

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**PROYECTO DE INVERSIÓN EN LA RESTAURACIÓN  
DE LA HACIENDA “VILLA GRACIELA” PARA  
CONSIDERARLA MEDIO DE DESARROLLO  
TURÍSTICO EN EL CANTÓN DAULE**

**Tesis de Grado**

**Previa la obtención del Título de:**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**Presentado por**

**SANDRA GABRIELA CARCHI AVILÉS**

**ANA ELENA JUMBO MARTRUS**

**GISELLA DENISSE ORDÓÑEZ LEMA**

**Guayaquil-Ecuador**

**2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

Todo lo que soy y que espero ser se lo debo a Dios, a él le doy gracias por prestarme la vida y darme la dicha de ser productiva a la sociedad y siempre guiarme en mis dificultades y adversidades presentadas.

Hoy es la oportunidad para mí, de expresarle a mi mami que es la mejor, que le agradezco mucho el haberse privado de muchas cosas para darme lo que necesitaba y estoy segura que lo seguirá haciendo en caso de que lo necesite porque me ama con un profundo sentimiento, por demostrarme que es de hierro y que daría su vida entera por nosotros sus hijos.

Gracias abu por enseñarme que las ganas de aprender lo pueden todo. Gracias mami y abu porque mi vida a su lado no pudo haber sido más llena de dicha y felicidad.

Gracias papi por ayudarme desde el cielo a ser perseverante y entender que en la vida todo se logra con esfuerzo y ayuda del Señor.

Gracias ñaños por ser pacientes conmigo, por comprenderme cuando lo necesitaba, por callar cuando me exaltaba y por ser mi compañía desde que nacimos.

Gracias a ti, Wachito por ser mi compañía y a la vez mi mejor amigo durante estos años, por luchar por mí, por comprenderme en los momentos difíciles y por ayudarme en duras situaciones, por tu paciencia, tolerancia y respeto que me tienes, por perdonar todos aquellos errores que cometí y por siempre ayudarme a ser mejor persona cada día.

Gracias a mis familiares, quienes con su amor, amor, cariño y sabios consejos, han contribuido a que llegue a cumplir esta meta propuesta.

Gracias a mis amigos por brindarme siempre esa mano amiga y desinteresada en los momentos que los requería.

Gracias a cada uno por ser parte de mí.

Sandra Gabriela Carchi Avilés.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar quiero agradecer a Dios por haberme dado fortaleza y sabiduría a lo largo de mi camino y por darme la familia que tengo.

En segundo lugar a mis padres quienes amo y admiro mucho por su lucha y esfuerzo para haber logrado muchas metas que se han propuesto y esto ha hecho de ellos un gran ejemplo a seguir y destacar.

Gracias mama, por ser también mi mejor amiga en la cual con tus buenos consejos y apoyo me dio valor para poder enfrentar los obstáculos que se presentaron en mi vida. Te admiro por ser una persona muy fuerte, inteligente y de buen corazón.

Gracias papa, por enseñarme que luchando se puede lograr muchas metas que se planteen en la vida y que uno nunca tiene que dejar de luchar por su sueño. Te admiro mucho por tu inteligencia y capacidad de lograr muchas cosas.

Gracias mama y papa por darme una vida de mucha dicha y felicidad, porque gracias a su apoyo me han llevado hasta donde estoy ahora. Los quiero mucho.

En tercer lugar quiero agradecer a mi familia y amigos que me han brindado su cariño y han estado en todo momento de mi vida.

A mis compañeras de Tesis que no solamente han sido mis compañeras, sino mis amigas estando en las buenas y en las malas, las quiero mucho.

Por último, a nuestro director de tesis el Econ. Giovanni Bastidas que nos ha ayudado en todo el proceso de la realización de la misma.

Ana Elena Jumbo Martus.

## **AGRADECIMIENTOS**

Todo tiene su tiempo, y todo lo que se quiere debajo del cielo tiene su hora, es así pues, que llegó el término de esta etapa y le agradezco a Dios por eso, por bendecirme siempre y llenarme de sabiduría y conocimiento para así poder llegar hasta aquí. Gracias a Él por guiarme y guardarme en todo momento, por darme las fuerzas necesarias cada vez que me sentía debilitada, por darme muchos motivos para vivir y por estar a mi lado siempre.

Le doy gracias a Dios por darme una familia hermosa, con una madre genial, Sra. Lourdes Lema, ella es mi inspiración y motivo para seguir viviendo, por ella soy quien soy, por ella he logrado llegar hasta aquí; gracias a sus oraciones, a sus sabios consejos, a sus regaños; que aunque las distancia nos separaba, sus infinitas plegarias llegaban siempre y la sentía cerca de mí.

Hoy, es mi gran oportunidad de agradecer a esa hermosa mujer que con gran esfuerzo y sacrificio ha logrado llevar a mi familia adelante, quien constantemente se ha privado de muchas cosas para siempre darnos lo mejor. Gracias a mi madre, por ser esa madre ejemplar, por ser un modelo de mujer y por siempre entregar lo mejor de sí, sin esperar nada a cambio. Después de Dios, ella es el ser más importante en mi vida, y a quien le doy mis agradecimientos; por ella he podido llegar a la meta, gracias a aquellos empujones que me daba cada vez que ya no podía más, gracias a sus palabras de aliento, gracias a sus sabios consejos. Es a ella que va dedicado este honor y mi agradecimiento.

Aunque no se encuentra entre nosotros, quiero agradecer mucho a mi padre, Sr. Walter Ordóñez, ya que él fue el ser que en los principios de mi carrera profesional me guió para poder llegar hasta aquí. A él también le debo todo mi agradecimiento, por haber sembrado desde muy temprano en mí, valores éticos y morales, los cuales son de mucha importancia en mi diario vivir, y han contribuido a lo que ahora soy. Sus sabios consejos, sus palabras de aliento y todos sus ejemplos han quedado grabados en mí, y los he llevado

a la práctica; gracias a todo ello he podido hacer su sueño realidad.

Toda mi niñez y parte de mi juventud que pasé con él, no han sido en vano, han quedado tallados en mi corazón aquellas pláticas y momentos bellos que pasamos juntos. Aunque me ha hecho mucha falta, he logrado armarme de valor, y es así que a la memoria de él culmino otra etapa de mi vida y le agradezco a Dios por haberme bendecido con un padre ejemplar.

Gracias a mi tío Rolando Lema, por su gran apoyo incondicional, por ser aquella persona que con gran esfuerzo y sacrificio ha logrado, junto a mi madre, llevar a mi familia adelante, es a él a quien admiro y respeto mucho, ya que se ha ganado el aprecio y amor de mi familia por su gran carisma. Gracias tío por ayudarme a lograr este objetivo.

Gracias a mis hermanos, por siempre brindarme su apoyo y comprensión; todo el tiempo que pasamos distantes no ha sido en vano, se ve reflejado aquí.

Gracias a mis queridas compañeras de la universidad, mis compañeras de grupo; ya que sin ellas no hubiera sido posible la culminación de este trabajo, gracias por compartir momentos amenos e inolvidables.

Gisella Denisse Ordóñez Lema.

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo que en este proyecto se ve reflejado, un logro tan importante, como es el de culminar con éxito mi carrera universitaria, se lo dedico a:

A mi mamá, Yesenia Avilés Ruiz, por todo su gran amor, sus consejos, su paciencia, por su esfuerzo e inmenso sacrificio cada día de su vida que me ha dado, por haberse constituido guía de mi vida y de quien he aprendido que la constancia, el esfuerzo y la voluntad son los pilares del éxito para alcanzar las metas y objetivos que me he planteado.

