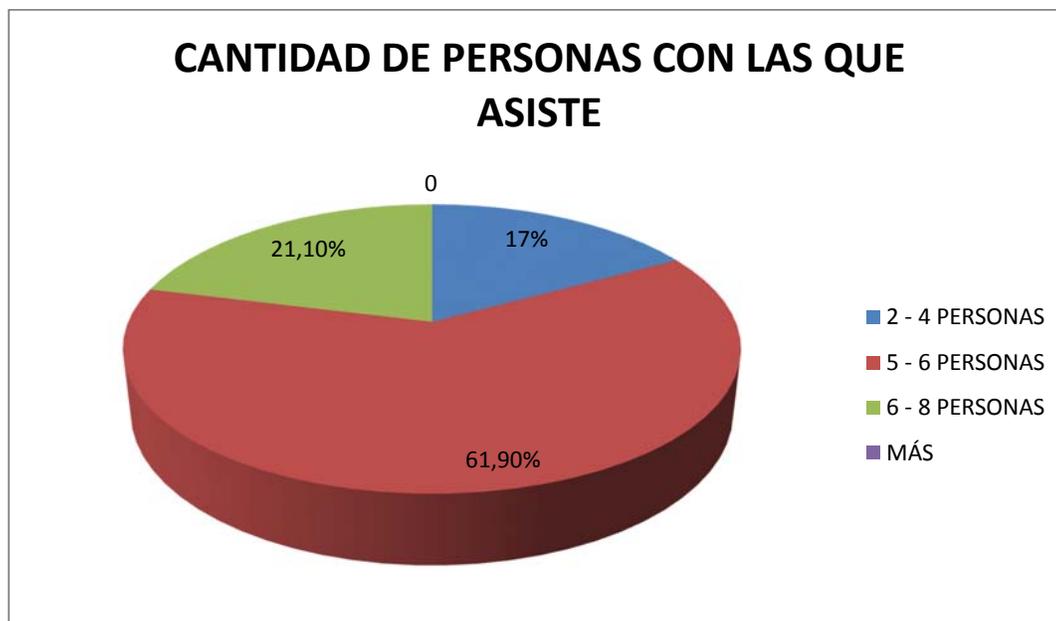


Ilustración 7 Cantidad de personas con las que asiste

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

En las encuestas realizadas se obtuvo los siguientes resultados el 61,90% asiste con 5 o 6 personas a un complejo turístico, el 21,10% con 6 y 8 personas y el 17% con 2 y hasta 4 personas.

#### PREGUNTA # 5

¿Cuándo usted viaja por turismo, cuántos días dedica a esa actividad?

Tabla 12 Cuántos días toma para esta actividad

1 Día sin hospedaje	116	30%
2 Días con hospedaje	89	23%
3 Días o más con hospedaje	183	47%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

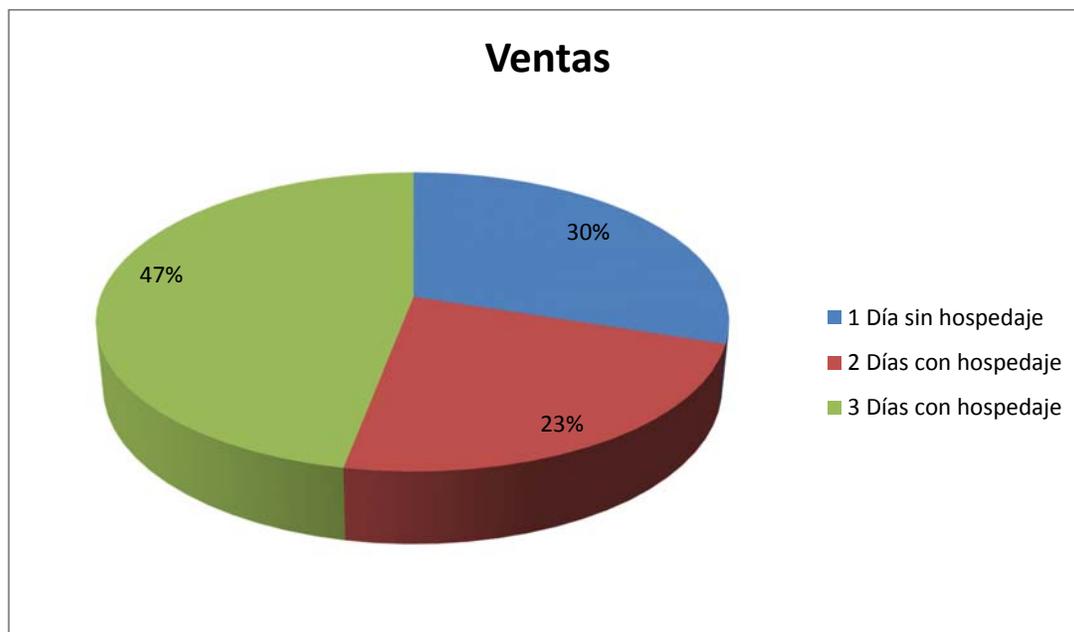


Ilustración 8 Días de hospedaje  
 Fuente: Investigación de Campo  
 Elaborado por: Estrellita M. López

#### PREGUNTA # 6

¿Del siguiente listado que lugares/complejos turísticos conoce o ha visitado?

Tabla 13 Qué lugares conoce

TANDAPI POOL	180	46,40%
PISCINAS FLORIDA	20	5,15%
TINALANDIA	40	10,30%
PARADOR EL COLORADO	60	15,45%
OTROS... CUÁLES		
PIRÁMIDE	25	6,45%
MIRASIERRA	33	8,50%
GRANILANDIA	22	5,65%
AGUAS CRISTALINAS	8	2,06%

Fuente: Investigación de Campo  
 Elaborado por: Estrellita M. López

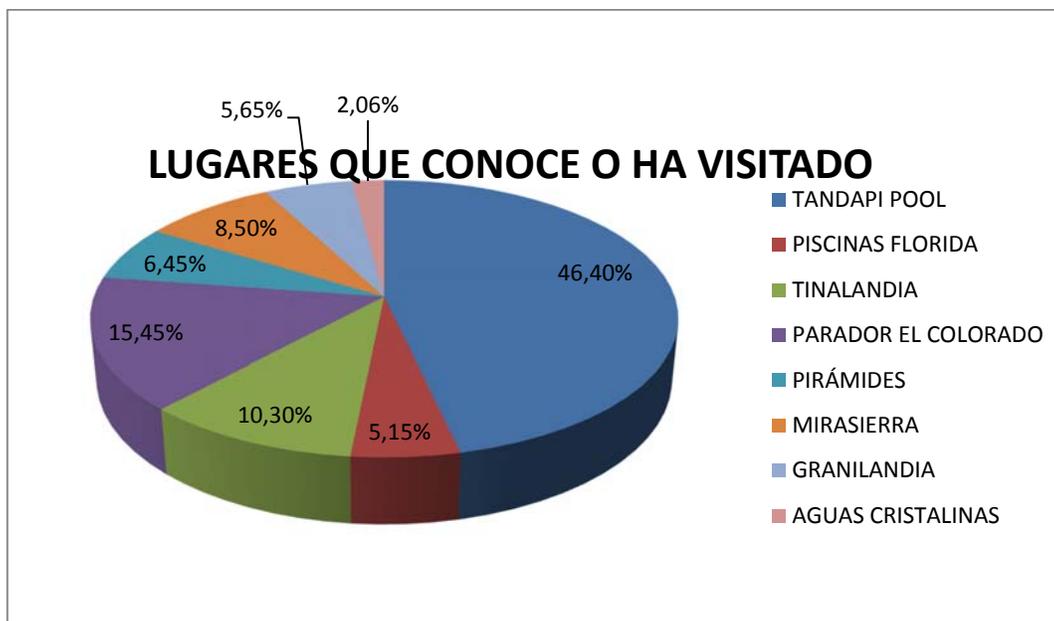


Ilustración 9 Lugares que conoce  
Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Estrellita M. López

De las encuestas aplicadas el 46,40 de las personas conocen Tandapi Pool, el 5,15% Piscinas Florida, el 10,30 % Tinalandia, 15,45% el Parador el Colorado, el 6,45% Pirámides, el 8,50% Mirasierra, 5,65% Granilandia y el 2,06% Aguas Cristalinas, en base a estos datos podemos observar que los turistas se enfocan más al clima cálido para buscar un complejo turístico en donde pasar su tiempo libre.

#### PREGUNTA # 7

¿En base a los lugares antes mencionados su satisfacción actual es?

Tabla 14 Satisfacción

EXCELENTE	33	8,50%
BUENO	201	51,80%
REGULAR	122	31,45%
MALO	32	8,25%
MUY MALO	0	0%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López



Ilustración 10 Satisfacción  
Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Estrellita M. López

Según las encuestas realizadas el nivel de satisfacción en base a los lugares visitados el 8,50% de las personas tienen un nivel de satisfacción excelente, el 51,80% es bueno, el 31,45% es regular y el 8,25% es malo, datos que nos permitirán llegar al nivel de excelencia de satisfacción al cliente.

#### PREGUNTA # 8

¿Qué valora más en un complejo turístico?

Tabla 15 Valoración del lugar

ATENCIÓN	48	12,37%
ASEO	3	0,77%
CONFORT	6	1,54%
VARIEDAD DE SERVICIOS	5	1,28%
PRECIO	25	6,45%
TODAS LAS ANTERIORES	301	77,58%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

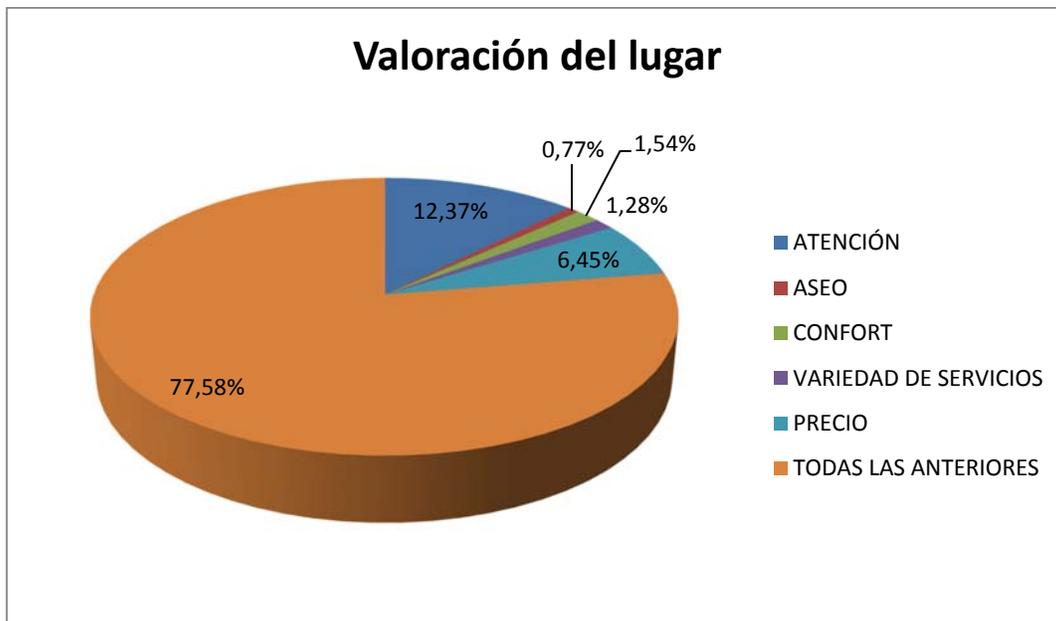


Ilustración 11 Valoración del lugar

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

Para las personas encuestadas el 12,37% prefieren una buena atención, el 0,77% dan preferencia al aseo, el 1,54% optaron por el confort, 1,28% pusieron la variedad de servicios, el 6,45% toman en cuenta el precio y el 77,58% prefieren a todas estas características para acudir a un complejo turístico.

#### PREGUNTA # 9

¿Qué tipos de servicio le gustaría recibir dentro del complejo turístico?

Tabla 16 Tipos de servicio

SPA	46	11,85%
RESTAURANTE	41	10,56%
HOSPEDAJE	20	5,15%
CABAÑAS	33	8,50%
PESCA DEPORTIVA	52	13,40%
KARAOKE	39	10,05%
DEPORTES EXTREMOS	157	40,46%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

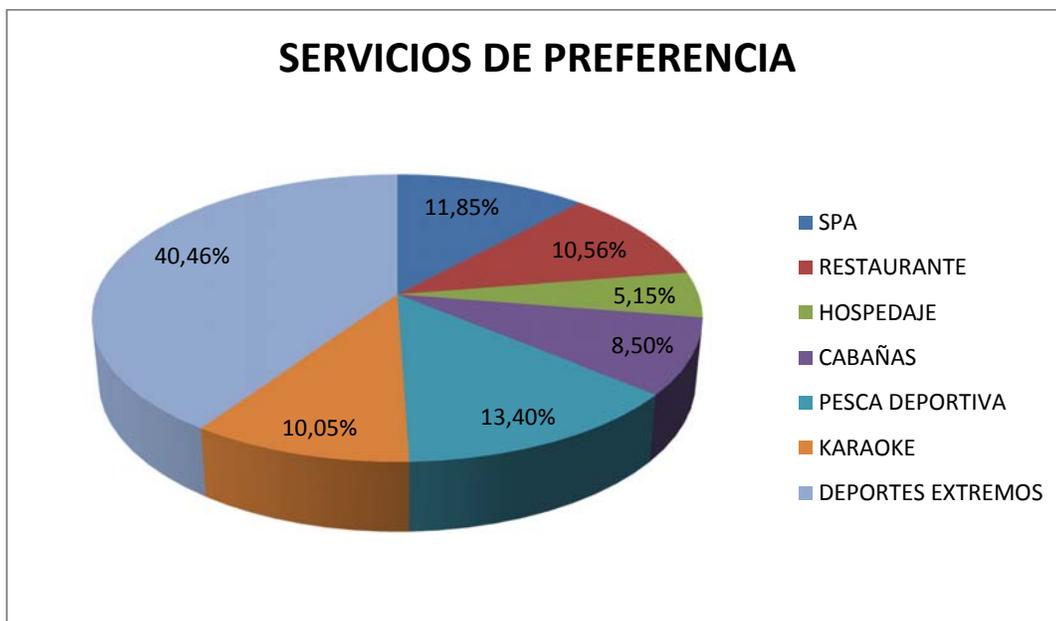


Ilustración 12 Servicios de preferencia

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

Las personas que respondieron a esta encuesta prefieren el 11,85% que exista un spa dentro del complejo turístico, mientras que el 10,56% preferiría un restaurante, el 5,15% le gustaría que exista hospedaje, el 8,50% preferiría cabañas, el 13,40% desearía que se existiera pesca deportiva, el 10,05% Karaoke mientras que el 40,46% tienen afinidad por los deportes extremos.

#### PREGUNTA # 10

¿Por los servicios antes mencionados cuánto estaría dispuesto a gastar por persona?

Tabla 17 Valor servicios adicionales

Entre 3 y 6 dólares	38	9,79%
Entre 7 y 10 dólares	201	51,80%
Entre 11 y 15 dólares	149	38,40%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López



Ilustración 13 Valores servicios adicionales

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

Tomando en cuenta las encuestas los visitantes estarían dispuestos a gastar entre 3 y 6 dólares promedio adicionales por persona un 9,79%, mientras que el 51,80% pagarían entre 7 y 10 dólares y tan solo el 38,40% entre 11 y 15 dólares.

#### PREGUNTA # 11

¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el ingreso a un complejo turístico teniendo acceso a piscinas, sauna, turco, canchas deportivas, pista de baile, juegos infantiles?

