



Proyecto de la Factibilidad de la Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Santa Lucía

A. Lucín ⁽¹⁾ M. Ruiz ⁽²⁾ S. Tinizhañay ⁽³⁾ M. Romero ⁽⁴⁾

Facultad de Economía y Negocios ⁽¹⁾

Escuela Superior Politécnica del Litoral ⁽¹⁾

Km. 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador ⁽¹⁾

lulucin@espol.edu.ec ⁽¹⁾ mcruiz@espol.edu.ec ⁽²⁾ saieltin@espol.edu.ec ⁽³⁾

meromero@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

Este proyecto surgió como respuesta a la necesidad que tenía el Cantón Santa Lucía, ya que actualmente no cuenta con un lugar donde niños y adultos puedan gozar del sano esparcimiento, áreas verdes y demás atractivos de interés para la población. Con la finalidad de conocer la opinión de los usuarios, se realizó una investigación de mercado a los habitantes del cantón y el resultado que se obtuvo fue muy interesante, la encuesta piloto demostró que el 90% de la población quería que Santa Lucía tuviera un complejo turístico y solo un 10% no estaba de acuerdo con la implementación del mismo, esto se ratificó con la encuesta realizada a nuestro grupo objetivo lo cual demostró que el Complejo Turístico “Riberas del Río Santa Lucía” si tendría aceptación y se ubicaría en el sector del Morochal a la entrada del Cantón. A fin de ganar una mayor participación de mercado, se seleccionó una estrategia orientada al usuario, destacando los beneficios que ofrece el proyecto, los cuales son: Excelente y cómoda infraestructura, atención de calidad y sobre todo seguridad. También podrá observar en el presente trabajo algunos ingresos, costos y gastos los cuales reflejan la magnitud del trabajo aquí planteado.

Palabras Claves: Complejo turístico, cantón, usuario.

Abstract

This Project emerge as the needed that Santa Lucia`s corner, in fact that actually hasn`t a place where the kids and people in general will enjoy of many variety of green areas healthy recreation and many other attractive touristics of the people interesting. With the finality to know the opinion of the poblation, we realized a market`s investigation to the citizens of the corner and the result that we obtain was very interesting, the pilot inquiry showed 90% of the citizens wants a Touristic Complex in their corner, but the other 10% was not. This confirm that the market`s investigation realized for our group objective that show that the Touristic Resort RIBERAS DEL RIO SANTA LUCIA, will have the acception and will be located in Morochal at the beginning of the corner. In other to obtain a big market`s participation we selected an strategy user – oriented, highlighting the benefits that offer the project, which are the followings: Excellent and comfortable structure, quality care and over security. You will also see in this paper some revenue, costs and expenses which reflect the amount of work here raised.

Key words: Complex tourist, corner, users.

1. Introducción

El presente proyecto es un aporte práctico sobre el Turismo como un medio de desarrollo sostenible en el Ecuador.

Este proyecto tiene como objetivo analizar la factibilidad de un Complejo Turístico en el Cantón Santa Lucía ya que actualmente no cuenta con el espacio adecuado para el desarrollo de diversas actividades como: fútbol, básquet, natación, entre otras y también existe escasez de recreaciones infantiles, por ende la creación de un Complejo contribuirá con el progreso del Cantón para darle mayor prestigio y reconocimiento a nivel nacional y porque no a nivel internacional.

Tomando esto como referencia, ponemos a consideración el siguiente proyecto para la implementación de un Complejo turístico en el Cantón Santa Lucía. .

2. Planteamiento del Problema

El proyecto surge por la no existencia de un Complejo Turístico en Santa Lucía, es decir un lugar donde la población pueda desarrollar actividades recreacionales y disfrutar al aire libre de la naturaleza.

El Cantón Santa Lucía necesita más áreas verdes y lugares para desarrollar actividades deportivas, con ello se estaría mejorando la calidad de vida de los habitantes de Santa Lucía, además se aportaría con el desarrollo del país ya que al embellecer el Cantón se incrementarían las visitas.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Evaluar económica y financieramente la implementación del Complejo Turístico con el fin de lograr un desarrollo sostenible en el largo plazo.