A mi papá, Tomas Carchi Ronquillo, que desde el cielo me ha acompañado a lo largo de mis días por el camino y guiado siempre por el camino del bien.

A mi abuelita, Lidia Ruiz de Avilés, quien con sus sabios consejos me ha llenado de madurez y valentía para enfrentar la vida.

A mis hermanos, Lorena, Tomás y Melissa Carchi Avilés, por amarme sin condiciones, brindarme afecto y apoyo en todo sentido.

A toda mi familia, por estar siempre junto a mí, recordándome que no hay nada imposible de lograr.

Sandra Gabriela Carchi Avilés.

## **DEDICATORIA**

Con todo mi esfuerzo, dedicación y entrega, dedico este proyecto a Dios que me ha guiado y cuidado a lo largo de mí camino.

A mi Madre Ana María Martrus de Jumbo y a mi Padre Edgar Jumbo Díaz, pilares fundamentales en mi vida, quienes me han guiado con todo su amor y comprensión para que sea una mujer de bien con buenos principios y me han entregado toda su confianza sin dudar ningún momento de mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

También dedico este proyecto a mi prima María de Lourdes García que ha sido como una hermana estando en los buenos y malos momentos conmigo.

A mi Madrina Cecilia de Villegas que me ha brindado sus consejos y sabiduría en todo este tiempo.

A mis mejores amigos, Paula Andrade y Ernesto Servigon quienes son mis amigos incondicionales que han estado siempre apoyándome y aconsejándome.

A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Ana Elena Jumbo Martrus.

## **DEDICATORIA**

Todo mi esfuerzo, sacrificio y entrega, se ven reflejados en este proyecto, y se lo dedico con todo amor principalmente a Dios, ya que todo lo logrado es gracias a Él.

Dedico también este proyecto a aquellos seres que me dieron la vida, a mis queridos padres, quienes con mucha sabiduría me han sabido guiar siempre por el camino del bien; y aunque cuento con la ausencia de mi padre, tengo la satisfacción de haber cumplido uno de sus sueños, y se lo dedico con mucho amor.

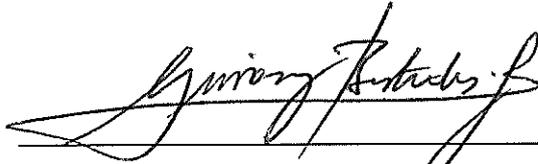
A mi tía, la Sra. Zulema Ordóñez Herrera, quien con su apoyo moral y económico me ha ayudado a alcanzar una meta mas en mi vida. A mi querido tío, el Sr. Rolando Lema Calle, que desinteresadamente me ha apoyado e incentivado para poder llegar hasta aquí. Y sobre todo, a mis hermanos, Angélica y Walter ya que de una u otra forma, son parte de este esfuerzo y uno de mis motivos para seguir adelante.

Gisella Denisse Ordóñez Lema.

## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



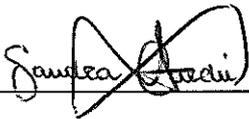
Ing. Patricia Valdiviezo V.  
Presidente Tribunal



Econ. Giovanni Bastidas R.  
Director de Tesis

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”.



Sandra Gabriela Carchi Avilés



Ana Elena Jumbo Martus



Gisella Denisse Ordoñez Lema



# INDICE GENERAL

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	2
<b>DEDICATORIA</b> .....	6
<b>TRIBUNAL DE GRADUACIÓN</b> .....	9
<b>DECLARACIÓN EXPRESA</b> .....	10
<b>INDICE GENERAL</b> .....	11
<b>INDICE DE ANEXOS</b> .....	13
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b> .....	14
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	14
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	16
<b>CAPÍTULO I</b> .....	18
1.1. Aspectos Preliminares .....	18
1.2. Planteamiento del Problema .....	19
1.3. Justificación del Proyecto.....	19
1.4 Características del Producto y Servicio .....	20
1.5 Alcance .....	22
1.6 Objetivos Del Proyecto .....	23
1.6.1. Objetivo General .....	23
1.6.2. Objetivo Específicos .....	23
<b>CAPÍTULO II</b> .....	25
2.1. Análisis Situacional de la Empresa .....	25
2.1.1. Mercado Meta: Macro y Micro Segmentación.....	25
2.1.1.1. Variables Demográficas .....	25
2.1.1.2. Variables Psicográficas.....	26
2.1.2. Competencia: Análisis de Porter.....	27
2.1.2.1. Competencia del Sector.....	28
2.1.2.2. Competidores Potenciales .....	29
2.1.2.3. Clientes .....	29
2.1.2.4. Proveedores.....	30
2.1.2.5. Sustitutos .....	30
2.1.3. Producto: Ciclo de Vida .....	31
2.1.4. Matriz de Crecimiento – Participación BCG.....	32
2.1.5. Análisis FODA .....	35
2.2. Investigación de Mercado .....	37
2.2.1. Objetivos de la Investigación de Mercado.....	38

2.2.1.1. Objetivo General .....	38
2.2.1.2. Objetivos Específicos .....	38
2.2.2. Definición de la Población Objetivo .....	38
2.2.3. Definición del Método de Investigación.....	41
2.2.4. Definición de la Muestra .....	42
2.2.5. Diseño de la encuesta .....	44
2.2.5.1. Presentación de Resultados .....	44
2.2.5.2. Interpretación de Resultados .....	50
2.2.5.3. Conclusiones .....	55
2.3. Marketing Mix.....	56
2.3.1. Producto.....	56
2.3.2. Precio.....	58
2.3.3. Plaza.....	58
2.3.4. Promoción.....	59
2.3.4.1. Publicidad .....	60
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>64</b>
3.1. Diseño de la Organización .....	64
3.2. Factores Organizacionales .....	63
3.3. Definición de Personal .....	65
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>647</b>
4.1. Antecedentes Económicos.....	67
4.2. Localización del Proyecto .....	68
4.2.1 Estudio Técnico .....	70
4.3. Proceso de Restauración de la Hacienda .....	70
4.4. Inversión en Obras Físicas .....	70
4.4.1. Valoración de las inversiones en Obras Físicas .....	73
4.4.1.1 Balance de Obras Físicas .....	73
4.5. Inversión en Equipos .....	73
4.5.1 Balance de Equipos .....	73
4.5.2. Calendario de Inversiones en Equipos .....	78
4.5.2.1. Calendario de reinversiones en equipos .....	78
4.5.2.2. Calendario de ingresos por ventas de equipos de reemplazo .....	80
4.6. Balance de Personal .....	81
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>82</b>
5.1. Inversión Inicial .....	82
5.2. Situación Financiera .....	83
5.2.1. Ingresos .....	84
5.2.2. Costos de Producción .....	88
5.2.3 Gastos Operacionales .....	88
5.3. Depreciación de Activos Fijos .....	92

5.4. Estructura de Financiamiento .....	92
5.5. Flujo de Caja.....	94
5.6. Evaluación de Factibilidad .....	95
5.6.1. TMAR.....	95
5.6.2. VAN .....	97
5.6.3. TIR.....	98
5.7. Periodo de Recuperación.....	98
5.8. Análisis de Sensibilidad .....	99
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>107</b>