Tabla 18 Precio

5 DÓLARES	56	14,43%
7 DÓLARES	244	62,89%
9 DÓLARES	88	22,68%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

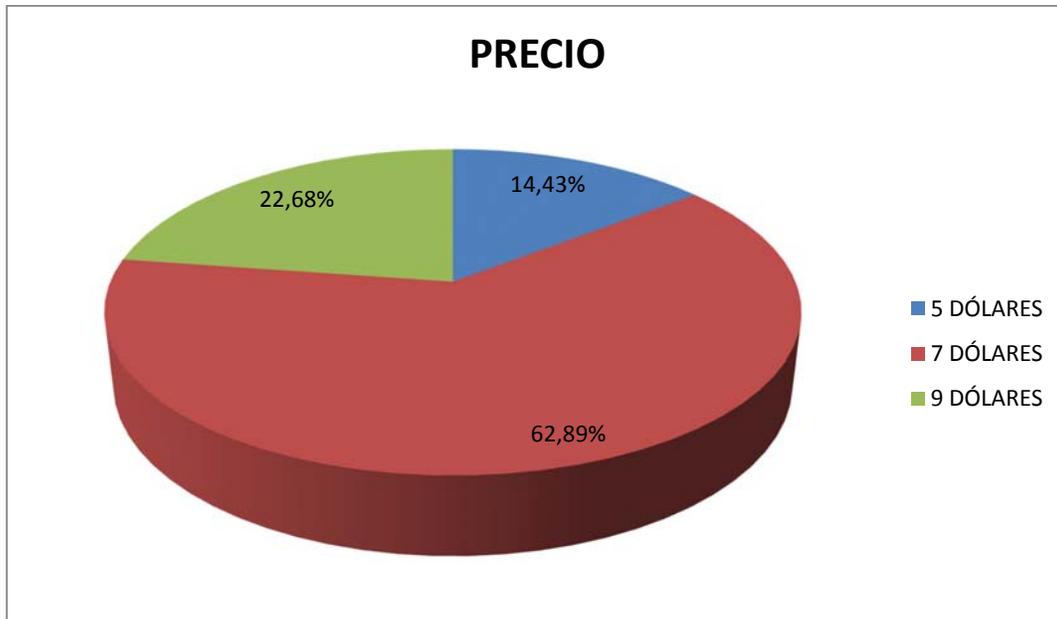


Ilustración 14 Precio

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

En relación al precio que el cliente pagaría y tomando en cuenta la competencia, el 22,68% ha seleccionado el valor de 9 dólares, el 62,89% estarían dispuestos a pagar 7 dólares y el 14,43% pagarían 5%.

#### PREGUNTA # 12

¿Por cuál medio le gustaría a usted recibir información sobre los servicios de un complejo turístico?

Tabla 19 Medio de Comunicación

TV	12	3,09%
RADIO	0	0
REDES SOCIALES	376	96,91%
VOLANTES	0	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López



Ilustración 15 Medio de información  
Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Estrellita M. López

El medio por el cuál la mayoría de las personas preferirían recibir información sobre el complejo turístico es por las redes sociales con un 96,91% de las personas, mientras que el 8,09% optaron por la TV. Lo que nos favorece porque hacerlo redes sociales se podría dar a conocer a nivel mundial el complejo turístico.

#### PREGUNTA # 13

¿Cree usted que Tandapi debe contar con un complejo turístico en condiciones?

SI	388	100%
NO	0	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 20 Tandapi debe contar con un Complejo Turístico

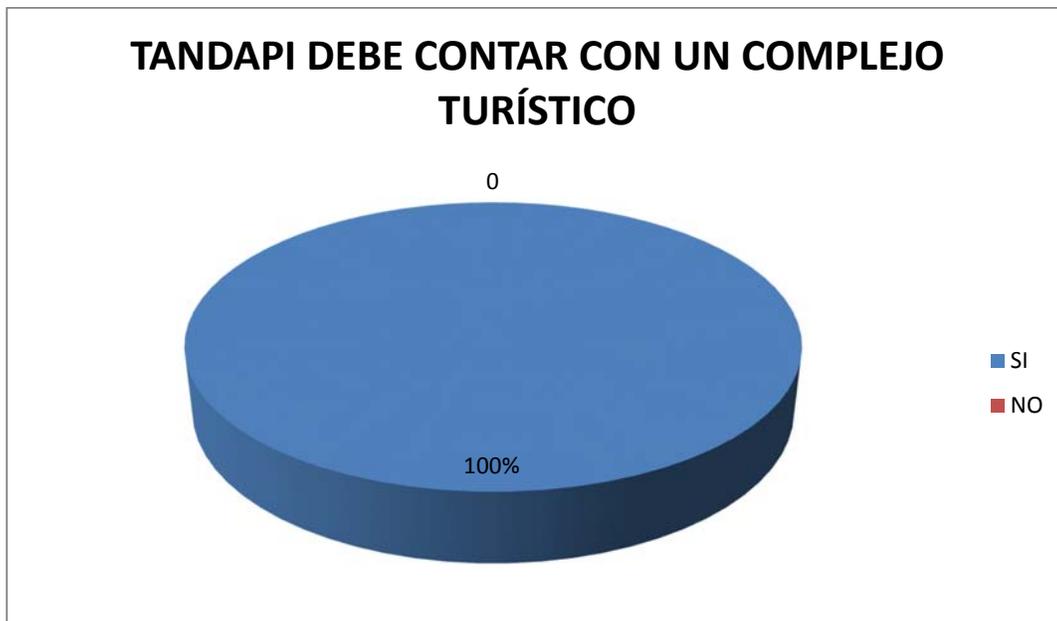


Ilustración 16 Tandapi debe contar con un Complejo Turístico

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estrellita M. López

Del total de personas encuestadas el 100% coinciden con que Tandapi debe contar con un complejo turístico en condiciones.

#### 1.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

##### 1.4.1 Demanda del servicio

Se refiere a la cantidad económica de un bien o servicio en particular que un consumidor o grupo de consumidores querrán comprar a un precio determinado. (Zarco, 2015)

(Obando, Economía, 2014) Establece que la demanda es “La base para una teoría económica indica que cuando la oferta supera la demanda, el valor de mercado (precio) de un producto caerá y cuando la demanda supera a la oferta, su valor se elevará.”

Mediante este estudio se quiere determinar el número de clientes que demanden este servicio.

Luego de la investigación realizada tenemos un 14,17% de personas que asisten semanalmente, el 27, 83 % asisten quincenal, el 21,90% mensual, el 26,03% asisten trimestral y tan solo el 10,05% lo que nos da un valor de 7170 de personas que asisten semanalmente en el año, un valor de 7041 de personas que asisten quincenalmente en el año, un valor de 2770 de personas que asisten mensualmente en el año, un valor de 13171 personas que asisten trimestralmente en el año y un valor de 1271 personas que asisten

anualmente a un Complejo Turístico. Dándonos un total de 16981 personas que asisten mensualmente y 218219 personas que lo hacen anualmente.

Tabla 21 Demanda

Detalle	N° Personas	Demanda de clientes	Frecuencia de Compra				
			Semanal	quincenal	mensual	trimestral	anual
Población (de 25 años en adelante)	12.650	12.650					
Muestra	388	388	14,17%	27,83%	21,9%	26,03%	10,05%
% Encuesta	100%	12650,00	1793	3520	2770	3292	1271
			7170	7041	2770	13171	1271
			MENSUAL			ANUAL	
			Mensual visitas		16981		
			Anual visitas		218218		

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Con los resultados de la encuesta en relación con la pregunta de frecuencia con la que asisten los turistas a los complejos turísticos se logra obtener la demanda mensual que son 16.981 personas y anual 218.219 personas.

### 1.4.2 Demanda proyectada

Tabla 22 Demanda Proyectada

AÑOS	HABITANTES	TURISTAS	% CREC. HABITANTES	%CREC. TURIS TAS	Total Habitantes	Total Turistas	Total
0	106927	111292	2%	15%	106927	111292	218219
1	106927	111292	2%	15%	109066	127985	237051
2	109066	127985	2%	15%	111247	147183	258430
3	111247	147183	2%	15%	113472	169261	282733
4	113472	169261	2%	15%	115741	194650	310391
5	115741	194650	2%	15%	118056	223847	341903

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Teniendo base el año 0, se proyecta a cinco años tomando en cuenta una tasa de crecimiento del 2% para los habitantes de la Parroquia y del 15% para los turistas.

## 1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 1.5.1 Oferta

Según (Obando, Economía, 2014) “La oferta es un concepto económico fundamental que describe la cantidad total de un bien específico o servicio que está

disponible para los consumidores. La oferta puede relacionarse con la cantidad disponible a un precio determinado o la cantidad disponible en una gama de precios si se muestra en un gráfico” desde otra perspectiva (Soriano, 2010), “la determina como la voluntad y la capacidad de suministrar bienes y servicios. Ley de la oferta establece que otros factores permanezcan constantes, el precio y la cantidad ofrecida de un bien están directamente relacionados entre sí”.

Tabla 23 Oferta

Establecimientos	TOTAL		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
TANDAPI POOL	2109	8437	101253
PISCINAS FLORIDA	234	936	11238
TINALANDIA	468	1873	22476
PARADOR EL COLORADO	702	2809	33714
<b>TOTAL NÚMERO VISITAS</b>			<b>168681</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Tomando en cuenta los datos tabulados en la encuesta, se consigue obtener la oferta de acuerdo al número de personas encuestadas y relacionando con los lugares más cercanos que la población acude. Podemos decir que la oferta de turistas es de 155176 personas al año.

### 1.5.2 Oferta proyectada

Tabla 24 Oferta Proyectada

	HABITANTES	TURISTAS	% CRECIMI HAB	%CREC TURIS	Total Habitantes	Total Turistas	Total
0	82655	86028	1,56%	15%	82655	86028	168683
1	82655	86028	1,56%	15%	83944	98933	182877
2	83944	98933	1,56%	15%	85254	113773	199026
3	85254	113773	1,56%	15%	86584	130838	217422
4	86584	130838	1,56%	15%	87934	150464	238399
5	87934	150464	1,56%	15%	89306	173034	262340

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Teniendo como base el año 0 se proyecta la oferta para 5 años, con una tasa de crecimiento en los habitantes de la Parroquia del 1,56% y en los turistas del 15%. De esta manera queda proyectada la oferta del proyecto para 5 años.

### 1.5.3 Demanda Insatisfecha

Tabla 25 Demanda Insatisfecha

DEMANDA	OFERTA	DEM. INSATISFECHA
TOTAL EN VISITAS	TOTAL DE VISISTAS	EN VISITAS
218219	168683	49536
237051	182877	54174
258430	199026	59404
282733	217422	65311
310391	238399	71993
341903	262340	79563

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

Después de calcular la demanda y oferta proyectada, con una resta se puede obtener la demanda insatisfecha, en este caso es positiva lo que significa que existe un mercado disponible, a los mismos que van dirigidas nuestras estrategias y de esta manera atraerlos como clientes. De este resultado obtenemos nuestro mercado objetivo del mismo que tomaremos como referencia el 39,70 %.

### 1.6 Estrategias de Marketing

Según (Espinoza, 2015) “El diseño de las estrategias de marketing es uno de los principales aspectos a trabajar dentro del marketing. Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación)”.

Después de realizar las encuestas y con los datos obtenidos en la misma procedemos a hacer una combinación de todos los objetivos del marketing, enfocados en la mezcla de los servicios adecuados con el fin de lograr el máximo de utilidades y obtener un negocio sostenible.

Tomado del Internet



Ilustración 17 Estructura del Marketing MIX

### 1.6.1 Marketing Mix

El plan de Marketing muestra o posiciona un nuevo producto en la mente de los consumidores, a través de estrategias que permiten dar a conocer el producto o servicio. El Marketing se ha convertido en un instrumento esencial para poder integrar y encauzar los esfuerzos destinados a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino. (Acerenza, 2004)

### 1.6.2 Producto/Servicio

El servicio al cliente es el principal pilar de toda organización. El diccionario enciclopédico Larousse lo define como “Disposición: “estar al servicio de alguien”.

El servicio que se ofrecerá es el de un complejo turístico, el mismo que brindará una atención personalizada, con un horario de martes a domingo, en todos los horarios con estacionamiento, hospedaje, cabañas, piscinas, canchas deportivas, deportes extremos, pesca deportiva, pista de baile, karaoke, con precios accesibles para las personas que decidan depositar su confianza en nuestro servicio.

Tabla 26 Servicios

Servicio	Descripción
Spa	Cabinas con atención personalizada
Restaurante	De salón o de campo
Hospedaje	Habitaciones individuales o familiares
Cabañas	Para 5 y 10 personas
Pesca deportiva	Al aire libre desde un dique en el río
Deportes extremos	En la montaña, con espacios suficientes para el entretenimiento
Piscinas	Niños y adultos
Canchas deportivas	Futbol, básquet, indor, volley

Juegos infantiles	Área recreacional
Pista de baile	Música y karaoke

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

#### 1.6.2.1 Objetivos

- Ofrecer un servicio de calidad innovando nuevas experiencias.
- Cubrir todas las necesidades y expectativas del cliente, consiguiendo así su satisfacción.
- Brindar confort, garantías y seguridad a los clientes.

#### 1.6.2.2 Estrategias del producto

Tabla 27 Estrategias del Servicio

OBJETIVO	ESTRATEGIA	INDICADORES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS
Ofrecer un servicio de calidad innovando nuevas experiencias.	Mantener un plan de mejoras para el personal de la empresa (capacitaciones, nuevas tecnologías y siempre un menú agradable para el paladar de nuestros clientes)	Las capacitaciones se realizaran 1 cada trimestre, con el fin de mantener un personal capacitado y con ganas de colaborar y de esta manera brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.	El plan de mejoras será para todo el complejo turístico, dar mantenimiento y limpiezas profundas al establecimiento.
Cubrir todas las necesidades y expectativas del cliente, consiguiendo así su satisfacción	Promover la información de nuestros servicios.	Tener un incremento de ventas de un 25% anual.	Por medios de las redes sociales dar a conocer nuestro servicio a la comunidad.
Brindar confort, garantías y seguridad a los clientes.	Establecer un sistema de seguridad dentro del complejo, para mantener un ambiente cálido y seguro.	Buscar capacitaciones del servicio y atención al cliente.	Obtener los mejores resultados en la satisfacción de los clientes.

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 1.6.3 Precio

“Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios o, más en general, una mercancía cualquiera”. (Wikipedia)

El precio en este proyecto será uno solo como entrada general y a continuación se detalla en la tabla el precio que tendría adicional el acceso cada uno de los servicios adicionales que se prestará en el mismo.

Tabla 28 Detalle Precios

DESCRIPCIÓN	PRECIO
Entrada general: Piscina, sauna, turco, canchas deportivas, pista de baile y juegos infantiles	
Adultos	7 dólares
Niños	4 dólares
Spa:	
Manicura	3 dólares
Pedicura	4 dólares
Mascarillas	7 dólares
Hospedaje:	
Habitaciones familiares	20 dólares
Habitación 1 persona	10 dólares
Habitación 2 personas	15 dólares
Suite	25 dólares
Cabañas:	
Para 5 personas	25 dólares
Para 10 personas	45 dólares
Pesca deportiva:	
En base al peso del pez	8 dólares el kilo
Deportes extremos:	
Montañismo	10 dólares
Motocross	10 dólares
Ciclismo de montaña	10 dólares
Restaurante:	
Desayunos	4 dólares
Almuerzos	4 dólares
Meriendas	4 dólares
Platos fuertes	Desde 8 dólares hasta 25 dólares.

Bar:	
Aguas	0,50 ; 1,00 ; 1,50 dólares
Colas	0,50 ; 1,25 ; 3,00 dólares
Guitig	0,75 ; 1,25 ; 1,50 dólares
Yogurth	0,25 ; 0,75 ; 1,00 dólares
Galletas	0,50 ; 1,25 dólares
Papas	0,50 dólares
Chifles	0,75 dólares
Caramelos	0,50 dólares
Chicles	0.25 dólares
Salchipapas	Entre 1,50 y 2,50 dólares
Hog dog	1,50 dólares
Pizza	1,50 dólares

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

#### 1.6.3.1 Objetivos de los precios

- Ofrecer costos accesibles con la finalidad de atraer al mayor número de clientes posibles.
- Manejar precios competitivos.