3.2 Objetivos específicos

- Conocer el nivel de la demanda por este de infraestructura a través de una investigación de mercado.
- Definir las características físicas del Complejo y su localización de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.
- Determinar el nivel óptimo de infraestructura de acuerdo al nivel de demanda.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior

comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).

- Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

4. Descripción del Servicio

El lugar donde se creará El Complejo Turístico “Riberas del Río Santa Lucía” tendrá un área de 22.766,36 m², 2.27 Hectáreas; el mismo que contará con todos los servicios básicos como son agua, luz, teléfono y servicios sanitarios, el proyecto se desarrollará en 3 etapas:

La primera etapa: comprende el primer tercio del terreno que se ubica al pie de la vía Guayaquil-El Empalme. Esta etapa comprende la ampliación del carril colindante al lindero para crear un paradero de buses. También se proyecta la construcción de un paradero turístico con un patio de comida típica al aire libre con acabados rústicos (de preferencia en caña guadua y madera), canchas de fútbol (en arcilla), áreas de descanso y recreación con bancas, áreas verdes y juegos infantiles. El área de comidas al aire libre tendrá un área especial semicubierta o descubierta para el desarrollo de ferias, exposiciones, eventos culturales, etc.

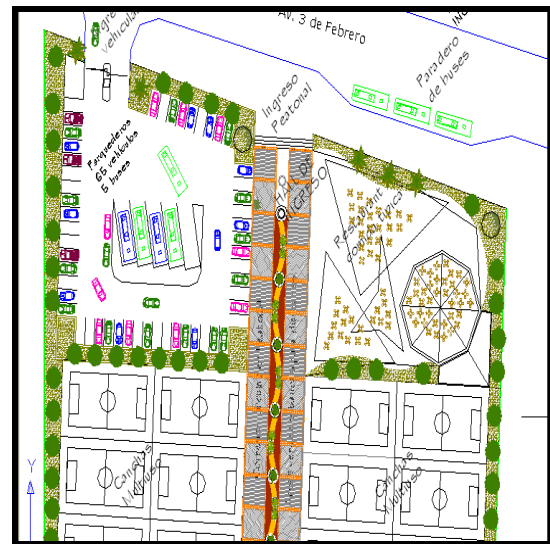


Figura 4.1 Primera etapa del complejo turístico

La Segunda Etapa: contará con un coliseo poli-funcional para el desarrollo de actos de diferente tipo (social, cívico, conciertos, eventos deportivos, etc.). El coliseo estará compuesto por una cancha poli-funcional (baloncesto, volley, indor fútbol) con las medidas reglamentarias. Graderíos en sus 4 lados

perimetrales, y baños, cambiadores y bodegas en su parte inferior. Accesos principales y salidas de emergencia. Iluminación natural y artificial optima, ventilación natural y comodidad en todos sus espacios.

Como se muestra a continuación:

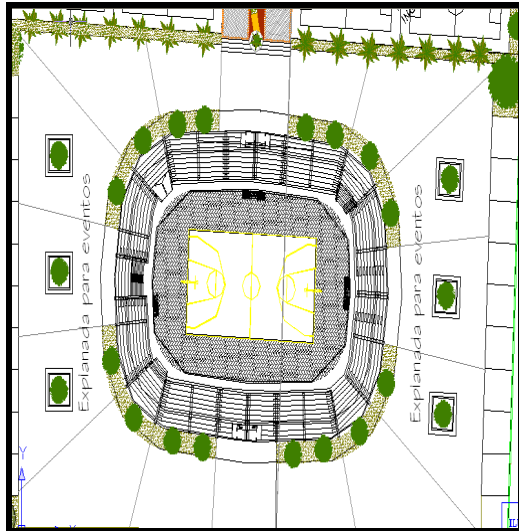


Figura 4.2 Segunda etapa del complejo turístico

La Tercera Etapa: comprende la creación de toda la infraestructura turística necesaria al pie del Río Daule, para el desarrollo de un malecón, áreas de recreación, paseo en bote y desarrollo del ecoturismo.