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1 .....	109
ANEXO # 2 .....	110
ANEXO # 3 .....	110
ANEXO # 4 .....	110
ANEXO # 5 .....	111
ANEXO # 6 .....	111
ANEXO # 7 .....	111
ANEXO # 8 .....	112
ANEXO # 9 .....	112
ANEXO # 10 .....	115
ANEXO # 11 .....	118
ANEXO # 12 .....	118
ANEXO # 13 .....	119
ANEXO # 14 .....	122
ANEXO # 15 .....	123
ANEXO # 16 .....	124
ANEXO # 17 .....	125
ANEXO # 18 .....	126
ANEXO # 19 .....	127

## INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1.....	32
GRÁFICO # 2.....	34
GRAFICO # 3.....	44
GRAFICO # 4.....	45
GRAFICO # 5.....	45
GRAFICO # 6.....	46
GRAFICO # 7.....	46
GRAFICO # 8.....	47
GRAFICO # 9.....	47
GRAFICO # 10.....	57
GRAFICO # 11.....	61
GRAFICO # 12.....	62
GRAFICO # 13.....	71
GRAFICO # 14.....	71
GRAFICO # 15 GRAFICO # 16 .....	72
GRAFICO # 17.....	72
GRÁFICO # 18.....	93
GRÁFICO # 19.....	100
GRÁFICO # 20.....	101
GRÁFICO # 21.....	101
GRÁFICO # 22.....	102
GRÁFICO # 23.....	103
GRÁFICO # 24.....	103
GRÁFICO # 25.....	104

## INDICE DE TABLAS

TABLA # 1 .....	39
TABLA # 2 .....	40
TABLA # 3 TABLA # 4 .....	43
TABLA # 5 .....	48
TABLA # 6 .....	48
TABLA # 7 .....	64
TABLA # 8 .....	64
TABLA # 9 .....	74
TABLA # 10.....	75
TABLA # 11.....	75
TABLA # 12.....	76
TABLA # 13.....	76
TABLA # 14.....	77
TABLA # 15.....	77
TABLA # 16.....	77

TABLA # 17.....	78
TABLA # 18.....	79
TABLA # 19.....	80
TABLA # 20.....	81
TABLA # 21.....	82
TABLA # 22.....	82
TABLA # 23.....	83
TABLA # 24.....	85
TABLA # 25.....	85
TABLA # 26.....	85
TABLA # 27.....	85
TABLA # 28.....	85
TABLA # 29.....	86
TABLA # 30.....	87
TABLA # 31.....	87
TABLA # 32.....	88
TABLA # 34.....	88
TABLA # 35.....	89
TABLA # 36.....	90
TABLA # 37.....	90
TABLA # 38.....	90
TABLA # 39.....	85
TABLA # 40.....	91
TABLA # 41.....	91
TABLA # 42.....	91
TABLA # 43.....	92
TABLA # 44.....	94
TABLA # 45.....	95
TABLA # 46.....	96
TABLA # 47.....	96
TABLA # 48.....	97
TABLA # 49.....	97
TABLA # 50.....	98
TABLA # 51.....	98
TABLA # 52.....	99
TABLA # 53.....	99
TABLA # 54.....	100
TABLA # 55.....	101
TABLA # 56.....	102

# INTRODUCCIÓN

La Hacienda “Villa Graciela” fue creada en el año 1890, siendo su dueña, creadora y administradora, Beatriz Aurora Ronquillo Rivas de Lara, esta hacienda se especializó en la siembra y cultivo de arroz, como así también su secado y pilado para luego proceder a la venta del mismo. Además poseía sembríos de frutas tropicales como la papaya, mango, limón, naranja entre otras.

Es así como se inicia la hacienda, creando luego graneros, granjas con animales domésticos como las gallinas y cerdos, corrales donde habitaban vacas de las que se ordeñaba la leche, para después procesarla y obtener de ella queso y mantequilla.

Sin embargo, con el pasar del tiempo, se pudo notar que en Daule tanto sus habitantes como extranjeros que visitan el cantón, no tenían un lugar turístico el cual visitar.

Generalmente el negocio relacionado con el turismo es atractivo y rentable al ser bien administrado, es por ello que al observar que nuestro país tiene un gran potencial en lo que respecta al turismo por sus acogedores paisajes, nos hemos enfocado a desarrollarlo con nuestros conocimientos financieros y de marketing, para lo cual es necesario realizar una investigación en diferentes aspectos relacionados al proyecto para así poder adecuar nuestra idea de negocio a las necesidades del cliente.

El propósito de la Hacienda es de darle al turista nacional y extranjero la posibilidad de encontrar un refugio donde pasar momentos agradables. Su ubicación es ideal por encontrarse entre dos comunidades: Nobol y Santa

Lucía, donde existe un microclima que hace agradable la estadía de los turistas que la visitan.

Su ambiente natural es una reserva ecológica protegida, en donde la depredación del medio ambiente no existe, por lo que el ecosistema se conserva natural. Podrás disfrutar de un maravilloso lugar, muy acogedor, rodeado de naturaleza, con múltiples actividades para toda la familia.

En resumen podemos decir, que la Hacienda es el lugar perfecto para remontarse a los tiempos coloniales, ya que entran algunos factores como la cultura Dauleña y el ritmo de vida de la gente que habita ahí. La hacienda Villa Graciela es una de las mejores formas para iniciar sus excursiones.

# **CAPÍTULO I**

## **GENERALIDADES**

### **1.1. Aspectos Preliminares**

El mercado actual de haciendas se encuentra muy fragmentado debido a los constantes cambios o cierres que se presentan en las mismas, además de la alta competitividad como, lugares turísticos que son más completos en estructura y servicio, que además cuentan con requerimientos de alta y mejor calidad y eficiencia; debido a esto el paradigma de escuchar las viejas historias locales cerca a las riberas del río o en medio de las montañas, a los pies de una cálida fogata y disfrutar de bellos paisajes, se ha roto.

En la actualidad la apertura de nuevos lugares turísticos, ha originado que no se aprecien, ni se disfruten, ni que se valore lo bello y hermoso de lo que dispone Ecuador y mucho menos el cantón Daule. El hecho de que existan lugares como clubes o ciudadelas privadas con complejos es muy bien visto por los consumidores, poniendo así en grave riesgo el lugar perfecto para remontarse a los tiempos coloniales, como son las Haciendas.

Al no ser todos los clientes iguales, ahora nos enfocaremos en restaurar una hacienda, con servicio mucho más personalizado donde cada turista es considerado un mundo aparte, el cual tiene sus gustos, preferencias y necesidades muy distintas a los demás. Gracias a estos cambios hacia una cultura ecuatoriana más aprovechada podemos ofrecer mejores servicios, aumentamos la eficiencia y disminuimos gastos.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

Ante la carencia de lugares recreativos en el Cantón Daule y que realcen el turismo de este lugar, vemos que los mismos habitantes de este Cantón recurren a otros lugares de la Provincia del Guayas para pasar sus momentos libres en compañía de su familia o amigos, que con frecuencia son las playas más cercanas a la localidad.

Así mismo para los habitantes de la ciudad de Guayaquil es común viajar por largas horas para encontrar un lugar de distracción, ya que dentro de la misma ciudad no existen muchas alternativas naturales que ofrecer.