#### 1.6.3.2 Estrategias de los precios

Tabla 29 Estrategias del Precio

OBJETIVO	ESTRATÉGIA	INDICADORES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS
Ofrecer costos accesibles con la finalidad de atraer al mayor número de clientes posibles.	Hacer combos familiares en las entradas.	Incrementar las entradas en un 10% cada fin de mes.	Implementar un servicio adicional al mismo costo, cada fin de mes.
Manejar precios competitivos.	Comparar precios con los complejos turísticos de la zona	Disminuir un 5% en los valores de acuerdo a los servicios que presten los otros establecimientos.	Tener más variedad de servicios, con la finalidad de acaparar más clientes.

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 1.6.4 Plaza

En este servicio tendríamos un canal de distribución directo, dado que se pretende brindar el servicio al turista de forma directa, promocionando el servicio por redes sociales y creando promociones que sean atractivas para los clientes.

#### 1.6.4.1 Objetivos de la plaza

- Poner en manos de los clientes el mejor servicio y atención, teniendo en cuenta la limpieza, el orden y la coordinación de los horarios.
- Proponer un servicio garantizado.

#### 1.6.4.2 Estrategias de la plaza

Tabla 30 Estrategias de la Plaza

OBJETIVO	ESTRATEGIA	INDICADORES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS
Poner en manos de los clientes el mejor servicio y atención, teniendo en cuenta la limpieza, el orden y la coordinación de los horarios.	Proponer un servicio garantizado.	Mantener al 100% vigilancia en toda la instalación.	Coordinar y elaborar plan de limpieza y seguridad en el Complejo Turístico “La Escondida”

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 1.6.5 Promoción y Publicidad

(Stanton), definen la promoción “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

La empresa mediante sus estrategias de promoción desea alcanzar sus objetivos. A continuación se detalla una serie de promociones que ayudarán a obtener una mejor acogida por parte de los clientes y tomando en cuenta el lugar en el que se va a encontrar se harán descuentos para estudiantes en sus meses de vacaciones tanto para la sierra como para la costa.

Tabla 31 Descuentos y ofertas

FECHAS	DESCRIPCIÓN
En San Valentín por compartir con su pareja.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtenga el 10% de descuento en todos los servicios.</li> <li>- Gratis decoración de la habitación.</li> <li>- Obsequio para su pareja.</li> </ul> Puede elegir cualquiera de estas propuestas.
Día del Padre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descuento del 100% del menú del padre.</li> </ul> Un padre por familia.
El día de tu cumpleaños	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 20% de descuento en todos los servicios.</li> </ul> Es importante presentar la cédula.
En las vacaciones, tanto Sierra, Costa y Oriente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por grupos superiores a 20 personas 2 Maestros obtienen gratis el servicio.</li> </ul>
Grupos superiores a 10 personas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtienen un descuento en el 10% en paquetes y entradas.</li> </ul>

Fuente: Investigación de Campo  
 Elaborado por: Estrellita M. López

#### 1.6.5.1 Objetivos de promoción

- Difundir mediante redes sociales las promociones de cada semana.
- Señalizar correctamente la ubicación de tal manera que los turistas puedan llegar con facilidad.

#### 1.6.5.2 Estrategias de promoción

Tabla 32 Estrategias de promoción

OBJETIVO	ESTRATÉGIA	INDICADORES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS
Difundir mediante redes sociales las promociones de cada semana.	Hacer una variación de promociones durante cada semana.	Mantener un porcentaje económico oportuno destinado para la	Realizar un diagnóstico situacional del nuevo destino

		publicidad.	turístico
Señalar correctamente la ubicación de tal manera que los turistas puedan llegar con facilidad.	Colocar una valla publicitaria, visible a todo el público al ingreso del complejo turístico.	Disponer de un porcentaje para la colocación de la publicación en la vía principal.	Determinar cuáles serán los medios publicitarios para la difusión del servicio turístico.

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

La estrategia para dar a conocer el Complejo turístico “La Escondida”, es mediante el obsequio de camisetitas y la colocación de la valla, con el logo de la empresa que a continuación se menciona.

#### 1.6.6 Logo de la Empresa





## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **2.1. LOCALIZACIÓN**

En el año 1955 Tandapi, estaba cubierto de una exuberante vegetación llena de plataneras, cañaverales y terrenos pantanosos debido a las vertientes de agua que se encontraban alrededor. Cuando inició como parroquia fue habitada por dos familias que se dedicaban a la elaboración de panela destinada para Santo Domingo de los Colorados (actualmente Santo Domingo de los Tsáchilas).

Según la Ordenanza Municipal de 29 de Septiembre de 1908, toma el nombre de Ricaurte, asignándole los linderos, por el norte montañas de la parroquia de Sigchos; por el oriente el río Silante y por el occidente el río Toachi. Finalmente el 20 de Enero de 1909 se aprueba legalmente la creación de la parroquia con el nombre de Manuel Cornejo Astorga.

A mediados de la década del 50 existían cuatro casas que eran chozas grandes de paja al principio y luego de zinc y teja de cemento.

La construcción de la carretera nacional comenzó en 1957 y terminó aproximadamente después de 7 años de trabajo, ha conformado radicalmente la fisonomía de la parroquia, destacándose como anfitrión de dinamia, la población de Tandapi se convirtió en el paso obligado tanto para los transportistas de carga como pasajeros y turistas que van hacia la costa. Así mismo surgió la migración de costeños a la parroquia, quienes han radicado y han puesto comedores de comida típica de ellos.

En la actualidad aún sigue siendo el paso obligado tanto para los transportistas de carga como para pasajeros que van hacia la costa. La naturaleza que la rodea, brinda su belleza exótica y un clima saludable, convirtiendo esto en un privilegio para quienes la habitan y la visitan.<sup>2</sup>

### 2.1.1 Macro localización

Manuel Cornejo Astorga es una Parroquia del Cantón Mejía, que se encuentra en la provincia de Pichincha.



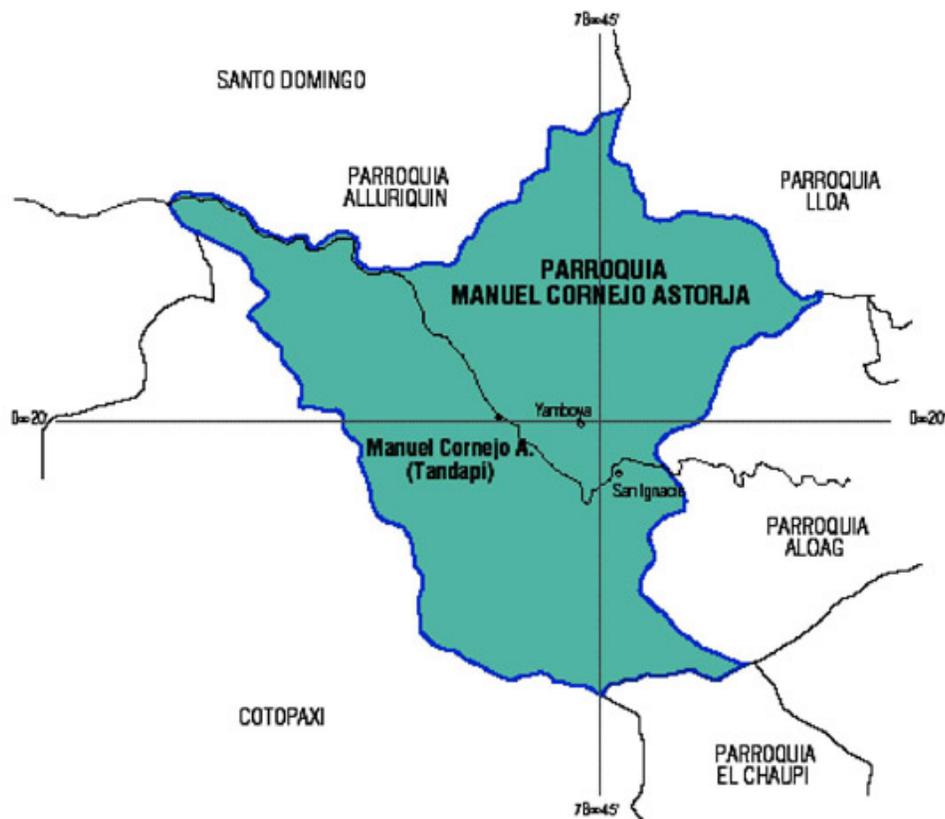
Fuente: Internet

Ilustración 18 Mapa Político del Ecuador

<sup>2</sup>Dirección de Turismo del Cantón Mejía. (s.f.). Turismo. Machachi, Mejía, Ecuador: Ilustre Municipio del Cantón Mejía.

### 2.1.2 Micro localización

El complejo turístico estará ubicado en el Cantón Mejía, Parroquia Manuel Cornejo Astorga sector Tandapi.



Fuente: Internet

Ilustración 19 Mapa de la Parroquia Manuel Cornejo Astorga "Tandapi"

### 2.1.3 Localización óptima

Para determinar la localización óptima se debe otorgar una calificación en el rango de 1 a 10 los puntos puestos en la tabla a continuación.

Tabla 33 Localización óptima

Clientes cercanos	10
Proveedores	8
Servicios básicos	10
Policía	9
Bomberos	9

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.2 INGENIERÍA BÁSICA DEL PROYECTO

### 2.2.1 Descripción del servicio.

La ubicación geográfica Finca La Escondida en la Comunidad de Río Blanco, da lugar a la presencia de suelos fértiles que brindan una gama de productos a la población. Sus paisajes son hermosos, rodeados de ríos y montañas, donde se dan un sinnúmero de orquídeas propias de la zona que asombra a propios y extraños por la extraordinaria belleza de estas, por esta y por varias razones favorables se pretende crear el Complejo Turístico “La Escondida”, para hacer uso de estas cualidades en beneficio del turismo de la Parroquia. Se trata de un espacio de recreación, esparcimiento, confort y descanso para los turistas, tanto internos como externos, un lugar de tranquilidad, de paz donde se pueda disfrutar en familia y amigos de la variedad de servicios y sobre todo de la madre naturaleza del entorno. Es por ello que para la existencia de este proyecto se debe implementar áreas que harán posible el funcionamiento del proyecto.

#### 2.2.1.1 Alojamiento

Para que el visitante pueda hospedarse en la Finca se realizará la construcción de las siguientes cabañas.

Tabla 34 Alojamiento

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
SUITE CABAÑA	2	79,00	158,00
HABITACIÓN SIMPLE	14	21,52	301,28
HABITACIÓN TRIPLE	14	23,94	335,16

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

#### 2.2.1.2 Alimentación

Se implementará una cocina, un comedor restaurante, donde se servirán los alimentos de la zona o tendrá opciones a escoger y además se dotará de bebidas para que el visitante pueda ingerir bebidas durante toda su estancia en el Complejo Turístico “La Escondida”.

Tabla 35 Área de Alimentación

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
ÁREA DE COCINA COMEDOR	1	330,00	330,00

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.2.1.3 Actividades de recreación

Participarán de caminatas por el Complejo Turístico, admirando el paisaje y tendrán acceso a las áreas recreativas propias del complejo.

Tabla 36 Actividades de recreación

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
VESTIDORES LOCKERS	2	125,00	250,00
SAUNA TURCO	1	125,00	125,00
GIMNASIO SALA JUEGOS	2	200,00	400,00
CANCHA USO MULTIPLE	1	608,00	608,00
PISCINA ADULTOS	1	182,00	182,00
PISCINA NIÑOS	1	140,00	140,00
PESCA DEPORTIVA	2	247,50	495,00
Deportes extremos	1	3000	3000

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.2.1.4 Transporte

El complejo contará con una furgoneta para el transporte de los visitantes hacia las parroquias más cercanas del lugar. Contará también con un estacionamiento amplio y seguro, el mismo que tendrá una capacidad de 30 vehículos en el día.

Tabla 37 Transporte

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
PARQUEADERO CIRCULACIÓN Y	1	1000,00	1000,00
DEPORTES EXTREMOS	1	3000,00	3000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.2.1.5 Otros Servicios

Dentro del complejo podrá contar también con otras instalaciones como:

Tabla 38 Otros servicios

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
SALA EVENTOS	1	150,00	150,00
RECEPCIÓN ADMINISTRACIÓN	1	150,00	150,00
SALA REUNIONES	1	75,00	75,00
LAVANDERÍA BAÑOS	1	112,00	112,00
ÁREA VERDE	1	940,00	940,00

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.3 DISEÑO Y COSTO DE PAQUETES TURÍSTICOS

### 2.3.1 Diseño de paquetes

Estos paquetes se realizarán de acuerdo a las necesidades de los turistas, en estos se colocará las diferentes actividades, el valor fijo será el alojamiento, la alimentación y utilización de las instalaciones del Complejo que estén dentro del paquete y adicional se sumará los costos de los servicios adicionales.

#### 2.3.1.1 PAQUETE TURÍSTICO # 1

Duración: 2 días/ 1 noches

Tabla 39 Paquete # 1

Paquete # 1 Para 1 personas	
Alojamiento 1 noches	20
3 Comidas	9
Recreacional : Piscina, Sauna, Turco, Juegos infantiles	6
<b>TOTAL PAQUETE # 1</b>	<b>35</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.3.1.2 PAQUETE TURÍSTICO # 2

Duración: 3 días / 2 noches

Tabla 40 Paquete # 2

Paquete # 2 Para 1 Persona	
Alojamiento 2 noches	30
6 Comidas	18
Recreacional : Piscina, Sauna, Turco, Juegos infantiles	7
<b>TOTAL PAQUETE # 2</b>	<b>55</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.3.1.3 PAQUETE TURÍSTICO # 3

Duración 1 día

Tabla 41 Paquete # 3

Paquete # 3	
Entrada: Piscina, Sauna, turco, Juegos infantiles.	7
1 Comida	3
<b>TOTAL PAQUETE # 3</b>	<b>10</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.4 DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

El proyecto será dividida en las siguientes áreas, de acuerdo a los servicios y actividades que se van a desarrollar.

### **2.4.1 Área Administrativa**

En esta área se ubica el administrador y recepcionista, aquí se realizará la bienvenida de los turistas.

### **2.4.2 Lobby**

Es esta área el visitante podrá distraerse con los artefactos de entretenimiento que se encontrarán en el lugar como: Televisión, Internet, Karaoke.

### **2.4.3 Área de hospedaje**

Es el lugar donde los turistas podrán pernoctar los días que ellos requieran y lo puede hacer en cabañas, habitaciones simples, habitaciones triples, suites.

#### 2.4.4 Área de alimentos y bebidas

Esta área contará con un espacio para 120 personas tomando en cuenta a los visitantes que no vayan alojarse pero que requieran de un espacio para alimentarse.

#### 2.4.5 Área de recreación

En esta área contará con las piscinas, gimnasio, sauna, turco, pesca deportiva y los deportes extremos.

#### 2.4.6 Área del Jardín

En esta área se encontrará plantas ornamentales y aromáticas del sector.

### 2.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para indicar el tamaño del Complejo Turístico, es indispensable identificar la mano de obra y los equipos necesarios para la construcción del mismo; posteriormente la capacidad de este proyecto se establecerá por el número de personas que podrá atender.

#### 2.5.1 Requerimientos de Recursos

Para determinar el tamaño del proyecto se consideraron los siguientes recursos:

#### 2.5.2 Recursos Financieros

Los recursos financieros necesarios para la implementación de este proyecto, provendrán de capital propio y capital financiado por una entidad financiera.

#### 2.5.3 Recursos Humanos

La mano de obra que se necesitará para el proyecto, debe contar con experiencia en el área de arquitectura para la construcción del mismo, una vez construido el complejo turístico la mano de obra será la siguiente:

Tabla 42 Personal

RRHH	CANTIDAD
Gerente General /Administrador	1
Cajeros	2
Camareras	2
Cajera bar	1
Cocineras	2
Ayudantes de cocina	1

Coordinadores de cada servicio	4
Personal de limpieza	2

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.5.4 Suministros

Tabla 43 Suministros

Suministros	Detalle
Servicios básicos: Luz, Agua Potable, Teléfono, Internet, TV Cable	Para el funcionamiento de la empresa.
Uniformes	Con logos de la empresa
Fundas	Con logos de la empresa
Útiles de oficina	Hojas, grapadora, perforadora, carpetas, facturas, esferos.