Vista que se aprecia en la siguiente figura:

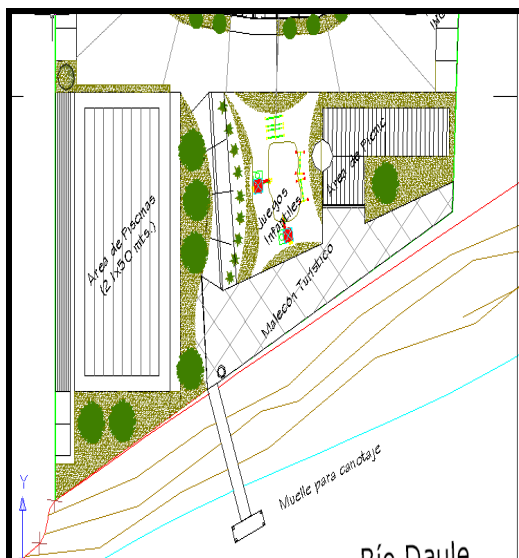


Figura 4.3 Tercera Etapa del Complejo Turístico

También contará con las siguientes áreas:

Tabla 4.1 Distribución de áreas del complejo

| CODIGOS | AREAS DEL COMPLEJO | UNIDAD | TAMAÑO |
|---------|---------------------------------|--------|---------|
| 99 | Portón de Ingreso | m2 | 100.00 |
| 100 | Hall de Ingreso | m2 | 180.00 |
| 101 | Restaurante de Comidas Típicas | m2 | 1576.29 |
| 102 | Juegos Infantiles | m2 | 980.92 |
| 103 | Piscina | m2 | 1050.00 |
| 104 | Áreas Verdes | Global | 20.00 |
| 105 | Parqueadero (65 carros 5 buses) | m2 | 3361.42 |
| 106 | Canchas Múltiples | m2 | 4031.36 |
| 107 | Malecón Turístico | m2 | 1192.00 |
| 108 | Coliseo | m2 | 8679.88 |
| 109 | Camineras | m2 | 1102.50 |
| 110 | Guardianía (3) | m2 | 9.00 |

5. Análisis de la competencia

La competencia para el proyecto lo conforman los complejos turísticos existentes cerca del Cantón como: “La Garza Roja” en Nobol, del cual se observó que no tiene una orientación agresiva hacia el mercado por lo que no representa una competencia directa.

Los balnearios, las diversas discotecas o centros de distracción que existen son los sustitutos del complejo y son: El Mate, El Limonal y La Playita.

6 Análisis del consumidor

El usuario al igual que la competencia son factores de mucha importancia, por ende es este apartado, se procederá a presentar el perfil del consumidor, con ello se podrá determinar los aspectos, gustos y preferencias de éste que deberán ser abordados en la investigación de mercado.

Para este proyecto se determino que el perfil del consumidor deberá tener las siguientes características:

- Hombres
- De 21 a 25 años
- Clase Social Media
- Que vivan en el Cantón Santa Lucía
- Que disfruten de los Complejos Turísticos como un medio de distracción y de relax.

7 Plan de marketing

7.1Objetivos plan de marketing

Los objetivos de la mercadotecnia con respecto al proyecto están encaminados a:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- Introducir el servicio en el mercado potencial y con ello posicionamos en la mente del usuario objetivo.
- Identificar posibles necesidades de los usuarios.
- Lograr una lealtad por parte del cliente meta hacia el servicio.

7.2 Análisis de FODA

7.2.1 Fortalezas

- El incremento de personas que se interesen en el Cantón Santa Lucía por el atractivo turístico.
- Ser el único Complejo Turístico en el Cantón Santa Lucía que cuente con un Coliseo Polifuncional para desarrollar diversas actividades.
- Poseer una infraestructura acorde a las necesidades de los usuarios.
- Capacidad para combinar precios medios con calidad de servicio.

7.2.2 Oportunidades

- Los complejos turísticos existentes que ofrecen otros cantones cercanos no satisfacen al público en general.
- El Municipio de Santa Lucía, está analizando varias propuestas para desarrollar y fomentar el turismo de la zona, y esto beneficiará al complejo ya que incrementará nuestra demanda potencial.