Además el Cantón Daule está muy cercano a la ciudad de Guayaquil, con tan solo 45 minutos de viaje para arribar al mismo, pero no es conocido por el hecho que no cuenta con lugares recreativos o turísticos, el cual además podría mejorar la economía del lugar por los ingresos que percibirían gracias al gasto de los turistas.

## **1.3. Justificación del Proyecto**

Cada proyecto está enfocado en una necesidad latente que se intenta cubrir, es así que este documento se elaboró para satisfacer a un mercado específico: los ciudadanos compatriotas que viven en Daule y Guayaquil, interesados por contar con medios de desarrollo turístico a través de una herencia ancestral, como la Hacienda "VILLA GRACIELA".

Esta hacienda pretende marcar la diferencia entre otras, poder ofrecer a los dauleños y turistas, un lugar que disponga de muchas actividades recreativas en el que se pueda tener contacto con la naturaleza, además de admirar y observar la exhibición de ciertas reliquias y piezas de diferentes

períodos de la historia ecuatoriana e inclusive poder ofrecer el servicio de reservación de sus instalaciones para fiestas y eventos.

La hacienda funcionará como destino de esparcimiento para nacionales y extranjeros. Dispondrá de potreros con 5 caballos para cabalgar, granjas con animales domésticos en las cuales sus visitantes podrán alimentar a las gallinas y cerdos de la misma.

Villa Graciela se encuentra ubicada frente al río Daule lo que la hace favorable para sus visitantes, pues podrán surcar en canoa o dar paseos en botes por este caudaloso y cautivante río que hará de sus visitas una muy grata experiencia turística. Como servicio adicional contara con la reservación de sus instalaciones previamente establecidas para disfrutar de fiestas y eventos organizados.

Por lo antes expuesto, la finalidad de este proyecto es que la hacienda ofrezca al cantón Daule un espacio de manifestación turística como así también cultural.

“A Daule el conjunto de sus creaciones que lo distingue de los demás pueblos, le da identidad; sus valores espirituales, simbólicos, estéticos, tecnológicos, y los bienes materiales que han aportado a la historia de la comunidad hará de él un lugar perfecto para visitar”.

#### **1.4 Características del Producto y Servicio**

En la hacienda Villa Graciela se podrá interactuar con la naturaleza, los animales y la vida de campo. La hacienda ubicada en Daule contara con un ambiente de singular belleza de vegetación tropical, ríos y aves de variadas especies, con excelentes instalaciones tales como cabañas, comedor,

caminos, señalamientos, parqueos, servicios de guardianía, paseos a caballo y paseos en botes y bicicletas acuáticas.

La hacienda va a ofrecer 5 caballos para realizar cabalgatas cortas por los alrededores de la hacienda en el transcurso del día. También se podrá encontrar otros animales domésticos como las gallinas y cerdos en las cuales sus visitantes podrán alimentar.

En el río se realizaran paseos en botes con remos y bicicletas acuáticas con capacidad de 4 personas para así poder disfrutar un momento de tranquilidad.

Nuestra hacienda contara con un ambiente acogedor para todos nuestros visitantes, un lugar alejado del ruido de la ciudad y a la vez cerca y de fácil acceso, que les permita en corto tiempo llegar a un reencuentro con la naturaleza. Queremos ofrecer servicios de calidad para que las personas que nos visiten siempre quieran volver.

El restaurante es un comedor interno con una cálida chimenea y un ambiente acogedor bajo la luz en el cual los visitantes se podrán deleitar con los deliciosos platos típicos como el seco de chivo, seco de gallina, bollo de pescado, caldo de salchicha entre otros.

También contaremos con instalaciones para que puedan realizar eventos de ámbito familiar o empresarial. La instalación tendrá una capacidad máxima de 300 personas con pista de baile y una tarima para música en vivo.

## **1.5 Alcance**

El cantón Daule actualmente no es reconocido en el país como un lugar turístico a pesar de que cuenta con ciertos lugares recreacionales, pero es distinguido por su producción arroceras de gran importancia para la provincia.

Con respecto al turismo, la población dauleña suele acudir tanto a lugares cercanos del cantón o a otros más lejanos en busca de recreación, siendo la principal característica de estos lugares a visitar, el ser un ambiente donde se pueda estar en contacto con la naturaleza, muy ameno y de total relajación.

Por lo tanto este proyecto se dirige especialmente a este tipo de personas, sin distinción de edad, pero en especial a aquellas de clase alta y que habiten en Daule y Guayaquil, ya que habitar cerca de la hacienda nos asegura la visita de ellos ya sea en familia o grupo de amigos y que además estén dispuestos a pagar un buen precio por este servicio y toda la adecuación del lugar que cuenta con un alto confort.

Es decir nuestro centro de atención es específicamente la población dauleña y guayaquileña con el fin de incrementar el turismo en el lugar, pero además, como suele suceder, pueden existir personas de otros lugares del país que acudan generalmente en días feriados, y que los extranjeros incluyan su visita a la hacienda “Villa Graciela” como parte de su recorrido en el país.

Este lugar estará adecuado para personas que se deleitan montar a caballo, pasear en canoa, acampar en medio de la naturaleza, consumir comida típica del lugar, y apreciar edificaciones y objetos de la antigüedad junto con su familia o amigos.

## **1.6 Objetivos Del Proyecto**

### **1.6.1.Objetivo General**

Crear un plan de negocio para la regeneración de la hacienda “Villa Graciela” en el cantón Daule con el fin de ofrecer un lugar turístico y de recreación natural para los visitantes.

### **1.6.2.Objetivo Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer la posibilidad de implementar este proyecto.
- Desarrollar estrategias de marketing para posicionarnos entre los lugares turísticos más visitados.
- Elaborar un análisis financiero y de sensibilidad que demuestre la viabilidad de este plan de negocios.
- Conseguir una alta rentabilidad de los servicios ofrecidos.
- Convertirse en un referente de la actividad turística de calidad en Daule.
- Estimular a los diferentes turistas nacionales y extranjeros para que visiten con mayor frecuencia la hacienda.
- Satisfacer plenamente las necesidades del cliente innovando constantemente.

- Incrementar vínculos sociales con los turistas conociendo sus necesidades, deseos, preferencias, además de individualizar y personalizar su servicio.
- Brindar reconocimiento y confianza a nuestros clientes.
- Crear experiencias increíbles y únicas para nuestros clientes basados en nuestra política de Servicio Excepcional, cuidando cada detalle de nuestro servicio y con nuestro compromiso más importante: ¡¡RESPUESTAS HOY PARA SUS SOLITUDES DE HOY!!

# **CAPÍTULO II**

## **ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Análisis Situacional de la Empresa**

#### **2.1.1. Mercado Meta: Macro y Micro Segmentación**

Villa Graciela es una hacienda que tratará de enfocarse a un grupo específico de turistas, cuyas preferencias sean algo homogéneas de tal manera que sea posible estandarizar en algo sus servicios a ofrecer, pero con cierta diferenciación que permita abarcar a un mayor grupo de turistas dentro del mercado, para lo cual ha basado su micro segmentación en las siguientes variables:

##### **2.1.1.1. Variables Demográficas**

La hacienda clasifica al mercado en grupos que varían gracias a las distintas variables demográficas como edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, ocupación, etc., estas variables son las que más se emplean para poder distinguir grupos de turistas potenciales, ya que las necesidades de este grupo de clientes, sus preferencias e índices de usos, suelen estar muy relacionadas con estas variables:

- **Edad y etapa de ciclo de vida.-** Los deseos y capacidades del consumidor cambian de edad, es por esta razón, que la hacienda tiene una diversidad de servicios los cuales son fácilmente adaptables a los distintos gustos y preferencias de los turistas que van desde cabalgatas para adultos,

paseos en botes y alimentación de los animales de la granja para niños y paseos en bicicletas acuáticas para jóvenes.