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.5.5 Equipos de oficina

Tabla 44 Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Computador	2	800
Impresora	1	1000

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.5.6 Muebles de oficina

Tabla 45 Muebles de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Escritorio	1	150
Silla de escritorio	1	70
Mueble archivador	1	120

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.5.7 Muebles y enseres

Tabla 46 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Cama 2 plazas	20	190
Camas de 1 ½	15	120
Literas	20	180

Colchón 2 plazas	20	120
Colchón 1 ½	55	100
Veladores	55	50
Lámparas	45	20
Closets	31	250
Espejos	40	15
Manteles de mesa	20	15
Individuales	15 docenas	12
Cubre manteles	20	8
Juego sábanas 2 plazas	50	25
Juego sábanas 1 ½	75	20
Cobijas 2 plazas	50	20
Cobijas 1 ½	75	15
Edredones 2 plazas	50	30
Edredones 1 ½	75	22
Almohadas	150	5
Barra para bebidas	20	80
Toallas de baño	200	15
Cortinas	30	30
Rodapiés	30	8
Mesas	15	50
Sillas	150	20
Estanterías	2	100
Juegos de sala	1	400
Soportes metálicos para las televisiones	31	15
Teléfono celular	1	300
Calculadora	1	50
Televisión	31	200

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.5.8 Equipos y enseres de cocina

Tabla 47 Equipos y enseres de cocina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Taburetes	15	70
Cocina industrial	2	250
Horno	1	120
Batidora	1	100
Licuadaora	1	180
Sanduchera	1	60
Cafetera	1	120
Tanque de gas	4	60
Válvulas	2	15
Manguera	5 metros	2
Juego de sartén	1	60
Juego de ollas	50	350
Juego de cuchillos	7	40
Olla de presión	2	90
Juego de coladores	2	25
Moldes de pastel	4	200
Cucharones	3	12
Bandejas	24	9
Espátulas	5	12
Tablas de picar	3	30
Cucharas soperas	15 docena	12
Cucharas para postre	15 docenas	10
Tenedores	15 docenas	15
Cuchillos	15 docenas	15
Platos soperos	15 docenas	30
Plato Base	15 docenas	40
Plato Postre	15 docenas	20
Vasos	15 docenas	19
Tasas	15 docenas	22
Cevicheros	15 docenas	19

Azucareros	18	8
Saleros	18	8
Ajiceros	18	4
Cuchareros	18	5
Congelador	2	500
Refrigerador	2	700
Panorámicas	2	1000
Cocina	2	600

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.5.9 Transporte

Tabla 48 Transporte

Detalle	Cantidad	Precio
Vehículo	1	25.000
Cuadrones	4	14000

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.6 DISEÑO DEL COMPLEJO TURÍSTICO

El objetivo principal de la ingeniería de este proyecto es brindar a nuestros clientes confort, seguridad, tranquilidad, y de esta manera relacionarse con la naturaleza, evitando el stress de la ciudad. En el plano podrá observar la dimensión del complejo y la ubicación exacta dentro de la Parroquia Manuel Cornejo Astorga.

El diseño se lo muestra en planos, adjuntos a un anexo.

VER ANEXO 1

### 2.6.1 Procesos

Proceso administrativo es el flujo continuo e interrelacionado de las actividades de planeación, organización, dirección y control, desarrolladas para lograr un objetivo común: aprovechar los recursos humanos, técnicos, materiales y de cualquier otro tipo, con los que cuenta la organización para hacerla efectiva, para sus stakeholders y la sociedad. (Gestiopolis)

#### 2.6.1.1 Proceso de atención

- Ingresar el cliente.
- Selecciona el servicio, este puede ser con hospedaje o sin hospedaje.

- Si decide hospedarse pasa alojarse ya sea en las cabañas o en cualquier habitación.
- Después pasa a caja a cancelar, mientras que el que no decide hospedarse pasa directo a caja.
- Finalmente a disfrutar de la estadía en las instalaciones de “La Escondida”

### 2.6.1.2 Diagrama de flujo

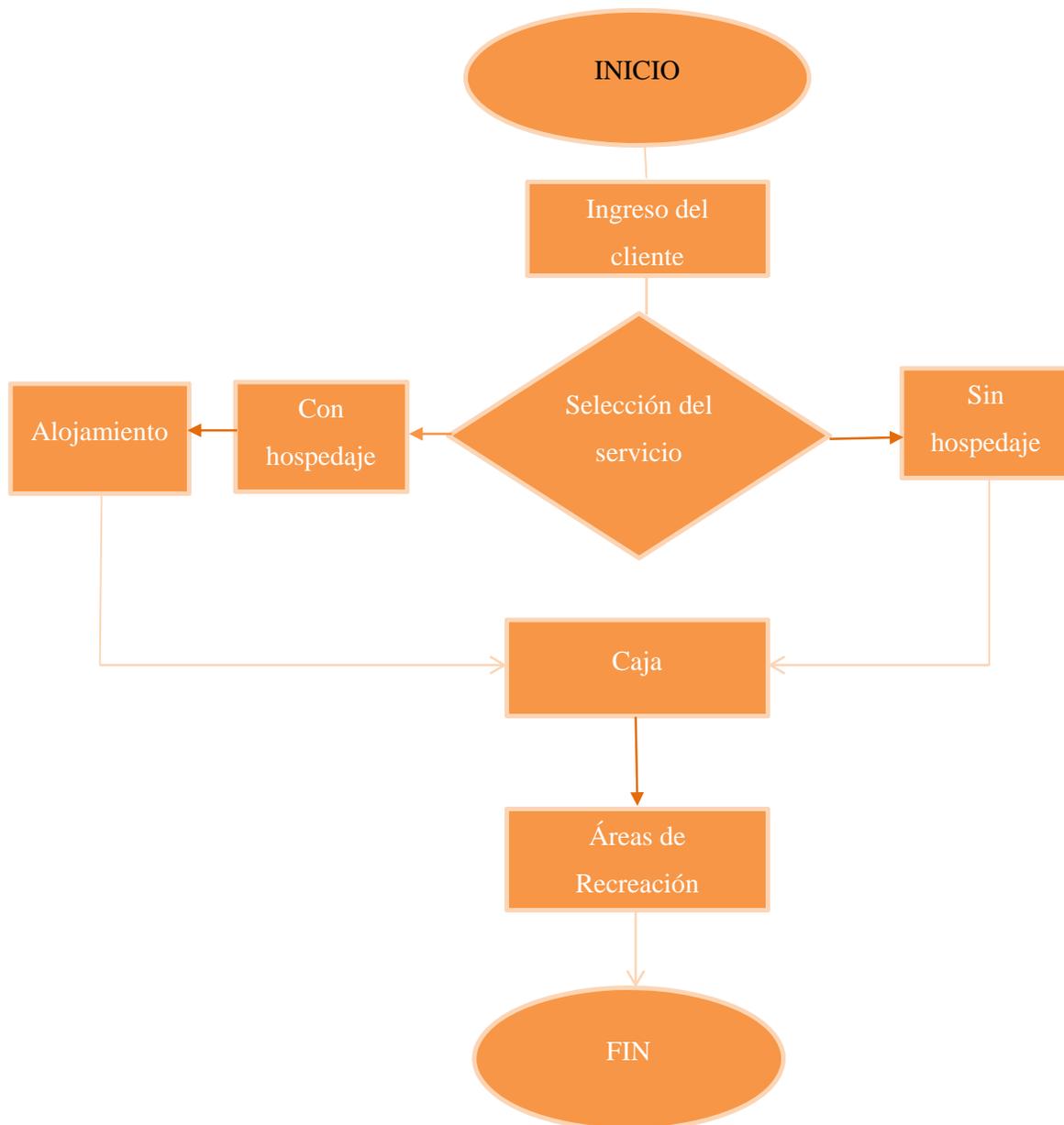


Ilustración 20 Diagrama de flujo  
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.7 ASPECTO ADMINISTRATIVO

(Coulter, 2010) Dice: “La administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz”.

### 2.7.1 Estudio Organizacional

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero. (Organizacionales)

Por medio de este estudio se busca determinar la capacidad operativa de este proyecto, por lo que a continuación detallaremos los elementos del diseño organizacional que se implementará en “La Escondida”.

Misión

Visión

Valores de la empresa

Organigrama

#### 2.7.1.1 Misión

La misión es el motivo o la razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. (Conceptos)

A continuación se propone la misión del Complejo Turístico “La Escondida”.

“Ofertar un servicio de calidad, dando cualidades como personalizado, de confort, amplio, con precios adecuados; manteniendo continuamente personal capacitado, ético y profesional; inculcando una conducta ambiental con el fin de cuidar a nuestra comunidad”

### 2.7.1.2 Visión

Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. (Conceptos)

Se propone la Visión del Complejo Turístico “La Escondida”.

“Para el 2025, convertirnos en el Complejo Turístico # 1 en nuestro Cantón, ofreciendo un espacio de recreación en medio de la naturaleza y lograr que nuestros clientes sientan confort, satisfacción y seguridad dentro de las instalaciones, y así poder convertirnos en su primera opción al momento de buscar un centro de esparcimiento”.

### 2.7.1.3 Valores de la empresa

Erich Fromm apunta: "Valioso o bueno es todo aquello que contribuye al mayor despliegue de las facultades específicas del hombre y fomenta la vida. Negativo o malo es todo lo que ahoga la vida y paraliza la disposición del hombre a obrar".

A continuación detallaremos los valores que se fomentarán en el Complejo Turístico “La Escondida” mismos que servirán de mucho al momento de tomar decisiones.

Tabla 49 Valores

Honestidad	La honradez y justicia al momento de tomar una decisión siempre debe prevalecer.
Trabajo en equipo	Colaborar en todo lo que sea posible para de esta manera brindar un servicio adecuado, teniendo en cuenta nuestros objetivos comunes.
Respeto	Recordar que todos merecemos respeto, sin distinción alguna.
Integridad	Ser intachable con pudor y decencia.
Esfuerzo	Para conseguir las metas poner hombres y lograr alcanzar excelentes resultados.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### **2.7.2 Organigrama**

Según (Fayol), “El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización”.

Mediante este organigrama El Complejo Turístico “La Escondida” permite reflejar la estructura del mismo.

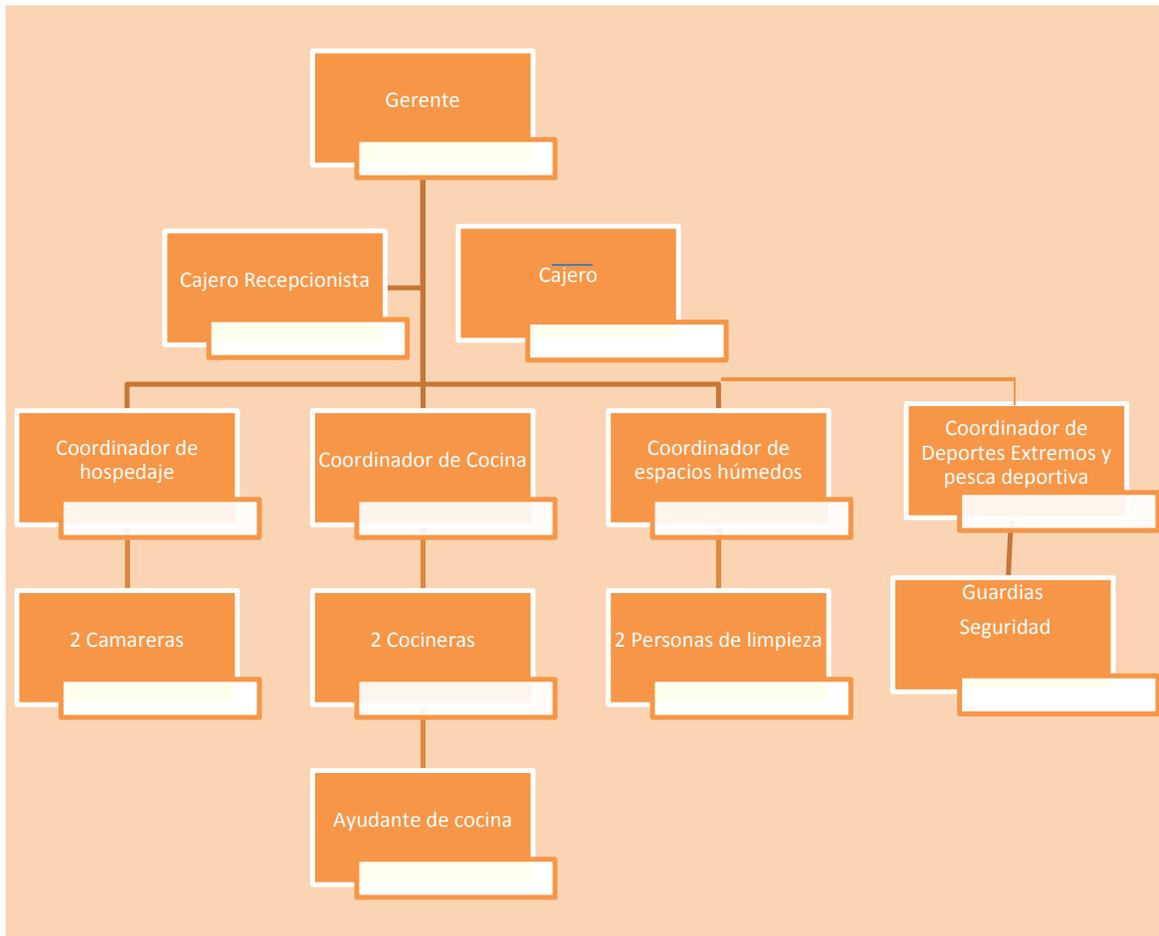


Ilustración 21 Organigrama  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

### 2.7.3 Funciones y requisitos del puesto

Tabla 50 Funciones Administrador

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	GERENTE ADMINISTRADOR
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	NINGUNO
<b>SUPERVISA A</b>	TODO EL PERSONAL DE LA EMP.
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrativo</li> </ul>	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir-hacer una planificación de las metas y objetivos de la empresa.</li> <li>- Seleccionar el recurso humano de la empresa</li> <li>- Conducir la gestión del negocio y la marcha administrativa de la misma.</li> <li>- Autorizar los desembolsos de efectivo de la empresa</li> <li>- Atención personal a clientes y proveedores</li> <li>- Planear y controlar de forma integral las funciones de todos los departamentos</li> <li>- Realizar los presupuestos en los que la empresa basará su actividad</li> <li>- Atención personal a proveedores</li> <li>- Representar legalmente a la empresa</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Técnico. En Administración de Empresas
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 2 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo
<b>FORMACIÓN</b>	Universitaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 51 Funciones de Cajeros

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	CAJERO
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	ADMINISTRADOR
<b>SUPERVISA A</b>	NINGUNO
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Administración	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe y entrega dinero en efectivo y otros documentos de valor</li> <li>- Lleva control de cobros en la caja principal del micro mercado</li> <li>- Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.</li> <li>- Realiza arqueos de caja.</li> <li>- Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.</li> <li>- Atiende a las personas que solicitan el servicio.</li> <li>- Lleva el registro y control de los movimientos de caja.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Comercio o Administración o afines
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria o Universitaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 52 Funciones de coordinadores

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	COORDINADORES
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	ADMINISTRADOR
<b>SUPERVISA A</b>	DEPENDE DE LA COORDINACIÓN
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Estudiante de Administración	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones directas de gerencia.</li> <li>- Registra diariamente las entrada y salida de sus subalternos.</li> <li>- Realiza control de uniforme del personal.</li> <li>- Suministra a su superior los reclamos o sugerencias de los turistas.</li> <li>- Atiende a las personas que solicitan el servicio.</li> <li>- Lleva el registro y seguridad de los visitantes.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Revisa informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>- Coordina y asigna tareas, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Coordinación
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 53 Funciones de Cocinera

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	COCINERA
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	COORDINADOR
<b>SUPERVISA A</b>	AYUDANTE DE COCINA
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Cocinero	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones del coordinador</li> <li>- Lleva control de los menús del día</li> <li>- Registra a diario los consumos.</li> <li>- Solicita semanalmente los insumos que necesita..</li> <li>- Lleva el registro y control de los ayudantes de cocina.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Elabora menús para un mes.</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Cocinero
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Orden y limpieza
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 54 Funciones de ayudante de cocina