7.2.3 Debilidades

- Empresa nueva que carece de experiencia.
- Los clientes no perciban diferencias entre nuestro Complejo y otros existentes cerca del cantón Santa Lucía.
- Falta de lealtad de los clientes al Complejo
- Débil promoción turística ya que este Cantón posee una hermosa naturaleza con atractivos turísticos.

7.2.4 Amenazas

- Ingreso de nuevos competidores en el sector de Complejos Turísticos dentro de Santa Lucía.
- La estación invernal podría causar daños en las vías de acceso a Santa Lucía.
- Luchar con el nivel de lealtad que poseen los otros Complejos Turísticos.

7.3 Estrategia de posicionamiento de mercado

El posicionamiento que va a adoptar Riberas del Río Santa Lucía en el segmento al que está dirigido se basará en las ventajas que ofrece el servicio, ubicándolo en una Estrategia de Diferenciación; la forma en que se logrará este objetivo será con el lanzamiento de una campaña publicitaria dando a conocer a los clientes potenciales todos los beneficios que ofrece el proyecto, los cuales son: Excelente y cómoda infraestructura, atención de calidad y sobre todo seguridad.

7.4 Marketing mix

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado meta, la empresa ha decidido combinar de la siguiente manera las herramientas tácticas del marketing controlables conocidas como las “cuatro pes”:

- Producto y /o Servicio
- Precio
- Plaza
- Promoción

7.4.1 Servicio

El Complejo Turístico “Riberas del Río Santa Lucía” funcionará de lunes a jueves de 09h00 a 21h00 y de viernes a domingo de 10h00 a 24h00.

El proyecto también brindará confort para el descanso, la relajación el contacto con la naturaleza y la convivencia familiar.

En lo que respecta al personal, todos serán capacitados en sus respectivas áreas para que puedan brindar un servicio rápido, cortés y siempre con una atención personalizada a los clientes.

El material de comunicación referente al complejo transmitirá seriedad, confianza y excelencia administrativa.

Los servicios adicionales que se implementaran para asegurar calidad a los clientes serán:

- Atención de quejas, reclamos y observaciones de los clientes.
- Sistemas de control del desempeño de los empleados.
- Sistemas para vigilar y mejorar el desempeño de los servicios del complejo, y otros sistemas para el control de la calidad.

7.4.2 Precio

A fin de satisfacer las necesidades del segmento objetivo que busca principalmente calidad con un costo medio para ellos, pero guardando una relación costo-beneficio que lo compense.

El precio está fundamentalmente en función de los costos fijos y variables del Complejo rendimiento esperado del inversionista (tiempo de recuperación, TMAR), precios de la competencia local y nacional, también influye la situación política y económica del destino turístico, calidad de vida de sus habitantes, desarrollo urbanístico, temporada alta/baja.

Tabla 7.4.2.1 Precios de los complejos de la competencia

| Cantón | Complejo | Precio en \$ |
|--------|-------------------|--------------|
| Nobol | La Garza Roja | \$ 3.00 |
| Daule | Riberas del Daule | \$ 3.00 |

Considerando estos precios y en base al análisis de mercado, se llegó a la siguiente conclusión para procurar que el servicio satisfaga las expectativas del consumidor y sientan que están pagando un precio justo por el servicio que van a recibir.

Los Adultos pagarán por entrar al complejo \$ 2,50 y los niños 1,00, también habrán descuentos del 25% por cada grupo de 30 alumnos, este mismo porcentaje se aplicará a los talonarios diferenciados (Canoa, Piscina y Canchas Multiuso) por grupos de 12 personas en los días ordinarios de lunes a jueves.

7.4.3 Plaza

El Complejo Turístico se ubicará a la entrada del Cantón Santa Lucía, sector El Morochal; donde se encuentra nuestro mercado objetivo que son personas con un ingreso medio típico.