- **Ingresos.-** La segmentación por ingresos es un indicador preciso de los clientes más propensos a utilizar un servicio en particular, pues dado que sus precios son relativamente medios-altos sus clientes deben tener un ingreso promedio que les permita pagar por el servicio.
- **Segmentación por atributos demográficos múltiples.-** La mayor parte de haciendas dedicadas a esta actividad, segmentan un mercado combinando dos o más variables demográficas, Villa Graciela segmenta tomando en consideración “Tamaño de la familias con Ingresos”, “Ingresos con Edad” ya que con estos perfiles se puede tener una idea de los tipos de clientes que acuden a estas haciendas, y poder satisfacer sus necesidades y preferencias de una manera adecuada.

### **2.1.1.2. Variables Psicográficas**

También se toma en consideración estas variables para segmentar el mercado ya que hay una diferencia muy marcada en los distintos grupos de clientes en cuanto a su clase social, estilo de vida, características de personalidad, etc. Muchos de los clientes pueden exhibir perfiles psicográficos muy diferentes.

- **Clase Social.-** Este es un aspecto que se toma mucho en consideración al momento de restaurar la hacienda, pues por sus costos y valores de sus servicios a ofrecer en cuanto a comida y actividades está enfocado a un target “Medio-Alto, Alto”

- **Estilo de vida.-** Hacienda Villa Graciela dedica su actividad de servir a distintos grupos de consumidores que se encuentran en el mercado desde niños hasta adultos.
- **Personalidad.-** Villa Graciela intentará imponer personalidad en su hacienda y así el consumidor percibe que esta adquiriendo un servicio único y acorde a gustos y preferencias es un ambiente totalmente natural.

### 2.1.2. Competencia: Análisis de Porter

Un punto importante es considerar el análisis de la competencia, para esto tomamos en consideración el Análisis de Porter, como una herramienta para el cumplimiento de objetivos.



### **2.1.2.1. Competencia del Sector**

Villa Graciela es una hacienda cuyo giro de negocio es de medio de desarrollo y atracción turística para el cantón Daule, cuyas alternativas en servicio son variadas por ende no existen muchas cadenas y/o haciendas que sean competencia directa de esta hacienda.

En la actualidad en el Cantón Daule existen una gran cantidad de haciendas tales como: Hacienda Vista Florida, Hacienda Patrimonio y Hacienda San Jacinto, entre otras, pero ninguna de ellas ofrecen los mismos beneficios que Villa Graciela intentará ofrecer, como por ejemplo; que se dediquen al turismo y también a un lugar de diversión entre amigos y familiares.

Sin embargo, existen otros competidores cercanos a la ubicación de nuestra Hacienda. Uno de estos competidores está localizado en Nobol a unos minutos de Daule. La Hacienda se llama Hacienda San José, el lugar en donde nació Narcisca de Jesús, muy visitado por los turistas debido a su historia y antigüedad.

Cabe recalcar que el competidor más cercano no consta con una infraestructura similar a la que la Hacienda Villa Graciela tendrá y se enfoca más en ser un sitio de retiro. Su ventaja con Villa Graciela es que ha sido conocida por muchos más años.

La Hacienda Villa Graciela en el momento de ingresar al mercado no presentara un grado de rivalidad elevado, esto brindara una mayor ventaja en su sector.

### **2.1.2.2. Competidores Potenciales**

Las barreras de entradas para posibles nuevos competidores es un punto positivo, ya que es relativamente difícil entrar en este sector por la inversión inicial que se necesita.

Sin embargo, existe una desventaja debido a una nueva facilidad en Turismo que está brindando el Gobierno, que son proyectos que han sido ofrecidos por la ministra de Turismo sobre la implementación de la actividad de Agroturismo. Estos proyectos consisten en habilitar haciendas para que sean visitadas por turistas.

Para que esto no afecte se van a diferenciar los servicios a ofrecer, incorporando siempre calidad y atención especializada a cada visitante haciendo que cada visita sea recordada y así posicionar Villa Graciela en el mercado.

### **2.1.2.3. Clientes**

El poder de negociación de los clientes no es muy escaso, ni tampoco excesivamente alto, ya que en Daule no existen muchas Haciendas dedicadas a este sector, pero si existen sustitutos que cuentan con el servicio de ofrecer un lugar en el cual se pueda tener contacto con la naturaleza y observar ciertas reliquias y piezas históricas.

Los Clientes en este sector si son sensibles a los precios, pero esta situación no afectará directamente porque los precios que ya se han fijado son relativamente similares.

Por otro lado, la Hacienda ofrecerá las posibilidades conjuntas de turismo y diversión, además de un lugar para realizar eventos sociales, lo que se

convierte en un gran punto a favor, ya que permitiría fidelizar algunos clientes con más facilidad, por lo que su poder disminuirá.

#### **2.1.2.4. Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores en este caso, ha disminuido, debido a que existen varios establecimientos distribuidores en Daule que ofrecen los alimentos necesarios para poder realizar la comida típica que se ofrecerá.

Además por ser Hacienda y poseer una tierra fértil, los cultivos a realizarse no necesitarán de distribuidores, ya que estos son elaborados por el personal propio de la Hacienda. Por consiguiente el poder de negociación no es muy alto, más bien es mínimo.

#### **2.1.2.5. Sustitutos**

Esta última fuerza corresponde a la presión que pueden ejercer los productos sustitutos, donde se incluyen todos aquellos lugares cuyas prestaciones pudieran ejercer un efecto de sustitución en el gasto de los Clientes que iba a ser dirigido hacia nuestra hacienda.

Para el tipo de servicio que ofrecemos existen sustitutos cercanos como los que se detalla a continuación:

- i. Los museos: El museo del colegio Juan Bautista Aguirre es el más conocido en el Cantón de Daule.
- ii. Los Balnearios: Banife es un Balneario de agua dulce que se encuentra localizado en la cabecera cantonal del Cantón Daule, tiene una extensión de 200 metros y está rodeado de vegetación silvestre.
- iii. Hoteles: El Hotel Oro Daule que ofrece salas para eventos de poca ocasión.

Estos productos sustitutos si son una amenaza pero no muy excesiva, debido al mayor beneficio que brindamos.

### **2.1.3. Producto: Ciclo de Vida**

El sector turístico tanto del Ecuador y por ende de la provincia del Guayas, cada vez se expande, en especial la ciudad de Guayaquil, pero existen otros cantones que son muy poco populares, y que únicamente por el boca en boca están haciéndose conocer paulatinamente.

Además gracias a las campañas publicitarias por parte del actual gobierno, que está concientizando a las personas a visitar lugares de nuestro propio país, permite que el turismo en el Ecuador se esté desarrollando.

Entonces se puede afirmar que el turismo en el Cantón Daule se encuentra en crecimiento, es decir que, existen ciertos lugares recreacionales como balnearios y fechas importantes que atraen el turismo del lugar, como la procesión del “Cristo Negro”, caminatas, misas campales, juegos artificiales, tradiciones montubias, bailes y rodeos; pero son épocas eventuales que buscan atraer cada vez más visitantes.