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	AYUDANTE DE COCINA
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	COCINERO
<b>SUPERVISA A</b>	NINGUNO
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Ayudante de cocina	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones directas del cocinero.</li> <li>- Realiza las actividades como picar, lavar, según la disposición</li> <li>- Mantiene limpia la zona de trabajo.</li> <li>- Realiza compras si es sugerido por el cocinero.</li> <li>- Hace los jugos y ensaladas.</li> <li>- Coordina con cocinero si hay alguna sugerencia de menú por alergias u otros motivos que el turista dé a conocer.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Elabora lista de compras junto con el cocinero.</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Colaboración
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 55 Funciones de Ayudante de cocina

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	CAMARERO
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	COORDINADOR
<b>SUPERVISA A</b>	NINGUNO
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Camarero	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones directas del coordinador</li> <li>- Lleva control de las pertenencias de los clientes</li> <li>- Registra directamente los insumos que le hacen falta.</li> <li>- Realiza limpiezas de habitaciones y áreas comunes del complejo turístico.</li> <li>- Suministra a su superior si encuentra objetos perdidos.</li> <li>- Atiende a las personas que solicitan el servicio.</li> <li>- Lleva el registro y control de las habitaciones limpias.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Elabora lista de insumos que se necesitan para el mes.</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Integridad
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 56 Funciones personal de limpieza

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	PERSONAL DE LIMPIEZA
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	COORDINADOR
<b>SUPERVISA A</b>	NINGUNO
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Personal de limpieza	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones directas del coordinador</li> <li>- Lleva control de las pertenencias de los clientes.</li> <li>- Registra directamente los insumos que le hacen falta.</li> <li>- Realiza limpiezas de las áreas comunes del complejo turístico.</li> <li>- Realiza arreglos de daños básicos dentro de la instalación.</li> <li>- Suministra a su superior si encuentra objetos perdidos.</li> <li>- Atiende a las personas que solicitan el servicio.</li> <li>- Lleva el registro y control de las áreas limpias.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Elabora lista de insumos que se necesitan para el mes.</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada, como la limpieza, etc.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Sin experiencia
<b>HABILIDADES</b>	Amabilidad
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 57 Personal de seguridad

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Personal de Seguridad
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	COORDINADOR
<b>SUPERVISA A</b>	NINGUNO
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
– Guardia de seguridad	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibe disposiciones directas del coordinador</li> <li>- Lleva control del ingreso de los clientes.</li> <li>- Registra directamente los vehículos que ingresan.</li> <li>- Suministra a su superior si encuentra objetos perdidos.</li> <li>- Atiende a las personas que solicitan el servicio.</li> <li>- Lleva el registro y control de las placas de los vehículos que ingresan.</li> <li>- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>- Se comunica con la Recepcionista, Cajera informando del ingreso de los clientes..</li> <li>- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 1 años en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	Integridad
<b>FORMACIÓN</b>	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## 2.8 ESTUDIO LEGAL

### 2.8.1 Estructura Legal de una Empresa en Ecuador

Si tu idea es tener una empresa tipo familiar o con personas allegadas, puedes crear una compañía limitada. Esta se conforma por un mínimo de 2 y máximo de 15 socios y tiene “capital cerrado”.

Pasos para la Constitución de una empresa

- Reserva un nombre en la Superintendencia de Compañías
- Elabora un estatuto social con un abogado.
- Abre una cuenta de integración en el banco
- Eleva a escritura pública el estatuto social con un notario.
- Aprueba el estatuto en la Superintendencia de compañías.
- Publica en un diario, nacional.
- Sacar permisos municipales.
  - Pagar la patente.
    - Formulario de declaración de la patente.
    - Copia de cédula del representante legal.
    - Copia del RUC
    - Correo electrónico y número de teléfono del contribuyente.
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.
  - Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
    - ✓ Presentar formulario lleno de solicitud de inspección con los datos del establecimiento y del representante legal.
    - ✓ Un inspector entrega el informe quien dirá si es favorable o no.
    - ✓ Se presenta ese informe y la copia de la patente para poder retirar el permiso.
  - Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública
    - ✓ Solicitud permiso de funcionamiento
    - ✓ Planilla de inspección de los bomberos
    - ✓ Copia del título profesional del representante legal.
    - ✓ Lista de los servicios a brindar.
    - ✓ Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio.
    - ✓ Planos de la instalación.
    - ✓ Croquis de la ubicación.

- ✓ Certificado de Manipulación de Alimentos.
- ✓ Copia de la cédula del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de Salud Ocupacional.
- ✓ Copia RUC
- ✓ Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos.
- ✓ Solicitud dirigida al Director.
- Registro Patronal
  - ✓ Solicitud de entrega de clave.
  - ✓ Copia del RUC
  - ✓ Copias de cédula de identidad del representante legal.
  - ✓ Copia de papeleta de votación del representante legal.
  - ✓ Copia de pago de servicios básicos.
  - ✓ Original de la cédula.
- Inscribe la compañía
- Realiza junta de accionistas para nombrar representante.
- Inscribe el nombramiento del representante en el Registro mercantil.
- Obtener RUC.
  - Formulario correspondiente debidamente lleno.
  - Original y copia de la escritura de constitución.
  - Original y copia de los nombramientos.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Obtener la carta para el banco, para disponer del valor depositado.

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Última modificación: 29-dic.-2014 menciona:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997 , a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República; Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía; Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001,

declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

### **2.8.2 Ley de turismo**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de LEY DE TURISMO - Página 1 Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec) autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## CAPITULO II DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. Jurisprudencia: Gaceta Judicial, CONTRATO DE VIAJE O DE TURISMO, 31-jul-2001

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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

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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese LEY DE TURISMO - Página 2 eSilec Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec) empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser

usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Turismo, L. d. (s.f.). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO>.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero nos ayuda a determinar si el proyecto es factible y viable, nos permite conocer la inversión, los costos de producción, materia prima, mano de obra, ingresos y gastos, por lo tanto la proyección a 5 años.

#### 3.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija se basa en las proformas de todos los bienes muebles e inmuebles que va a necesitar la empresa.

##### 3.1.1 Inversión Propia

Para este estudio de factibilidad se va a contar con el aporte de los socios de la siguiente manera.

Tabla 58 Aportación de los socios

SOCIO	MONTO A APORTAR
Socio A	101103,91
Socio B	101103,91
Socio C	101103,91
Socio D	101103,91
Socio E	101103,91
<b>TOTAL</b>	<b>505519,55</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

##### 3.1.2 Activos Fijos

Son los que se utilizan de manera permanente en las operaciones de la empresa.

###### 3.1.2.1 Activos Fijos Tangibles

Son todos los bienes que se pueden tocar y varían según la empresa.

Tabla 59 Construcción

EDIFICIOS	
Construcción	499070,2

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 60 Equipo de Computo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador	2	800	1600
Impresora	1	1000	1000
			<b>2600</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 61 Muebles de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	150	150
Silla de escritorio	1	70	70
Mueble archivador	1	120	120
		<b>TOTAL</b>	<b>340</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 62 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cama 2 plazas	20	190	3800
Camas de 1 ½	15	120	1800
Literas	20	180	3600
Colchón 2 plazas	20	120	2400
Colchón 1 ½	55	100	5500
Veladores	55	50	2750
Lámparas	45	20	900
Closets	31	250	7750
Espejos	40	15	600
Manteles de mesa	20	15	300
Individuales	15	12	180
Cubre manteles	20	8	160
Juego sábanas 2 plazas	50	25	1250
Juego sábanas 1 ½	75	20	1500
Cobijas 2 plazas	50	20	1000
Cobijas 1 ½	75	15	1125
Edredones 2 plazas	50	30	1500
Edredones 1 ½	75	22	1650
Almohadas	150	5	750
Barra para bebidas	20	80	1600

Toallas de baño	200	15	3000
Cortinas	30	30	900
Rodapiés	30	8	240
Mesas	15	50	750
Sillas	150	20	3000
Estanterías	2	100	200
Juegos de sala	1	400	400
Teléfono celular	1	300	300
Calculadora	1	50	50
Televisión	31	200	6200
Soportes metálicos para las televisiones	31	15	465
<b>TOTAL</b>			<b>62770</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 63 Herramientas y utensilios de cocina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Taburetes	15	70	1050
Cocina industrial	2	250	500
Horno	1	120	120
Batidora	1	100	100
Licuadaora	1	180	180
Sanduchera	1	60	60
Cafetera	1	120	120
Tanque de gas	4	60	240
Válvulas	2	15	30
Manguera	15	2	30
Juego de sartén	1	60	60
Juego de ollas	50	350	17500
Juego de cuchillos	7	40	280
Olla de presión	2	90	180
Juego de coladores	2	25	50
Moldes de pastel	4	200	800
Cucharones	3	12	36
Bandejas	24	9	216
Espátulas	5	12	60
Tablas de picar	3	30	90
Cucharas soperas	15	12	180

Cucharas para postre	15	10	150
Tenedores	15	15	225
Cuchillos	15	15	225
Platos soperos	15	30	450
Plato Base	15	40	600
Plato Postre	15	20	300
Vasos	15	19	285
Tasas	15	22	330
Cevicheros	15	19	285
Azucareros	18	8	144
Saleros	18	8	144
Ajiceros	18	4	72
Cuchareros	18	5	90
Congelador	2	500	1000
Refrigerador	2	700	1400
Panorámicas	2	1000	2000
Cocina	2	600	1200
<b>TOTAL</b>			<b>30782</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 64 Equipos de sonido e iluminación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIOS
Amplificadores de Sonido	3	1500
Cajas de sonido	6	1200
Micrófonos inalámbricos	5	600
Luz Led Robótica	3	500
<b>TOTAL</b>		<b>3800</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 65 Vehículo

Detalle	Cantidad	Precio
Vehículo	1	25.000
Cuadrones	4	14000
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>39.000</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 66 Resumen de activos fijos

DESCRIPCIÓN	PRECIO
EQUIPOS DE OFICINA	2600
MUEBLES DE OFICINA	340
MUEBLES Y ENSERES	62770
UTENSILLOS DE COCINA	30782
VEHÍCULOS	39000
SONIDO E ILUMINACIÓN	3800
<b>TOTAL</b>	<b>139292</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.3 Activos Intangibles y diferidos

Son los que no se pueden tocar y detallamos a continuación.

#### 3.1.3.1 Gasto de Constitución

Tabla 67 Gasto de Constitución

GASTO DE CONSTITUCIÓN	
Abogado, Notario y Registro	1400
SUBTOTAL	1400
2% Imprevistos	40
<b>TOTAL</b>	<b>1440</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

#### 3.1.3.2 Permisos y licencias de funcionamiento

Tabla 68 Permisos y licencias

PERMISOS Y LICENCIAS	
Bomberos	240,58
Patente de funcionamiento	10
Permiso de funcionamiento LUAE	149,37
Permiso funcionamiento	12
<b>TOTAL</b>	<b>411,95</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

#### 3.1.3.4 Resumen activos diferidos

Tabla 69 Resumen de activos intangibles

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Gasto Constitución	1440
Patente Y Licencias	411,95
Software contable	240
<b>TOTAL</b>	<b>2091,95</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.3.3 Publicidad

Tabla 70 Publicidad

PUBLICIDAD	
Rótulo	2300
Diseño de página	400
Dominio	50
<b>TOTAL</b>	<b>2750</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.3.4 Gastos Administrativos

Tabla 71 Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUMINISTROS DE OFICINA	260	3120
LUZ	120	1440
TELÉFONO	40	480
INTERNET	47	564
AGUA	180	2160
<b>TOTAL</b>		<b>7764</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.3.5 Proyección de Servicios Básicos

Tabla 72 Proyección Servicios Básicos

PROYECCIÓN ANUAL SERVICIOS BÁSICOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LUZ	1440	1440	1440	1440	1440
TELÉFONO	480	480	480	480	480
INTERNET	564	564	564	564	564
AGUA	2160	2160	2160	2160	2160

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.3.5 Sueldos y Salarios

Tabla 73 Sueldos y Salarios

DESCRIPCIÓN	SUELDOS
GERENTE	16.351,60
CAJEROS	16.745,60
CAMARERAS	13.554,08
COCINERAS	16.745,60
AYUDANTES DE COCINA	6.681,29
COORD. DE SERVICIOS	39.874,24
PERSONAL DE SEGURIDAD	16.745,60
PERSONAL DE LIMPIEZA	13.362,59
<b>TOTAL</b>	<b>140.060,60</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### VER ANEXO 20

### 3.1.3.6 Mantenimiento

Tabla 74 Mantenimiento

DESCRIPCIÓN	PRECIO	% MANTENIMIENTO	VALOR MENS.	VALOR ANUAL
EQUIPOS DE OFICINA	2600	1%	26	312
MUEBLES DE OFICINA	340	1%	3,4	40,8
MUEBLES Y ENSERES	62770	1%	627,7	7532,4
UTENSILLOS DE COCINA	30782	1%	307,82	3693,84
CUADRONES	14000	2%	280	3360
VEHÍCULO	25.000	2%	500	6000
SONIDO E ILUMINACIÓN	3800	1%	38	456
<b>TOTAL</b>	<b>139292</b>			<b>21395,04</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### VER ANEXO 21

### 3.1.3.7 Insumos Operativos

Tabla 75 Insumos Operativos

<b>INSUMOS OPERATIVOS</b>	
DESAYUNOS, ALMUERZOS Y MERIENDAS	104893,11
CONSUMO BAR	93833,2
INSUMOS Y UTENSILLOS DE LIMPIEZA	3249
<b>TOTAL</b>	<b>201975,31</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.4 Capital de Trabajo

Tabla 76 Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Mano de Obra Directa	140060,6
Insumos de Operación	201975,31
Mantenimiento	21395,04
Gastos de Administración	7764
<b>TOTAL</b>	<b>371194,95</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.5 Depreciaciones

Tabla 77 Depreciaciones

<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>USD</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>% DEPRECIACION</b>	<b>1</b>
EDIFICIOS	499070,2	20	5,00	24953,51
EQUIPOS DE OFICINA	2.600	3	33,33	866,58
MUEBLES DE OFICINA	340	10	10,00	34,00
MUEBLES Y ENSERES	62770	10	10,00	6.277,00
EQUIPOS DE SONIDO E ILUMINACIÓN	3800	3	33,33	1.266,54
UTENSILLOS DE COCINA	30782	3	33,33	10.259,64
CUADRONES	14000	10	10,00	1.400,00
VEHÍCULO	25000	10	10,00	2.500,00
				<b>47557,27</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

**VER ANEXO 21**

### 3.1.6. Amortización

Tabla 78 Amortizaciones

AMORTIZACION GASTO CONSTITUCION			
AÑOS	VAL.ACT.DIF	VALOR AMORTIZ	VALOR TOTAL
1	2091,95	418,39	1673,56
2	1673,56	418,39	1255,17
3	1255,17	418,39	836,78
4	836,78	418,39	418,39
5	418,39	418,39	0,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.7 Proyecciones por ventas de paquetes en dólares

Tabla 79 Proyección ingresos

PROYECCIÓN DE PAQUETES				TOTAL
AÑO 1	158303,25	508340,25	58995	725638,5
AÑO 2	166218,413	533757,2625	61944,75	761920,425
AÑO 3	174529,333	560445,1256	65041,9875	800016,446
AÑO 4	183255,8	588467,3819	68294,08688	840017,269
AÑO 5	192418,59	617890,751	71708,79122	882018,132

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.1.8 Proyección de otros ingresos por ventas en dólares

Tabla 80 Costos Adicionales

COSTOS ADICIONALES	
1925	11551,22
10186	101864,7
7551	113270,4
TOTAL	226686,32

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Para obtener este valor tomamos en cuenta el resultado de la pregunta 10 multiplicando ese porcentaje el mercado objetivo se obtuvo el valor de la izquierda eso multiplicado por los valores nos dio el costo adicional a los servicios.