De acuerdo a la investigación de mercado el Complejo contará con una excelente distribución en cuanto a patio de comidas, canchas múltiples, piscinas y malecón para brindar comodidad a los usuarios al momento de acudir a nuestras instalaciones, puesto que será el único Complejo que brindará todos estos servicios llamativos para el segmento de mercado indicado anteriormente

7.4.4 Promoción del servicio

El objetivo principal de la campaña es dar a conocer los servicios adicionales con que cuenta el Complejo Turístico de manera que el consumidor conozca más a fondo el servicio que se ofrece.

Se escogió como principal medio a la radio, aunque el estudio de mercado realizado nos dio como primera opción la televisión, no se escogió esta opción por ser muy costosa y la radio también es un medio de comunicación masivo que permitirá captar más clientes y dar a conocer más a fondo la calidad del servicio.

El contrato se lo hará por la transmisión de 20 cuñas publicitarias diarias por 20 días al mes, de 12H00 a 18h00 en los diferentes programas de la emisora Onda Latina. En las cuñas se dará a conocer a la audiencia los servicios que ofrece el Complejo Riberas del Río Santa Lucía.

Por otra parte se realizará la publicidad a través de material de folletería, las volantes tendrán 20X10cm. Full color y diseños llamativos y su distribución se realizará en peajes, ferias, exhibiciones y recepción del complejo.

La inversión en la promoción del complejo será de \$ 1.060,00 la misma que año a año disminuirá en un 10%, conforme la población lo conozca.

8. Análisis Financiero

8.1 Plan de inversión

Para el proyecto se necesitará la siguiente inversión:

Tabla 8.1.1 Inversión inicial del complejo

| Código | RUBRO | VALOR |
|--------|----------------------|-----------------|
| 3.3.1 | Obra física | \$ 7.820.232,92 |
| 3.3.2 | Mobiliario y Equipos | \$ 3.647,55 |
| 3.3.3 | Capital de Trabajo | \$ 47.627,66 |
| TOTAL | | \$ 7.871.508,13 |

8.2 Fuentes de fondos: capital-deuda

El Financiamiento es del 50% de la inversión, será a través del Banco del Fomento por el monto de \$3'935.754,07 a 5 años plazo y a una tasa de interés anual del 15%, los periodos de pago serán anuales. En la tabla mostrada a continuación se detalla los dividendos e intereses que le corresponden por año.

Tabla 8.2.1 Préstamo

| | |
|----------------|-----------------|
| Capital propio | \$ 3.935.754,07 |
| Préstamo | \$ 3.935.754,07 |
| Tasa | 15,00% |

Tabla 8.2.2 Dividendo e intereses por año

| Periodo | Pago | Interés | Amortización | Saldo |
|---------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|
| | | | | \$ 3.935.754,07 |
| 1 | \$ 1.377.513,92 | \$ 590.363,11 | \$ 787.150,81 | \$ 3.148.603,25 |
| 2 | \$ 1.259.441,30 | \$ 472.290,49 | \$ 787.150,81 | \$ 2.361.452,44 |
| 3 | \$ 1.141.368,68 | \$ 354.217,87 | \$ 787.150,81 | \$ 1.574.301,63 |
| 4 | \$ 1.023.296,06 | \$ 236.145,24 | \$ 787.150,81 | \$ 787.150,81 |
| 5 | \$ 905.223,43 | \$ 118.072,62 | \$ 787.150,81 | \$ - |

8.3 Proyecciones de ingresos y egresos

8.3.1 Ingresos

Se obtendrá ingresos por los siguientes conceptos:

- Venta de Entradas a las Piscinas
- Alquiler de Puesto de Comida
- Alquiler de Local Comercial
- Otros Ingresos
 - Paseos en Canoa
 - Alquiler de Canchas Multiusos

Ventas de Entradas a las Piscinas.- Los ingresos propios por la Entrada a la Piscina se obtienen de la multiplicación de las horas proyectadas por el precio de entrada.