La Hacienda Villa Graciela se encuentra en la fase de Introducción en el Ciclo de Vida del Producto, por lo tanto, enfrenta el desafío de cautivar más turistas para así lograr mayor crecimiento, y para ello es necesario realizar una gran inversión, muy bien planificada aprovechando los recursos turísticos que este cantón brinda.

## GRÁFICO # 1



*Elaborado por: Los autores*

### 2.1.4. Matriz de Crecimiento – Participación BCG

La matriz Boston Consulting Group o BCG como se la conoce comúnmente, es una herramienta que le permite a la empresa catalogar a su producto como estrella, interrogación, vaca lechera o perro; para ello se analizan dos aspectos, el índice de crecimiento de la industria (eje y) que es la tasa de crecimiento anual de la industria a la cual pertenece la empresa, en este caso el área del turismo y, la participación relativa en el mercado (eje x), que se refiere a la participación de la empresa versus su mayor competidor.

Además, la matriz BCG introduce el concepto de Unidad Estratégica de Negocios (UEN), las cuales se caracterizan por ser un negocio o grupos de negocios dentro de la empresa que tiene sus propios competidores y

responsables administrativos, los cuales realizan las estrategias independientemente del resto de la empresa.

Esta matriz se divide en cuatro cuadrantes, donde se colocan las UEN y dependiendo en cual se esté ubicado, se realizan las acciones correspondientes.

- **Estrella:** Implica alta participación en industrias de alto crecimiento, donde se requieren estrategias para fortalecer o mantener su posición dominante, ya que producen buenas utilidades y se lo asocia con el éxito del producto.
- **Interrogación:** Indica que se posee baja participación de mercado, pero se compete en una industria de alto crecimiento por lo cual se necesita una gran cantidad de efectivo para su crecimiento, y se debe enfrentar a la decisión de si ¿continuar en el negocio o no?, de allí su nombre.
- **Vaca de dinero:** Involucra tener una porción alta del mercado en una industria de bajo crecimiento. Produce mucho efectivo, es líder del mercado, economías de escala y márgenes de utilidad amplios.
- **Perros:** Son UEN con baja participación en el mercado en una industria decreciente, genera bajas utilidades y pérdidas; la estrategia a usar es la reducción y/o eliminación del mismo.

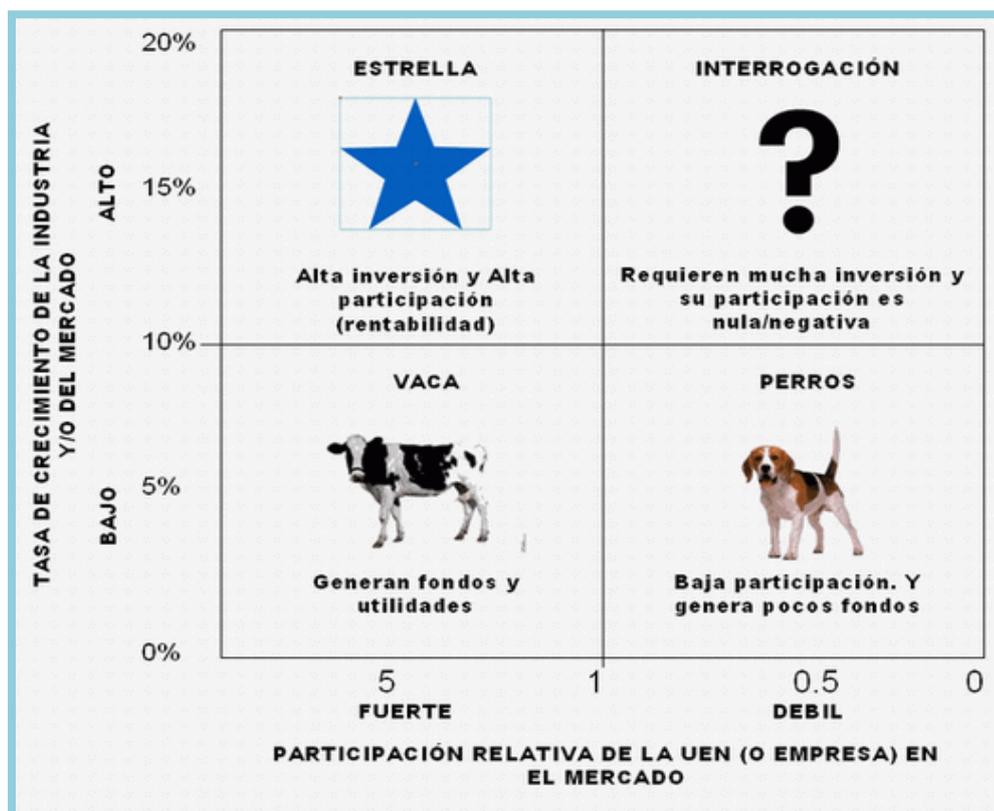
## CONCLUSIÓN:

En el caso del turismo como tal en el cantón Daule, este se está desarrollando aún y se espera crezca aún más, es decir la industria tiene un alto crecimiento; mientras que la hacienda “Villa Graciela” cuenta con una baja participación en este mercado, ya que no se encuentra todavía en

funcionamiento, pero promete ser un gran éxito; por tal motivo se puede catalogar este centro turístico Hacienda “Villa Graciela” como un producto interrogación; estando en la disyuntiva de invertir o no en él para realzar sus atractivos y obtener altos rendimientos.

Hay que destacar que el crecimiento de la industria turística en el Ecuador es del 6.8% anual de acuerdo a información del último trimestre del 2008 proporcionada por el Ministerio de Turismo, esta tasa se considera alta ya que a nivel Mundial el turismo cerró el año 2008 con un 2 por ciento más que en el 2007, pero en este año su crecimiento fue afectado por la crisis, que irrumpió en el sector en la segunda mitad del ejercicio, según la Organización Mundial del Turismo (OMT); cuando el número de turistas internacionales cayó al -1%, después de que entre enero y junio se registrara una subida del 5%.

**GRÁFICO # 2**



*Elaborado por: Los autores*

### **2.1.5. Análisis FODA**

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que nos permitirá trabajar con toda la información que se posea del negocio, útil para examinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compete.

Nuestro análisis FODA de Hacienda Villa Graciela se enfocará solamente hacia factores claves para el éxito del negocio, es así que examinando tanto la Hacienda “Villa Graciela” como su entorno, el Análisis FODA realizado es el siguiente:

#### **Fortalezas**

- La cercanía de la Hacienda a las orillas del Río Daule da mejor atractivo al lugar.
- El ecosistema natural del sitio es adecuado y atractivo para los visitantes que aprecian estar rodeado de la naturaleza.
- El clima que existe hace agradable la estadía de los turistas.
- La Hacienda corresponde un lugar único en la localidad que cuenta con objetos de la época colonial.
- La ubicación de la Hacienda es un lugar accesible para toda persona que desee llegar de visita, sea del mismo cantón como de otras ciudades.
- Los requerimientos de fuerza laboral, recursos agrícolas y ganaderos son fáciles de conseguir y preservar en la Hacienda, dada las condiciones climáticas y de su suelo fértil que presenta Daule.