### 3.1.8 Flujo de Caja

Es un informe financiero que nos permite detallar los flujos de ingreso y los flujos de egreso de una empresa en un tiempo determinado.

El flujo de caja de este proyecto esta detallado de la siguiente manera, primero se proyecta para 5 años empezando del año 2020 y tomando como referencia al año 2019 como año 0 en donde se coloca todos los activos fijos, diferidos, capital de trabajo, sacando con la suma de estos valores el total de los fondos de inversión.

En el año 1 tomamos los ingresos en este caso se realiza el cálculo desde la encuesta por el porcentaje de las tabulaciones haciendo la siguiente operación:

PAQUETE # 1		PAQUETE # 2		PAQUETE # 3	
19665	23%	19665	47%	19665	30%
4522,95		9242,55		5899,5	

Tabla 81 Porcentaje de personas por paquete

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

En esta tabla se detalla de donde fueron tomados los valores para detallar los ingresos del 39,7% de nuestro mercado objetivo que es el porcentaje que se estima cubrir sus necesidades, se obtuvo un valor de 19665 personas al cuál se sacó el porcentaje de acuerdo al porcentaje de los consumidores por cada paquete en base a la encuesta obteniendo así 4523 personas para el paquete #1, 9243 personas para el paquete # 2 y 5900 personas para el paquete # 3; estos valores fueron sumados por el costo de cada paquete y obteniendo un resultado final que a continuación se detalla.

Tabla 82 Precio por paquetes y total

PRECIO POR PAQUETES				TOTAL
AÑO 1	158303,25	508340,25	58995	725638,5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

En cuanto a los otros ingresos se detalla de los costos que las personas adicionalmente estarían dispuestas a pagar por servicios adicionales y se detallan a continuación:

Tabla 83 Costos adicionales

COSTOS ADICIONALES	
1925	11551,22
10186	101864,7
7551	113270,4
TOTAL	226686,32

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 84 Flujo Neto de Fondos

FLUJO NETO DE FONDOS							
Descripción		2019	2020	2021	2022	2023	2024
Año		0	1	2	3	4	5
<b>Flujo operacional</b>							
1 <u>Ingresos</u>	-		<b>952324,821</b>	<b>956243,2689</b>	<b>960182,8764</b>	<b>964143,7578</b>	<b>1338710,978</b>
Ventas			725638,5	729556,95	733496,56	737457,44	741439,71
Otros Ingresos			226686,32	226686,32	226686,32	226686,32	226686,32
Recuperación de capital							370584,95
2 <u>Egresos</u>	-		<b>415810,61</b>	<b>416901,28</b>	<b>417997,83</b>	<b>406707,55</b>	<b>407815,98</b>
Pago Proveedores			201975,31	203065,98	204162,53	205265,01	206373,44
Pago Gastos Administrativos			7764	7764	7764	7764	7764
Pago gasto Operativos			158095,64	158095,64	158095,64	158095,64	158095,64
Depreciaciones			47557,27	47557,27	47557,27	35164,51	35164,51
Amortizaciones			418,39	418,39	418,39	418,39	418,39
<b>Ingresos brutos OPERACIONALES (1-2)</b>			536514,21	539341,99	542185,04	557436,21	930895,00
15% Utilidad trabajadores			80477,13	80901,30	81327,76	83615,43	139634,25
<b>Total ingresos después de participación At</b>			<b>456037,08</b>	<b>458440,69</b>	<b>460857,29</b>	<b>473820,78</b>	<b>791260,75</b>
22% Impuesto a la Renta			100328,16	100856,95	101388,60	104240,57	174077,36
<b>Utilidad neta después de Imp. renta</b>			355708,92	357583,74	359468,68	369580,21	617183,38
+ Depreciaciones			47557,27	47557,27	47557,27	35164,51	35164,51
+ Amortizaciones			418,39	418,39	418,39	418,39	418,39
3 Total utilidad neta de operaciones			403684,58	405559,40	407444,34	405163,11	652766,28
4 <b>Flujo de Inversión</b>		<b>1011039,1</b>					
<b>ACTIVOS FIJOS</b>							
Edificios	499070,2						
Equipo de Oficina	2600						
Muebles de Oficina	340						

	Muebles y enseres	62770					
	Utensilios de Cocina	30782					
	Vehículos	39.000					
	Sonido e Iluminación	3800					
	ACTIVOS DIFERIDOS						
	Gasto de Constitución	2091,95					
	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	370.584,95					
	<b>FLUJO NETO DE FONDOS en valores corrientes (3-4)</b>		-				
			1011039,1	403684,58	405559,40	407444,34	405163,11
							652766,28
5	<b>Financiamiento</b>						
			-				
	Préstamo el 50% de la inversión	505519,55					
	Pago del capital		101103,91	101103,91	101103,91	101103,91	101103,91
	Pago de intereses		75827,93	60662,34	45496,75	30331,17	15165,59
	Flujo de financiamiento en valores corrientes		-25275,98	-40441,57	-55607,16	-70772,74	-85938,32
			-				
	<b>Flujo neto de fondos con financiamiento</b>	505519,55	378408,60	365117,83	351837,18	334390,37	566827,96
	Tasa de actualización 15,92%	15,9%					
	Factor de actualización $(VF*1/(1+i)^n)$		1,00	0,86	0,74	0,64	0,55
			-				
	<b>FNF con financiamiento, actualizados</b>	505519,55	326439,44	271716,68	225874,20	185191,17	270806,70

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

VER ANEXO 23

### 3.8.2 Análisis del Costo Ponderado del Capital

Tabla 85 Capital ponderado

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO				
	US\$	%	PESO	WACC
<b>PASIVO</b>	505519,55	15%	0,5	7,50%
<b>PATRIMONIO</b>	505519,55	5%	0,5	2,25%
	1011039,1		1	9,75%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Para sacar el costo ponderado, se toma en cuenta el pasivo del proyecto y se divide para el total de la inversión se obtiene el peso, luego este se multiplica para el interés del crédito y obtienes el primer valor, con el patrimonio pasa lo mismo con la diferencia que se toma en cuenta el interés que el banco nos pagaría por tener esa cantidad de dinero en una cuenta, este es el segundo valor, el tercer valor es la prima de riesgo que en este caso es el 5,80 y el cuarto es la inflación anual que es 0,37% sumados los cuatro valores obtenemos la tasa de descuento de **15,92%**.

#### 3.8.2.1 Valor Actual Neto

Es la viabilidad del proyecto, se calcula en unidades monetarias, nos permite conocer en el año 0 la equivalencia de los valores de flujo en efectivo que generará a futuro el proyecto en equivalencia a los valores de los valores de desembolso inicial.

En este caso nuestro VAN es de 774508,63 dólares, de esta manera se puede confirmar que el proyecto es viable ya que los datos obtenidos son positivos.

Tabla 86 VAN

	<b>FACTOR DE DESCUENTO=</b>	$\frac{1}{(1 + 0,1592)^n}$
--	-----------------------------	----------------------------

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -505.519,55	1	\$ -505.519,55
1	\$ 378.408,60	0,86	\$ 326.439,44
2	\$ 365.117,83	0,74	\$ 271.716,68
3	\$ 351.837,18	0,64	\$ 225.874,20
4	\$ 334.390,37	0,55	\$ 185.191,17
5	\$ 566.827,96	0,48	\$ 270.806,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.491.062,39</b>		<b>\$ 774.508,63</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Tabla 87 Análisis de Rentabilidad

Indicadores con financiamiento	
valor actual (VA) (tomado desde el año 1)	1.280.028,18
valor actual neto = Inversión + VA	774.508,63
relación B/C = VA/Inversión	2,53
Inversión	(505.519,55)
TIR (tomado de valores corrientes)	69%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.8.2.2 Beneficio – Costo

Trata de medir la relación proporcional entre los beneficios o utilidades y el monto de inversión inicial. En este caso lo vamos a de la siguiente manera, por cada dólar invertido se recupera 2,31 dólares.

Tabla 88 Costo Beneficio

Valor actual	Capital	B/C = (VA/C)*-1
1.280.028,18	(505.519,55)	2,532104213

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.8.2.3 Tasa Interno de Retorno

El TIR representa la rentabilidad del proyecto en este caso es del 69% y se utilizó una tasa de descuento del 15,92%

### 3.8.2.4 Periodo de la Recuperación de la Inversión

Este es un instrumento que nos permite el plazo del tiempo que se requiere para recuperar los fondos netos efectivos de una inversión. A continuación se detalla:

Tabla 89 Periodo de Recuperación de la inversión

	FLUJO	FLUJO ACTUAL	FLUJO ACUMULADO
	\$ -505.519,55	\$ -505.519,55	
1	\$ 378.408,60	\$ 326.439,44	\$ -179.080,11
2	\$ 365.117,83	\$ 271.716,68	\$ 92.636,57
3	\$ <b>351.837,18</b>	\$ <b>225.874,20</b>	\$ <b>318.510,77</b>
4	\$ 334.390,37	\$ 185.191,17	\$ 503.701,93
5	\$ 566.827,96	\$ 270.806,70	\$ 774.508,63

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

Utilizamos la fórmula:

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión inicial} \times \text{Años estimados de la recuperación de la inversión}}{\text{Valor del año estimado de la recuperación de la inversión}}$$

Tabla 90 Años de recuperación

Inversión	Inversión* Años	Inversión* Años / Flujo Acumulado
505519,55	2527597,75	3,26

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

### 3.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ingresos que el proyecto debe tener con el fin de no tener ni pérdidas ni ganancias.

COSTOS FIJOS	215301,30
COSTOS VARIABLES	206619,31
UNIDADES VENDIDAS	19655
COSTO DE VENTA UNITARIO	10,51
PRECIO VENTA	35
PUNTO DE EQUILIBRIO	8792,22

El punto de venta se obtiene de la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{CF}}{\text{PV} - \text{CVU}}$$

PV - CVU

## CONCLUSIONES

- Durante el análisis técnico y administrativo se determina que el proyecto cuenta con las condiciones físicas y geográficas para lograr el éxito de la creación del Complejo Turístico “La Escondida”.
- Los resultados del análisis económico- financiero obtenido se puede concluir que el proyecto es rentable, siendo así factible su implementación.
- El proyecto de creación del Complejo Turístico “La Escondida” constituye una fuente de ingresos económicos para sus propietarios e importante fuente de empleo para la comunidad.
- Mediante el análisis de la oferta y la demanda en el Estudio de Mercado se pudo notar que el turismo en la Vía Aloag Santo Domingo ha aumentado progresivamente, por lo que es necesario la implementación de nuevos servicios que puedan contribuir a la disminución de la demanda insatisfecha.

## **RECOMENDACIONES**

- Al tener ese porcentaje de aceptación por parte de los encuestados debemos aprovechar y hacer de las instalaciones un lugar seguro y garantizado, donde los turistas puedan relajarse y disfrutar en medio de la naturaleza.
- Es recomendable dar el mejor de los servicios aplicando los valores en todos los aspectos dentro del Complejo Turístico sin clasificar a los turistas, todos merecen el mismo trato.
- Ejecutar las estrategias de promoción lo que permitirá el posicionamiento del servicio en el mercado local y expandirnos a nivel Nacional.
- Ejecutar este proyecto ya que los indicadores financieros nos muestran que es viable y rentable.

## Bibliografía

- Acerenza, M. (2004). Marketing de destinos Turísticos. México: Primera Edición.
- CENSO, I. N. (s.f.). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>.
- COMERCIO, E. (25 de Abril de 2017). <https://www.elcomercio.com/actualidad/millones-vehiculos-pasan-aloag-ano.html>.
- Conceptos. (s.f.). <https://concepto.de/mision-y-vision/#ixzz5rxJqi2U>.
- Coulter, R. (2010). <https://es.slideshare.net/KristhelSarmientoCruz/introduccion-a-la-administracion-y-las-organizaciones>.
- Dirección de Turismo del Cantón Mejía. (s.f.). Turismo. Machachi, Mejía, Ecuador: Ilustre Municipio del Cantón Mejía.
- Espinoza, R. (16 de Enero de 2015). *Estrategias de marketing*.
- Fayol, H. (s.f.). <http://luisrosmac.weebly.com/organigrama.html>. Obtenido de <http://luisrosmac.weebly.com/organigrama.html>
- Gestiopolis. (s.f.). <https://www.gestiopolis.com/que-es-proceso-administrativo/>.
- J., O. R. (2014). Economía. Madrid: EUNED.
- Naresh, M. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Mexico: Pearson Education.
- Obando, R. J. (2014). Economía. Madrid: EUNED.
- Soriano, C. (2010). Marketing Process. Madrid: Diaz de Santo.
- Stanton, E. y. (s.f.). <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>.
- Turismo, L. d. (s.f.). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO>.
- Wikipedia. (s.f.). <https://es.wikipedia.org/wiki/Precio>.
- Zarco, J. (2015). Dirección de productos y marcas. En J. Z. A. Barcelona.

A  
N  
E  
X  
O  
S

ANEXO 1



Ilustración 22 Plano del Complejo Turístico  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 2

Tabla 91 Costos Suites y Cabañas

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>SUITE – CABAÑA</b>								<b>12717,07</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							233,84
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	79,00	103,49
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	79,00	130,35
2	RELLENOS							153,10
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	23,70	153,10
3	ESTRUCTURA							151,25
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F'C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	0,08	9,10
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F'C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	1,08	142,15
4	ACERO							344,25
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	225,00	344,25
5	ALBAÑILERÍA							1061,77
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	88,55	869,56
5.2	BORDILLO DE TINETA DE BAÑO 10X15 CM INCLUYE CERÁMICA	m	11,15	8,19	0,41	19,75	1,55	30,61
5.3	MESA DE COCINA HORMIGÓN ARMADO ENCOFRADO A= 0.5 M	m	17,95	8,52	0,43	26,90	3,00	80,70
5.4	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F'C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	10,00	80,90

6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1018,33
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	177,10	1018,33
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							398,95
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	79,00	398,95
8	RECUBRIMIENTOS							2746,67
8.1	ALFOMBRA TIPO RESIDENCIAL	m2	25,41	1,99	0,10	27,50	26,13	718,58
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	52,87	2028,09
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							887,95
9.1	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	21,60	406,94
9.2	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	35,42	132,12
9.3	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	35,42	89,61
9.4	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	35,42	136,72
9.5	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	35,42	122,55
10	CARPINTERÍA							2449,83
10.1	CORTINA DE BAÑO VIDRIO TEMPLADO 8MM	m2	128,60	21,93	4,17	154,70	2,32	358,90
10.2	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	7,20	213,26
10.3	CLOSET MDF LAMINADO	m2	42,73	79,85	3,99	126,57	4,80	607,54
10.4	MUEBLE ALTO DE COCINA EN AGLOMERADO MELAMINICO E=15MM	m	78,58	22,36	6,67	107,61	3,00	322,83
10.5	MUEBLE BAJO COCINA AGLOMERADO MELAMINICO E=15MM (NO INCLUYE MESÓN)	m	111,49	20,87	1,04	133,40	3,00	400,20

10.6	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.80 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	106,40	27,51	1,38	135,29	1,00	135,29
10.7	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.90 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	107,23	28,61	1,43	137,27	3,00	411,81
11	CUBIERTAS							1449,65
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	79,00	1449,65
12	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS							223,70
12.1	LLAVE DE PASO 1/2"	u	5,52	15,77	0,79	22,08	2,00	44,16
12.2	PUNTO DE AGUA CALIENTE HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	2,00	60,20
12.3	PUNTO DE AGUA FRÍA HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	3,00	90,30
12.4	TUBERÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	m	0,86	1,49	0,07	2,42	12,00	29,04
13	INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS							308,95
13.1	CAJA DE REVISIÓN DE LADRILLO MAMBRON (0.60X0.60X0.60 M) CON TAPA	u	54,06	18,63	1,18	73,87	1,00	73,87
13.2	CANAL RECOLECTOR DE AGUAS LLUVIAS 4"	m	3,05	1,12	0,12	4,29	21,80	93,52
13.3	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 110 MM INC. ACCESORIOS	pto	32,87	14,91	0,75	48,53	1,00	48,53
13.4	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto	15,35	14,91	0,75	31,01	3,00	93,03
14	APARATOS SANITARIOS							666,68
14.1	ACCESORIOS DE BAÑO (TOALLERO, PAPELERA, GANCHO)	jgo	16,56	5,91	0,30	22,77	1,00	22,77
14.2	INODORO BLANCO LÍNEA ECONÓMICA	u	84,53	22,59	1,13	108,25	1,00	108,25
14.3	JUEGO DE GRIFERÍA 4" PARA LAVAMANOS	u	20,31	11,17	0,56	32,04	1,00	32,04
14.4	LAVAMANOS CON PEDESTAL (NO INC. GRIFERÍA)	u	65,53	17,37	0,87	83,77	1,00	83,77