Los ingresos para cada año se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 8.3.1.1 Ingreso por entrada a las piscinas

| Piscinas | | | | | | |
|----------|---------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-------------------------------|
| Año | Total Horas Anuales | Valor Entrada Niños | Valor Entrada Adultos | Ingreso por Niños | Ingreso por adultos | Total Ingreso Niños y Adultos |
| 1 | 2.724 | \$ 1,00 | \$ 2,50 | \$ 2.724,00 | \$ 6.810,00 | \$ 9.534,00 |
| 2 | 2.996 | \$ 1,00 | \$ 2,50 | \$ 2.996,40 | \$ 7.491,00 | \$ 10.487,40 |
| 3 | 3.296 | \$ 1,00 | \$ 2,50 | \$ 3.296,04 | \$ 8.240,10 | \$ 11.536,14 |
| 4 | 3.626 | \$ 1,00 | \$ 2,50 | \$ 3.625,64 | \$ 9.064,11 | \$ 12.689,75 |
| 5 | 3.988 | \$ 1,00 | \$ 2,50 | \$ 3.988,21 | \$ 9.970,52 | \$ 13.958,73 |

Alquiler de Puesto de Comida.- Se alquilará 5 locales a \$ 40,00, lo cual dejará un ingreso neto de \$ 2.400,00 al año, este valor por alquiler se mantendrá constante a lo largo del proyecto.

Alquiler de Local Comercial.- Se alquilará 20 locales comerciales a \$ 75,00, lo cual dejará un ingreso neto de \$ 18.000,00 al año, este valor por alquiler se mantendrá constante a lo largo del proyecto

Otros ingresos

Paseo en Canoa.- La siguiente tabla muestra esta relación del total de horas demandadas por valor de la entrada (\$ 1,50 por persona).

Tabla 8.3.1.2 Ingreso por alquiler de canoas

| Paseo en Canoa | | | |
|----------------|---------------------|--------------------------|----------------------|
| Año | Total Horas Anuales | Valor Entrada x personas | Ingreso por Alquiler |
| 1 | 2.340 | \$ 1,50 | \$ 3.510,00 |
| 2 | 2.574 | \$ 1,50 | \$ 4.446,00 |
| 3 | 2.870 | \$ 1,50 | \$ 4.824,00 |
| 4 | 3.192 | \$ 1,50 | \$ 4.680,00 |
| 5 | 3.504 | \$ 1,50 | \$ 4.680,00 |

Alquiler de Canchas Multiuso.- La siguiente tabla muestra la relación de horas demandadas por valor de la entrada (1,25 por persona).

Tabla 8.3.1.3 Ingreso por alquiler de canchas multiusos

| Canchas Multiuso | | | |
|------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------|
| Año | Total Horas Anuales | Valor Entrada x grupo 12 personas | Ingreso por Alquiler |
| 1 | 3.240 | \$ 15,00 | \$ 48.600,00 |
| 2 | 3.564 | \$ 15,00 | \$ 56.340,00 |
| 3 | 3.940 | \$ 15,00 | \$ 64.800,00 |
| 4 | 4.372 | \$ 15,00 | \$ 67.140,00 |
| 5 | 4.819 | \$ 15,00 | \$ 69.480,00 |

8.3.2 Egresos

8.3.2.1 Costos Directos

Corresponden a los gastos principales durante la operación del Complejo y que dependen de la demanda de nuestros clientes, es decir que es un costo que tiene relación positiva con la demanda, en los que se deberá incurrir: Mantenimiento del Complejo (limpieza) y Servicios Básicos (Agua, Luz y Teléfono), proyectado a diez años.

8.3.2.2 Costos Indirectos

Los Costos Indirectos son los costos que se ven afectados también por la demanda pero no de forma directa, entre estos podemos mencionar el mantenimiento de la infraestructura, ya que cuando existe más demanda aumenta este rubro por el funcionamiento de las instalaciones.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



8.3.2.3 Gastos administrativos

Estos gastos se refieren al pago de sueldos y salarios del personal que laborará en el Complejo, el cual asciende a \$ 45.240,00; podrían producirse aumentos pero solo por disposición del gobierno.

8.3.2.4 Gastos de Publicidad

Son egresos que se derivan de las actividades por anuncios publicitarios a nivel de radio y volantes.

8.3.2.5 Gastos Varios

Corresponden a los egresos por suministros de oficina como: papel, lápices, esteros, archivadores, clips, etc., cuya suma es de \$ 1.110,60.