## **Debilidades**

- Por ser una hacienda abandonada desde hace un largo tiempo, no ha tenido un reconocimiento en la localidad, ni mucho menos por visitantes de las afueras.
- Debido a que este Cantón no ha tenido el impulso turístico por parte de los Gobiernos Municipales, ha ocasionado que Daule tenga poca publicidad de los atractivos que posee.
- No existe una larga experiencia necesaria dentro de esta industria, que permita impulsar o continuar con las tendencias evidentes en el mercado.
- Baja participación con respecto al turismo local de la provincia del Guayas y con el crecimiento del sector turístico en el Ecuador.

## **Oportunidades**

- Expandir los servicios acorde con las necesidades y requerimientos que se vayan presentando por parte de los clientes.
- Innovar las instalaciones o el servicio, de acuerdo al ritmo de los avances tecnológicos que aporten en la mejora de esta industria.
- La biodiversidad del cantón Daule, es una de las más ricas naturalmente hablando que la provincia posee.
- Se cuenta con un espacio físico que puede ser utilizado para nuevos proyectos que fortalezcan la funcionabilidad de la hacienda.
- Realizar alianzas estratégicas con partes relacionadas o interesadas a la industria turística, como auspiciantes, promotores de eventos, agencias turísticas, etc.

## **Amenazas**

- Posible expansión del Turismo de otros cantones debido a las estrategias publicitarias que están implementando y al aporte al sector que estos mantienen.
- Existe alta dependencia por el acceso terrestre para llegar a la hacienda, y la posibilidad de inconvenientes en las carreteras podría afectar el negocio.
- Incertidumbre económica debido a la actual crisis financiera mundial e incertidumbre política del actual gobierno.
- Los fenómenos naturales, tal como la Corriente Cálida del Niño, repercuten en la afluencia de turistas.

## **2.2. Investigación de Mercado**

Los lugares naturales atraen mucho a diferentes tipos de visitantes con distintos tipos de intereses; el investigar para conocer a quienes ofrecer este servicio, con que características específicas, sean estas demográficas, geográficas, psicológicas, etc.; dará la certeza que el servicio a ofrecer va a satisfacer plenamente las necesidades del segmento encontrado y asegurará el futuro éxito del negocio.

Como nuestro objetivo es brindar un lugar ameno al visitante, lleno de relax; debe ser usada la investigación de mercado para así comprender las expectativas, intereses y necesidades que pueda tener el visitante. Toda esta información obtenida es de gran relevancia, ya que permitirá tomar decisiones acertadas para el negocio.

## **2.2.1. Objetivos de la Investigación de Mercado**

### **2.2.1.1. Objetivo General**

Analizar si se puede desarrollar y explotar de forma potencial al atractivo turístico de la Hacienda “Villa Graciela” de acuerdo a las necesidades de los visitantes.

### **2.2.1.2. Objetivos Específicos**

- Obtener el nivel de preferencia de las distintas opciones de recreación de la hacienda.
- Obtener el perfil y gustos de los turistas para así saber el segmento de mercado al cual se debe estar dirigido.
- Conocer la percepción de los habitantes dauleños y guayaquileños con respecto a visitar un nuevo centro turístico en la localidad.
- Determinar la frecuencia con que usualmente se visita los lugares turísticos que posee el cantón.
- Determinar el monto de gasto promedio de los visitantes.

## **2.2.2. Definición de la Población Objetivo**

Puesto que el Turismo se describe como la afición a viajar por gusto, de recorrer y conocer lugares con características naturales atractivas ya sea de un país, cantón ó región, que se realiza por placer, por descanso, por estudio, por contemplación y apreciación de curiosidades y bellezas de la naturaleza, por motivos de salud, por devoción, por el deseo de disfrutar alimentos, o por ansias de ampliar y complacer la afición artística o cultural.

Es así, que la Hacienda Villa Graciela desea emprender medidas que promuevan el desarrollo del mismo y como tal proveer los recursos y herramientas necesarias para brindarles a los habitantes del Cantón Daule un lugar en el que puedan disfrutar y acceder sin restricciones.

Para la realización del proyecto en cuestión es relevante definir o determinar la población objetivo sobre la que va a recaer el estudio de mercado. Para lo cual se utilizarán datos referentes a los habitantes de Guayaquil y Daule, como es el número de familias que existen y pertenecen a la clase social media-alta a alta; según datos del INEC (Instituto Nacional de estadísticas y Censos), en proyecciones de población general de la ciudad de Guayaquil y Daule 2001-2010 destaca que la población es como se registra a continuación:

**TABLA # 1**

<b>PROYECCIONES /POBLACIÓN DE GUAYAQUIL</b>				
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>	<b>% Crec.</b>
2001	2.086.123	2.029.782	56.341	
2002	2.118.195	2.066.887	51.308	1,54%
2003	2.138.517	2.090.039	48.478	0,96%
2004	2.158.787	2.113.132	45.655	0,95%
2005	2.181.510	2.139.140	42.370	1,05%
2006	2.206.213	2.168.319	37.894	1,13%
2007	2.228.343	2.194.442	33.901	1,00%
2008	2.252.727	2.223.246	29.481	1,09%
2009	2.278.738	2.253.987	24.751	1,15%
2010	2.306.479	2.286.772	19.707	1,22%

**Fuente:** *www.inec.gov.ec.*

**TABLA # 2**

<b>PROYECCIONES /POBLACIÓN DE DAULE</b>				
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>	<b>% Crec.</b>
2001	87.661	32.473	55.188	
2002	89.008	33.067	55.941	1,54%
2003	89.862	33.437	56.425	0,96%
2004	90.713	33.807	56.906	0,95%
2005	91.668	34.223	57.445	1,05%
2006	92.706	34.690	58.016	1,13%
2007	93.636	35.108	58.528	1,00%
2008	94.661	35.569	59.092	1,09%
2009	95.754	36.060	59.694	1,15%
2010	96.919	36.585	60.334	1,22%

**Fuente:** *www.inec.gov.ec.*

Como se puede observar, Guayaquil es una ciudad que su población aumenta continuamente, además de ser una de las ciudades con mayor número de habitantes y que los mismos se movilizan en familia frecuentemente, ya sea en días feriados o como momentos de entretenimiento programados; lo que es bueno para el sector del turismo pues no sólo fomenta su desarrollo sino que también se convierte en otra fuente de ingresos para los lugares a los cuales los guayaquileños arriban, y en este caso para la Hacienda Villa Graciela, el cual es nuestro objetivo dar a conocer.

Otra ventaja de seleccionar esta población es el hecho de la cercanía entre el cantón Daule y Guayaquil, a diferencia de otros cantones que son poco poblados y además se encuentran lejos a la hacienda.

Por otro lado, el mismo Cantón Daule cuenta con habitantes con las características de nuestro target, por lo que también ha sido considerada y más aún encontrándose aquella población muy cerca a la hacienda.

Por las razones anteriormente expuestas se considera como población objetivo a los habitantes de Guayaquil y Daule, puesto que el alcance del presente estudio pretende fomentar éxodo de turistas de otros cantones hacia el cantón Daule y por ende de los alrededores de la Hacienda.

Es importante destacar que la población antes definida no presenta restricciones de edad, sexo pero si en cuanto a la condición social, ya que en su mayoría son de clase media alta y alta, sin embargo el turismo lo puede disfrutar desde los más pequeños hasta aquellos que están en edad madura, todo ellos pertenecientes a un grupo familiar, ya que es como habitualmente se acostumbra a realizar viajes o aventuras; sin hacer ninguna otra distinción entre las distintas categorías a las que pudieren pertenecer los individuos que son parte de nuestra población objetivo.