14.5	LAVAPLATOS 1 POZO GRIFERÍA TIPO CUELLO DE GANSO	u	175,75	17,88	0,89	194,52	1,00	194,52
14.6	DUCHA CON MEZCLADORA	u	66,57	11,17	0,56	78,30	1,00	78,30
14.7	MEZCLADORA PARA FREGADERO TIPO CUELLO DE GANZO	u	70,62	20,13	1,01	91,76	1,00	91,76
14.8	MEZCLADORA PARA LAVAMANOS	u	34,13	20,13	1,01	55,27	1,00	55,27
15	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							622,15
15.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	1,00	10,93
15.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	1,00	16,48
15.3	BREAKER 2 POLOS 32 AMP	u	13,40	5,22	0,26	18,88	1,00	18,88
15.4	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	9,00	179,10
15.5	PUNTO DE TOMACORRIENTE 220 V TUBO CONDUIT 1"	pto	28,92	16,77	0,84	46,53	1,00	46,53
15.6	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
15.7	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
15.8	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	2,00	38,54

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 3

Tabla 92 Costos Habitación Simple

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>HABITACIÓN – SIMPLE</b>								<b>4776,80</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							63,70
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	21,52	28,19
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	21,52	35,51
2	RELLENOS							41,71
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	6,46	41,71
3	ESTRUCTURA							283,40
3.1	HORMIGÓN SIMPLE CONTRAPISO F'C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	2,15	247,87
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F'C= 210 KG/CM2 (0.15x0.15x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	0,27	35,54
4	ACERO							114,75
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	75,00	114,75
5	ALBAÑILERÍA							293,74
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	23,50	230,77
5.2	BORDILLO DE TINETA DE BAÑO 10X15 CM INCLUYE CERÁMICA	m	11,15	8,19	0,41	19,75	1,55	30,61
5.3	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F'C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	4,00	32,36

6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							270,25
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	47,00	270,25
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							108,68
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	21,52	108,68
8	RECUBRIMIENTOS							825,51
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	21,52	825,51
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							576,86
9.1	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	8,00	150,72
9.2	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	19,25	71,80
9.3	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	46,75	118,28
9.4	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	19,25	74,31
9.5	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	46,75	161,76
10	CARPINTERÍA							770,37
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	4,50	133,29
10.2	CLOSET MDF LAMINADO	m2	42,73	79,85	3,99	126,57	2,88	364,52
10.3	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.80 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	106,40	27,51	1,38	135,29	1,00	135,29
10.4	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.90 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	107,23	28,61	1,43	137,27	1,00	137,27

11	CUBIERTAS							394,89
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	21,52	394,89
12	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS							184,68
12.1	LLAVE DE PASO 1/2"	u	5,52	15,77	0,79	22,08	1,00	22,08
12.2	PUNTO DE AGUA CALIENTE HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	2,00	60,20
12.3	PUNTO DE AGUA FRÍA HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	3,00	90,30
12.4	TUBERÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	m	0,86	1,49	0,07	2,42	5,00	12,10
13	INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS							200,94
13.1	CAJA DE REVISIÓN DE LADRILLO MAMBRON (0.60X0.60X0.60 M) CON TAPA	u	54,06	18,63	1,18	73,87	1,00	73,87
13.2	CANAL RECOLECTOR DE AGUAS LLUVIAS 4"	m	3,05	1,12	0,12	4,29	3,85	16,52
13.3	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 110 MM INC. ACCESORIOS	pto	32,87	14,91	0,75	48,53	1,00	48,53
13.4	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto	15,35	14,91	0,75	31,01	2,00	62,02
14	APARATOS SANITARIOS							380,40
14.1	ACCESORIOS DE BAÑO (TOALLERO, PAPELERA, GANCHO)	jgo	16,56	5,91	0,30	22,77	1,00	22,77
14.2	INODORO BLANCO LÍNEA ECONÓMICA	u	84,53	22,59	1,13	108,25	1,00	108,25
14.3	JUEGO DE GRIFERÍA 4" PARA LAVAMANOS	u	20,31	11,17	0,56	32,04	1,00	32,04
14.4	LAVAMANOS CON PEDESTAL (NO INC. GRIFERÍA)	u	65,53	17,37	0,87	83,77	1,00	83,77
14.5	DUCHA CON MEZCLADORA	u	66,57	11,17	0,56	78,30	1,00	78,30

14.6	MEZCLADORA PARA LAVAMANOS	u	34,13	20,13	1,01	55,27	1,00	55,27
15	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							266,93
15.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	1,00	10,93
15.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	1,00	16,48
15.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	3,00	59,70
15.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	4,00	100,76
15.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
15.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 4

Tabla 93 Costo Habitación Triple

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO		CANTIDAD	TOTAL
<b>HABITACIÓN – TRIPLE</b>									<b>6340.19</b>
1	OBRAS PRELIMINARES								70,86
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31		23,94	31,36
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65		23,94	39,50
2	RELLENOS								46,40
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46		7,18	46,40
3	ESTRUCTURA								311,28
3.1	HORMIGÓN SIMPLE CONTRAPISO F' C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18		2,39	275,74
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F' C= 210 KG/CM2 (0.15x0.15x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62		0,27	35,54
4	ACERO								114,75
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53		75,00	114,75
5	ALBAÑILERÍA								581,96
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82		52,85	518,99
5.2	BORDILLO DE TINETA DE BAÑO 10X15 CM INCLUYE CERÁMICA	m	11,15	8,19	0,41	19,75		1,55	30,61
5.3	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F' C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09		4,00	32,36
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS								607,78

6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	105,70	607,78
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							120,90
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	23,94	120,90
8	RECUBRIMIENTOS							918,34
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	23,94	918,34
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							569,46
9.1	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	20,00	376,80
9.2	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	8,70	32,45
9.3	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	21,14	53,48
9.4	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	8,70	33,58
9.5	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	21,14	73,14
10	CARPINTERÍA							1499,41
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	4,50	133,29
10.2	CLOSET MDF LAMINADO	m2	42,73	79,85	3,99	126,57	8,64	1093,56
10.3	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.80 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	106,40	27,51	1,38	135,29	1,00	135,29
10.4	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.90 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	107,23	28,61	1,43	137,27	1,00	137,27
11	CUBIERTAS							439,30
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	23,94	439,30

12	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS							184,68
12.1	LLAVE DE PASO 1/2"	u	5,52	15,77	0,79	22,08	1,00	22,08
12.2	PUNTO DE AGUA CALIENTE HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	2,00	60,20
12.3	PUNTO DE AGUA FRÍA HG.1/2"	pto	14,44	14,91	0,75	30,10	3,00	90,30
12.4	TUBERÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	m	0,86	1,49	0,07	2,42	5,00	12,10
13	INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS							227,75
13.1	CAJA DE REVISIÓN DE LADRILLO MAMBRON (0.60X0.60X0.60 M) CON TAPA	u	54,06	18,63	1,18	73,87	1,00	73,87
13.2	CANAL RECOLECTOR DE AGUAS LLUVIAS 4"	m	3,05	1,12	0,12	4,29	10,10	43,33
13.3	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 110 MM INC. ACCESORIOS	pto	32,87	14,91	0,75	48,53	1,00	48,53
13.4	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto	15,35	14,91	0,75	31,01	2,00	62,02
14	APARATOS SANITARIOS							380,40
14.1	ACCESORIOS DE BAÑO (TOALLERO, PAPELERA, GANCHO)	jgo	16,56	5,91	0,30	22,77	1,00	22,77
14.2	INODORO BLANCO LÍNEA ECONÓMICA	u	84,53	22,59	1,13	108,25	1,00	108,25
14.3	JUEGO DE GRIFERÍA 4" PARA LAVAMANOS	u	20,31	11,17	0,56	32,04	1,00	32,04
14.4	LAVAMANOS CON PEDESTAL (NO INC. GRIFERÍA)	u	65,53	17,37	0,87	83,77	1,00	83,77
14.5	DUCHA CON MEZCLADORA	u	66,57	11,17	0,56	78,30	1,00	78,30
14.6	MEZCLADORA PARA LAVAMANOS	u	34,13	20,13	1,01	55,27	1,00	55,27
15	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							266,93
15.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	1,00	10,93

15.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	1,00	16,48
15.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	3,00	59,70
15.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	4,00	100,76
15.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
15.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 5

Tabla 94 Costo Sala evento

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>SALA – EVENTOS</b>								<b>17231,99</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							444,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	150,00	196,50
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	150,00	247,50
2	RELLENOS							290,70
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	45,00	290,70
3	ESTRUCTURA							1854,06
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F'c= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	15,00	1727,70
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F'c= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	0,96	126,36
4	ACERO							344,25
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	225,00	344,25
5	ALBAÑILERÍA							591,03
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	50,30	493,95
5.2	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F'c= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	12,00	97,08
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1446,13
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR,	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	251,50	1446,13

	PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM							
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							757,50
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	150,00	757,50
8	RECUBRIMIENTOS							5754,00
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	150,00	5754,00
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							683,07
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	50,30	187,62
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	50,30	127,26
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	50,30	194,16
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	50,30	174,04
10	CARPINTERÍA							1325,43
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	22,50	666,45
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	6,30	658,98
11	CUBIERTAS							2752,50
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	150,00	2752,50
12	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							989,33
12.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
12.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
12.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	24,00	477,60
12.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	15,00	377,85

	EMT. 1/2"							
12.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
12.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 6

Tabla 95 Costo Recepción administración

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>RECEPCIÓN – ADMINISTRACIÓN</b>								<b>17911,73</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							444,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	150,00	196,50
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	150,00	247,50
2	RELLENOS							290,70
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	45,00	290,70
3	ESTRUCTURA							1854,06
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F'C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	15,00	1727,70
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F'C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	0,96	126,36
4	ACERO							344,25
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	225,00	344,25
5	ALBAÑILERÍA							1526,52
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	155,45	1526,52
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							893,84
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	155,45	893,84
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							757,50

7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	150,00	757,50
8	RECUBRIMIENTOS							5754,00
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	150,00	5754,00
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							1055,85
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	77,75	290,01
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	77,75	196,71
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	77,75	300,12
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	77,75	269,02
10	CARPINTERÍA							1552,98
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	13,50	399,87
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	3,15	329,49
10.3	PUERTA TAMBORADA BLANCA 0.90 M, INCLUYE MARCOS Y TAPA MARCOS	u	107,23	28,61	1,43	137,27	6,00	823,62
11	CUBIERTAS							2752,50
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	150,00	2752,50
15	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							685,54
15.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
15.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
15.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	10,00	199,00
15.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	14,00	352,66
15.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79

15.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27
------	-------------------------------------------------------------	-----	------	-------	------	-------	------	-------

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 7

Tabla 96 Costo Sala Reuniones

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>SALA – REUNIONES</b>								<b>9447,78</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							222,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	75,00	98,25
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	75,00	123,75
2	RELLENOS							145,35
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	22,50	145,35
3	ESTRUCTURA							958,62
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F' C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	7,50	863,85
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F' C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	0,72	94,77
4	ACERO							244,80
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	160,00	244,80
5	ALBAÑILERÍA							376,06
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	35,00	343,70
5.2	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F' C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	4,00	32,36
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							400,20
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	69,60	400,20
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							378,75
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3,	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	75,00	378,75

	E= 1 CM							
8	RECUBRIMIENTOS							2877,00
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	75,00	2877,00
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							1181,46
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	87,00	324,51
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	87,00	220,11
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	87,00	335,82
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	87,00	301,02
10	CARPINTERÍA							662,72
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	11,25	333,23
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	3,15	329,49
11	CUBIERTAS							1376,25
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	75,00	1376,25
12	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							624,58
12.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
12.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
12.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	12,00	238,80
12.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
12.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
12.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 8

Tabla 97 Costo Lavandería Baños

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>LAVANDERÍA – BAÑOS</b>								<b>17458,98</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							331,52
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	112,00	146,72
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	112,00	184,80
2	RELLENOS							217,06
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	33,60	217,06
3	ESTRUCTURA							1416,37
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	11,20	1290,02
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F´C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	0,96	126,36
4	ACERO							283,05
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	185,00	283,05
5	ALBAÑILERÍA							1100,99
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	106,35	1044,36
5.2	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F´C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	7,00	56,63
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1223,03
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	212,70	1223,03
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							565,60
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	112,00	565,60

8	RECUBRIMIENTOS							4296,32
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	112,00	4296,32
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							1155,39
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	85,08	317,35
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	85,08	215,25
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	85,08	328,41
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	85,08	294,38
10	CARPINTERÍA							796,01
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	15,75	466,52
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	3,15	329,49
11	CUBIERTAS							2055,20
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	112,00	2055,20
12	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS							480,33
12.1	LLAVE DE PASO 1/2"	u	5,52	15,77	0,79	22,08	4,00	88,32
12.2	PUNTO DE AGUA FRÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	pto	4,89	14,46	0,72	20,07	17,00	341,19
12.3	TUBERÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	m	0,86	1,49	0,07	2,42	21,00	50,82
13	INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS							2842,43
13.1	CANALIZACIÓN TUBERÍA PVC 110 MM	m	6,56	2,71	0,14	9,41	12,00	112,92
13.2	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 110 MM INC. ACCESORIOS	pto	32,87	14,91	0,75	48,53	12,00	582,36
13.3	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto	15,35	14,91	0,75	31,01	10,00	310,10
13.4	LAVAMANOS CON PEDESTAL (NO INC. GRIFERÍA)	u	65,53	17,37	0,87	83,77	3,00	251,31

13.5	INODORO BLANCO LÍNEA ECONÓMICA	u	84,53	22,59	1,13	108,25	12,00	1299,00
13.6	LLAVE PRESSMATIC PARA URINARIO	u	74,44	20,13	1,01	95,58	3,00	286,74
14	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							695,70
14.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
14.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
14.3	BREAKER 2 POLOS 32 AMP	u	13,40	5,22	0,26	18,88	2,00	37,76
14.4	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	9,00	179,10
14.5	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
14.6	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
14.7	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27
14.8	PUNTO DE TOMACORRIENTE 220 V TUBO CONDUIT 1"	pto	28,92	16,77	0,84	46,53	2,00	93,06

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 9

Tabla 98 Costo Cocina Comedor

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>COCINA – COMEDOR</b>								<b>37086,16</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							976,80
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	330,00	432,30
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	330,00	544,50
2	RELLENOS							639,54
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	99,00	639,54
3	ESTRUCTURA							4022,06
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F'c= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	33,00	3800,94
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F'c= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	1,68	221,12
4	ACERO							497,25
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	325,00	497,25
5	ALBAÑILERÍA							2171,02
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	207,90	2041,58
5.2	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F'c= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	16,00	129,44
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							2390,85
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	415,80	2390,85
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							1666,50
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	330,00	1666,50

8	RECUBRIMIENTOS							12658,80
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	330,00	12658,80
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							2823,28
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	207,90	775,47
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	207,90	525,99
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	207,90	802,49
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	207,90	719,33
10	CARPINTERÍA							1592,01
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	31,50	933,03
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	6,30	658,98
11	CUBIERTAS							6055,50
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	330,00	6055,50
12	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS							111,33
12.1	LLAVE DE PASO 1/2"	u	5,52	15,77	0,79	22,08	1,00	22,08
12.2	PUNTO DE AGUA FRÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	pto	4,89	14,46	0,72	20,07	3,00	60,21
12.3	TUBERÍA PVC 1/2" ROSCABLE INC. ACCESORIOS	m	0,86	1,49	0,07	2,42	12,00	29,04
13	INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS							785,52
13.1	CANALIZACIÓN TUBERÍA PVC 110 MM	m	6,56	2,71	0,14	9,41	12,00	112,92
13.2	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 110 MM INC. ACCESORIOS	pto	32,87	14,91	0,75	48,53	2,00	97,06
13.3	PUNTO DE DESAGÜE DE PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto	15,35	14,91	0,75	31,01	2,00	62,02
13.4	LAVAPLATOS 2 POZO GRIFERÍA TIPO CUELLO DE GANSO TIPO TEKA	u	233,04	22,59	1,13	256,76	2,00	513,52
14	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							695,70
14.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86