8.3.2.6 Depreciación de Activos

Se refiere a la vida útil de los equipos de oficina, muebles y enseres, equipos de computación, dando un total de \$ 519,95.

8.3.6 Flujo de caja

El Flujo de caja considera todos los Ingresos y Egresos del proyecto, así como la inversión que se realizará para llevar a cabo el Complejo Turístico y el Valor de desecho.

8.3.7 Tasa Interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno para el presente período es considerada tomando en cuenta el porcentaje que cobra el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) para los préstamos quirografarios que es del 8%, se tomó a esta institución como referencia porque el Municipio de Santa Lucía es una entidad Pública como el IESS.

9. Agradecimientos

Agradecemos en primer lugar a Dios por darnos la sabiduría para culminar este proyecto, en segundo lugar a nuestros padres por brindarnos ese apoyo incondicional a lo largo de nuestras vidas y por último a la Econ. María Elena Romero por guiarnos en la elaboración de este trabajo.

10. Referencias

- GARCIA PLUAS, Charlie. Mi Lugar Natal es Santa Lucía. Edición 2006. Tierra Vida. Daule-Guayas-Ecuador.
- ROBBINS, STEPHEN P. Y COULTER MARY. Administración. Sexta Edición. Prentice Hall. México, 2000.
- JACQUES LAMBIN JEAN, Marketing Estratégico, Cuarta Edición, Prentice Hall, México, 2004.
- (6 y 7) MALHOTRA, Narres K. Investigación de Mercados “Un enfoque aplicado”. Cuarta Edición, Prentice Hall.
- KOTLER, Philip. Y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. Prentice Hall, México, 1988.
- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. McGraw – Hill, México, 2001.

Direcciones en Internet

- www.santalucia.gov.ec
- www.inec.gov.ec
- www.bce.gov.ec
- www.guayas.gov.ec
- www.turismoguayas.com
- www.welcomeecuador.com
- www.turismo.gov.ec
- www.emas.gov.ec
- www.uaq.mx

11. Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

Luego de culminar el análisis financiero del presente proyecto, se tiene la información necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones:

- El presente proyecto ayudará a promover el cantón Santa Lucía, puesto que el 90% de la población si está de acuerdo con la creación de dicho establecimiento y sólo un 10% no estuvo de acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- Se consideró como Inversión Inicial al Capital de trabajo y al Gasto de Constitución y no al Préstamo que se realizará, ya que el Proyecto constituirá un atractivo turístico que el Municipio otorgará a la sociedad.
- El proyecto resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) 28% mayor que la mínima exigida por el inversionista (TMAR) que es de 8%, resultado corroborado por el valor actual neto del proyecto (VAN) el cual es \$97.382,43.
- La TIR del Proyecto con respecto a la TMAR nos proporciona una holgura, puesto que no sabemos con exactitud cuál es nuestra TMAR.
- La inversión que requerirá el proyecto es de \$ 7.871.508,13; la misma que será financiada 50% con capital propio y 50% financiado por el Banco de Fomento, con una tasa del 15%.
- La factibilidad del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en la demanda de horas esperadas, tasa de descuento y costos variables; como lo demuestra la simulación de escenarios realizada a través de la herramienta “Crystal Ball”.

11.2 Recomendaciones

- Se recomienda poner énfasis en el desarrollo de actividades que se conviertan en otras fuentes de ingreso como en el caso de Paseos en canoa y uso de Canchas Multiuso, ya que es un componente importante del flujo de caja.
- El Alquiler del Coliseo para eventos como: ferias, exposiciones y demás actividades que sean de interés para la comunidad que servirán para obtener ingresos, los mismos que contribuirán al mantenimiento de la infraestructura.
- Que el Municipio del Cantón Santa Lucía en conjunto con la Economía privada elaboren planes de acción para lograr una mayor afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales de tal manera que favorezcan el desarrollo sostenible a través del turismo receptivo.
- Realizar programas de capacitación turística dirigida a toda la comunidad y al personal directo, con el propósito de incentivar el espíritu turístico.

Econ. María Elena Romero
Director de Tesis