14.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
14.3	BREAKER 2 POLOS 32 AMP	u	13,40	5,22	0,26	18,88	2,00	37,76
14.4	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	9,00	179,10
14.5	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
14.6	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
14.7	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27
14.8	PUNTO DE TOMACORRIENTE 220 V TUBO CONDUIT 1"	pto	28,92	16,77	0,84	46,53	2,00	93,06

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 10

Tabla 99 Costo Vestidores

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>VESTIDORES - LOCKERS</b>								<b>19226.84</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							370,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	125,00	163,75
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	125,00	206,25
2	RELLENOS							242,25
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	37,50	242,25
3	ESTRUCTURA							1597,69
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F' C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	12,50	1439,75
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F' C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	1,20	157,94
4	ACERO							283,05
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	185,00	283,05
5	ALBAÑILERÍA							1494,71
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	142,33	1397,63
5.3	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F' C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	12,00	97,08
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1636,80
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	284,66	1636,80
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							631,25
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	125,00	631,25
8	RECUBRIMIENTOS							4795,00

8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	125,00	4795,00
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							3865,68
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	284,66	1061,78
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	284,66	720,19
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	284,66	1098,79
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	284,66	984,92
10	CARPINTERÍA							1392,08
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	24,75	733,10
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	6,30	658,98
11	CUBIERTAS							2293,75
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	125,00	2293,75
12	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							624,58
12.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
12.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
12.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	12,00	238,80
12.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
12.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
12.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 11

Tabla 100 Costo Sauna Turco

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>SAUNA – TURCO</b>								<b>16788,63</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							370,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	125,00	163,75
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	125,00	206,25
2	RELLENOS							242,25
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	37,50	242,25
3	ESTRUCTURA							1597,69
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	12,50	1439,75
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F´C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	1,20	157,94
4	ACERO							283,05
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	185,00	283,05
5	ALBAÑILERÍA							1494,71
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	142,33	1397,63
5.2	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F´C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	12,00	97,08
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1636,80
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	284,66	1636,80
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							631,25
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	125,00	631,25
8	RECUBRIMIENTOS							4795,00

8.1	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	125,00	4795,00
8.2	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	142,33	2681,50
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							2160,57
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	284,66	1061,78
9.2	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	284,66	1098,79
10	CARPINTERÍA							658,98
10.1	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	6,30	658,98
11	CUBIERTAS							2293,75
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	125,00	2293,75
12	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							624,58
12.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
12.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
12.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	12,00	238,80
12.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	10,00	251,90
12.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
12.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 12

Tabla 101 Costo Gimnasio

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>GIMNASIO</b>								<b>23537.76</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							592,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	200,00	262,00
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	200,00	330,00
2	RELLENOS							387,60
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	60,00	387,60
3	ESTRUCTURA							2461,54
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	20,00	2303,60
3.2	HORMIGÓN SIMPLE COLUMNAS F´C= 210 KG/CM2 (0.2x0.2x3)m	m3	81,12	39,19	11,31	131,62	1,20	157,94
4	ACERO							581,40
4.1	ACERO DE REFUERZO FY= 4200 KG/CM2 8-12 MM CON ALAMBRE GALV. N°18	kg	1,07	0,41	0,05	1,53	380,00	581,40
5	ALBAÑILERÍA							1540,96
5.1	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE PRENSADO ALIVIANADO 40X20X10 CM MORTERO 1:6, E= 2.0 CM	m2	5,32	4,25	0,25	9,82	150,33	1476,24
5.3	DINTEL 0.1X0.20X1.1 M, F´C= 180 KG/CM2	u	1,95	5,81	0,33	8,09	8,00	64,72
6	ENLUCIDOS Y MASILLADOS							1728,80
6.1	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR, PALETEADO FINO, MORTERO 1:4, E= 1,50 CM	m2	1,65	3,88	0,22	5,75	300,66	1728,80
7	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							1010,00
7.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	200,00	1010,00

8	RECUBRIMIENTOS							7672,00
8.2	PORCELANATO NACIONAL EN PISO DE 50X50CM	m2	31,50	5,96	0,90	38,36	200,00	7672,00
9	RECUBRIMIENTOS EN PAREDES							2041,48
9.1	EMPASTE EXTERIOR	m2	1,75	1,87	0,11	3,73	150,33	560,73
9.2	EMPASTE INTERIOR	m2	0,95	1,49	0,09	2,53	150,33	380,33
9.3	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,87	0,10	3,86	150,33	580,27
9.4	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR, LÁTEX VINILO ACRÍLICO	m2	1,89	1,49	0,08	3,46	150,33	520,14
10	CARPINTERÍA							862,65
10.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL FIJA Y VIDRIO 4 MM	m2	16,18	10,46	2,98	29,62	18,00	533,16
10.2	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO 6 MM (INCL. CERRADURA)	m2	93,33	10,73	0,54	104,60	3,15	329,49
11	CUBIERTAS							3670,00
11.1	ENTECHADO RESIDENCIAL TIPO P7	m2	13,57	4,55	0,23	18,35	200,00	3670,00
12	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							989,33
12.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
12.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
12.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	24,00	477,60
12.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	15,00	377,85
12.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79
12.6	PUNTO SALIDA PARA TELÉFONOS, ALAMBRE TELEFÓNICO, ALUG 2 X20	pto	3,61	14,91	0,75	19,27	1,00	19,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 13

Tabla 102 Costos Cancha uso múltiples

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>CANCHA - USO MULTIPLE</b>								<b>13335,72</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							1799,68
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	608,00	796,48
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	608,00	1003,20
2	RELLENOS							1178,30
2.1	RELLENO COMPACTADO CON SUELO NATURAL e=30cm	m3	0,02	3,97	2,47	6,46	182,40	1178,30
3	ESTRUCTURA							7002,94
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	60,80	7002,94
4	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							3070,40
4.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	608,00	3070,40
5	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							284,39
5.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
5.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
5.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	6,00	119,40
5.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	2,00	50,38
5.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 14

Tabla 103 Costos Piscina Adultos

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>PISCINA - ADULTOS</b>								<b>14717,27</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							538,72
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	182,00	238,42
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	182,00	300,30
2	EXCAVACIONES							2615,34
2.1	DESBANQUE MANUAL	m3	0,00	9,12	0,46	9,58	273,00	2615,34
3	ESTRUCTURA							5119,01
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	18,20	2096,28
3.2	HORMIGÓN SIMPLE MUROS, F´C= 210 KG/CM2, NO INC. ENCOFRADO	m3	81,07	39,20	12,19	132,46	22,82	3022,74
4	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							919,10
4.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	182,00	919,10
5	RECUBRIMIENTOS							5320,30
5.1	CERÁMICA NACIONAL PARA PISOS 30X30CM	m2	15,34	5,23	0,79	21,36	182,00	3887,52
5.2	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	76,05	1432,78
6	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							204,79
6.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
6.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
6.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	2,00	39,80

6.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT EMT. 1/2"	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	2,00	50,38
6.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 15

Tabla 104 Costos Piscina niños

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>PISCINA - NIÑOS</b>								<b>8013,14</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							414,40
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	140,00	183,40
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	140,00	231,00
2	EXCAVACIONES							670,60
2.1	DESBANQUE MANUAL	m3	0,00	9,12	0,46	9,58	70,00	670,60
3	ESTRUCTURA							2571,53
3.1	HORMIGÓN SIMPLE REPLANTILLO F´C= 180 KG/CM2 e=10cm	m3	72,76	35,64	6,78	115,18	14,00	1612,52
3.2	HORMIGÓN SIMPLE MUROS, F´C= 210 KG/CM2, NO INC. ENCOFRADO	m3	81,07	39,20	12,19	132,46	7,24	959,01
4	CONTRAPISOS Y MASILLADOS							707,00
4.1	MASILLADO ALISADO DE PISOS, MORTERO 1:3, E= 1 CM	m2	0,91	2,48	1,66	5,05	140,00	707,00
5	RECUBRIMIENTOS							3444,82
5.1	CERÁMICA NACIONAL PARA PISOS 30X30CM	m2	15,34	5,23	0,79	21,36	140,00	2990,40
5.2	CERÁMICA EN PARED 20X30 CM	m2	14,06	4,55	0,23	18,84	24,12	454,42
6	INSTALACIONES ELÉCTRICAS							204,79
6.1	BREAKER 1 POLO 16 AMP	u	5,45	5,22	0,26	10,93	2,00	21,86
6.2	BREAKER 1 POLO 40 AMP	u	11,00	5,22	0,26	16,48	2,00	32,96
6.3	PUNTO DE ILUMINACIÓN. CONDUCTOR N° 12, SIN APLIQUE	pto	8,95	10,43	0,52	19,90	2,00	39,80
6.4	PUNTO DE TOMACORRIENTE DOBLE 110 V, TUBO CONDUIT	pto	15,80	8,94	0,45	25,19	2,00	50,38

	EMT. 1/2"							
6.5	TABLERO CONTROL GE 4-8 PTOS	u	44,55	14,51	0,73	59,79	1,00	59,79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 16

Tabla 105 Pesca Deportiva

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>PESCA – DEPORTIVA</b>								<b>5474,70</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							732,60
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	247,50	324,23
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	247,50	408,38
2	EXCAVACIONES							4742,10
2.1	DESBANQUE MANUAL	m3	0,00	9,12	0,46	9,58	495,00	4742,10

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 17

Tabla 106 Costos parqueadero y deportes extremos

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>PARQUEADERO - CIRCULACIÓN Y DEPORTES EXTREMOS</b>								<b>62920,00</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							11840,00
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	4000,00	5240,00
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	4000,00	6600,00
2	INFRAESTRUCTURA							51080,00
2.1	ADOQUINADO 300 KG/CM2 ARENA, E= 3 CM	m2	8,21	3,87	0,69	12,77	4000,00	51080,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 18

Tabla 107 Costos áreas verdes

COD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MATERIALES	MANO DE OBRA	EQUIPO	COSTO DIRECTO	CANTIDAD	TOTAL
<b>ÁREA VERDE</b>								<b>6608.20</b>
1	OBRAS PRELIMINARES							2782,40
1.1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	0,00	1,25	0,06	1,31	940,00	1231,40
1.2	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2	0,10	1,19	0,36	1,65	940,00	1551,00
2	OBRAS EXTERIORES							3825,80
2.1	ENCESPADO COLOCACIÓN DE CHAMBA EN TERRENO PREPARADO	m2	2,20	1,78	0,09	4,07	940,00	3825,80

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 19

Tabla 108 Cantidad y área utilizada

#	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	AREA ÚTIL (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
1	SUITE CABAÑA	2	79,00	158,00
2	HABITACIÓN SIMPLE	14	21,52	301,28
3	HABITACIÓN TRIPLE	14	23,94	335,16
4	SALA EVENTOS	1	150,00	150,00
5	RECEPCIÓN ADMINISTRACIÓN	1	150,00	150,00
6	SALA REUNIONES	1	75,00	75,00
7	LAVANDERÍA BAÑOS	1	112,00	112,00
8	COCINA COMEDOR	1	330,00	330,00
9	VESTIDORES LOCKERS	2	125,00	250,00
10	SAUNA TURCO	1	125,00	125,00
11	GIMNASIO SALA JUEGOS	2	200,00	400,00

12	CANCHA USO MULTIPLE	1	608,00	608,00
13	PISCINA ADULTOS	1	182,00	182,00
14	PISCINA NIÑOS	1	140,00	140,00
15	PESCA DEPORTIVA	2	247,50	495,00
16	PARQUEADERO CIRCULACIÓN	1	4000,00	4000,00
17	ÁREA VERDE	1	940,00	940,00
			TOTALES	8751,44

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 20

Tabla 109 Detalle de sueldos

DETALLE	GERENTE	CAJERO	CAMARERAS	COCINERAS	AYUDANTE DE COCINA	COORDINADORES DE SERVICIOS	PERSONAL DE LIMPIEZA	TOTAL
Sueldo	1.000,00	500,00	400,00	500,00	394,00	600,00	394,00	
Décimo tercero (S.B/12)	83,33	41,67	33,33	41,67	32,83	50,00	32,83	
Décimo cuarto (S.B.U/12)	32,83	32,83	32,83	32,83	32,83	32,83	32,83	
Vacaciones/ 24	41,67	20,83	16,67	20,83	16,42	25,00	16,42	
Aporte Patronal (12.15%)	121,50	60,75	48,60	60,75	47,87	72,90	47,87	
Fondos de reserva less (8.33%)	83,30	41,65	33,32	41,65	32,82	49,98	32,82	
Total mes	1.362,63	697,73	564,75	697,73	556,77	830,71	556,77	
TOTAL ANUAL	16.351,60	8.372,80	6.777,04	8.372,80	6.681,29	9.968,56	6.681,29	
CANTIDAD DE PERSONAL	1	2	2	2	1	4	2	
TOTAL EN SUELDOS	16.351,60	16.745,60	13.554,08	16.745,60	6.681,29	39.874,24	13.362,59	<b>123.315,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 21

Tabla 110 Proyección Mantenimiento Activos fijos

PROYECCIÓN MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE OFICINA	312	312	312	312	312
MUEBLES DE OFICINA	40,8	40,8	40,8	40,8	40,8
MUEBLES Y ENSERES	7532,4	7532,4	7532,4	7532,4	7532,4
UTENSILLOS DE COCINA	3693,84	3693,84	3693,84	3693,84	3693,84
CUADRONES	3360	3360	3360	3360	3360
VEHÍCULO	6000	6000	6000	6000	6000
SONIDO E ILUMINACIÓN	456	456	456	456	456
<b>TOTAL</b>	<b>21395,04</b>	<b>21395,04</b>	<b>21395,04</b>	<b>21395,04</b>	<b>21395,04</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 22

Tabla 111 Proyección depreciación

DEPRECIACIÓN Y PROYECCIÓN DE ACTIVOS FIJOS									
DEPRECIACIONES	USD	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEPRECIACION	AÑOS					
				0	1	2	3	4	5
<b>EDIFICIOS</b>	<b>499070,2</b>	<b>20</b>	<b>5,00</b>		<b>24953,51</b>	<b>24953,51</b>	<b>24953,51</b>	<b>24953,51</b>	<b>24953,51</b>
EQUIPOS DE OFICINA	2.600	3	33,33		866,58	866,58	866,58		
MUEBLES DE OFICINA	340	10	10,00		34,00	34,00	34,00	34,00	34,00
MUEBLES Y ENSERES	62770	10	10,00		6.277,00	6.277,00	6.277,00	6.277,00	6.277,00
EQUIPOS DE SONIDO E ILUMINACIÓN	3800	3	33,33		1.266,54	1.266,54	1.266,54		
UTENSILLOS DE COCINA	30782	3	33,33		10.259,64	10.259,64	10.259,64		
CUADRONES	14000	10	10,00		1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
VEHÍCULO	25000	10	10,00		2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Total depreciación					<b>47.557,27</b>	<b>47.557,27</b>	<b>47.557,27</b>	<b>35.164,51</b>	<b>35.164,51</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López

## ANEXO 23

Tabla 112 Tabla Amortización crédito

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>				
<b>TASA DE INTERES</b>	<b>15,00%</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Monto</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	505519,55			
1	404415,64	101103,91	75827,9325	176931,843
2	303311,73	101103,91	60662,346	161766,256
3	202207,82	101103,91	45496,7595	146600,67
4	101103,91	101103,91	30331,173	131435,083
5	0	101103,91	15165,5865	116269,497

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estrellita M. López