### **2.2.3. Definición del Método de Investigación**

Para poder tener un panorama preliminar acerca del mercado al que se va a incursionar y además conocer sobre los gustos y preferencias de los clientes, es necesario realizar una investigación y así obtener información valiosa para la elaboración de este proyecto.

Para ello en primer lugar se recurre a realizar una investigación exploratoria por medio de la Opinión de Expertos en esta área, método conocido como "Delphi".

Esté método consiste en obtener información a través de conversaciones informales con expertos, en este caso con personas conocedoras del desarrollo turístico, contando con asesoría técnica acerca de qué debería contar este centro turístico para aprovechar los recursos que se tienen disponibles y lo que prefiere el cliente.

La asesoría obtenida fue por parte del Arquitecto Whiter Calderón, quien nos pudo sugerir lo siguiente en relación al diseño de la Restauración de la Hacienda:

- Adecuación del amplio terreno para actividades recreacionales como canchas múltiples, ciclismo, cabalgatas.
- Ubicación de 2 granjas con animales domésticos.
- Construcción de la cubierta para la realización de eventos sociales. Incluyendo una cocina y baños.
- Reconstrucción de la casa en hormigón.

En segundo lugar, es necesario utilizar fuente primaria, acudiendo a los potenciales clientes, con el fin de conocer de fuente directa las preferencias e ideas que contribuyan en el desarrollo de este proyecto, es por eso que se realizaron encuestas dirigidas a la población de Guayaquil y Daule.

El cuestionario realizado cuenta con 18 preguntas, entre ellas de tipos abiertas y cerradas, con requerimiento de información básica y algo más profunda con el fin de indagar en los criterios de los clientes y así analizar de mejor manera su comportamiento y demanda del servicio a ofrecer.

#### **2.2.4. Definición de la Muestra**

Como se definió anteriormente, la población de Guayaquil para el año 2010 según proyecciones del INEC es de 2.306.479 habitantes en total, 2.286.772 para el área urbana y para el área rural 19.707; y la población de Daule para el 2010 proyecta 96.919 habitantes, de los cuales 36.585 pertenecen al área urbana y 60.334 al área rural. Para nuestro estudio, se consideró únicamente el área urbana ya que es el área donde existe mayor probabilidad que existan familias de clase media – alta, además en los cálculos se consideró que las familias de Guayaquil y Daule están conformadas en promedio por cuatro personas, y que del total de familias el

20% pertenecen al grupo socio-económico medio – alto, dando así como resultado la información que se presenta:

**TABLA # 3**

<b>FAMILIAS DE GUAYAQUIL Nivel Social Medio-Alto</b>	
<b>AÑO</b>	<b>URBANA</b>
2001	101.489
2002	103.344
2003	104.502
2004	105.657
2005	106.957
2006	108.416
2007	109.722
2008	111.162
2009	112.699
2010	114.339

**TABLA # 4**

<b>FAMILIAS DE DAULE Nivel Social Medio-Alto</b>	
<b>AÑO</b>	<b>URBANA</b>
2001	1.624
2002	1.653
2003	1.672
2004	1.690
2005	1.711
2006	1.735
2007	1.755
2008	1.778
2009	1.803
2010	1.829

*Elaborado por: Los autores*

A continuación se presenta como se obtendrá matemáticamente la muestra para la investigación, teniendo en cuenta que con más de 100.000 datos nos topamos con una población infinita, se puede utilizar el muestreo aleatorio simple, el cual será usado en este estudio con fines de facilitar la recolección de datos.

Ya como se observó la población es muy numerosa a pesar de haber sido segmentada.

La siguiente formula respalda el criterio utilizado:

$$n = (4.p.q)/e^2$$

En donde,  $p$  indica la proporción de la variable en la población, y  $q$  es igual a  $1-p$ ; es decir las variables  $p$  y  $q$  son igual a 0,5. La variable  $e$  es el grado de error a considerarse, que en este caso es 0.05, es decir 5%.

Desarrollando la fórmula,  $n$  resulta en 400, es decir se deben realizar encuestas a 400 personas para poder cumplir con los requerimientos satisfactoriamente y la probabilidad de éxito.

### 2.2.5. Diseño de la encuesta

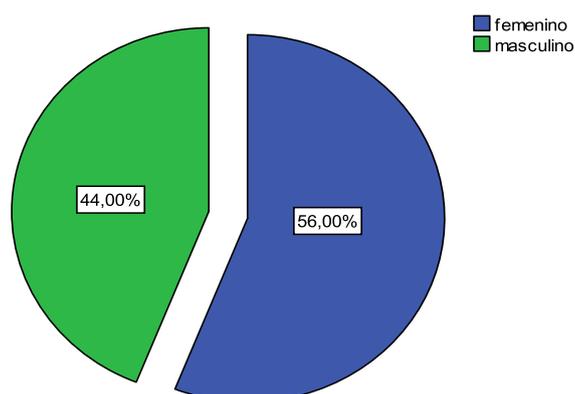
El diseño de la encuesta que se muestra en el **ANEXO # 1** fue el que se realizó a 400 personas. Estas encuestas fueron realizadas principalmente en los parqueaderos de Centros Comerciales como San Marino, Mall del Sol, Policentro, Riocentro entre Ríos y Riocentro los Ceibos, puesto que se consideró a aquellas personas como de clase social media alta-alta. Otro aspecto que cabe recalcar es que el método de recolección de datos que se utilizó fue el Administrativo, es decir que los mismos investigadores fueron quienes realizaron las preguntas a cada encuestado.

#### 2.2.5.1. Presentación de Resultados

##### PERFIL DE CONSUMIDOR

- Frecuencia de sexo

GRAFICO # 3



- **Frecuencia edad**

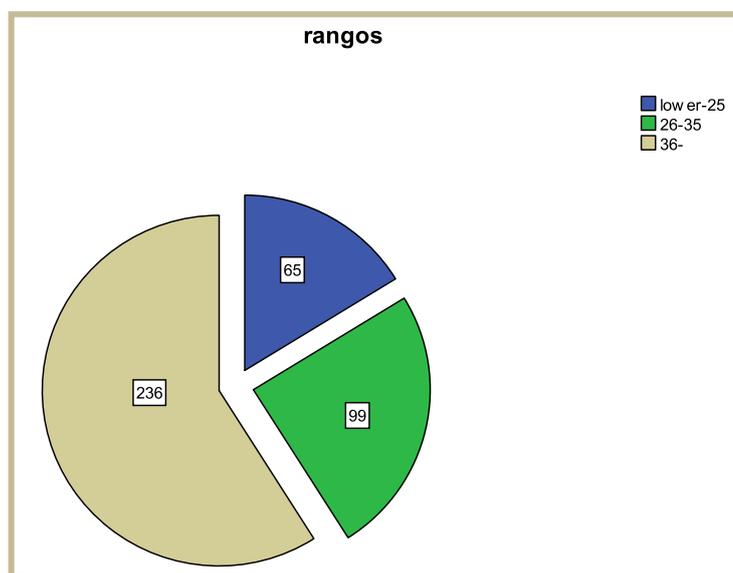
Esta pregunta fue de tipo abierta con el fin de obtener las edades exactas de los encuestados y según los datos encontrados se recodificó en una diferente variable, convirtiéndola en rangos, tal como se muestra:

Menores de 25 años de edad

De 26-35 años de edad

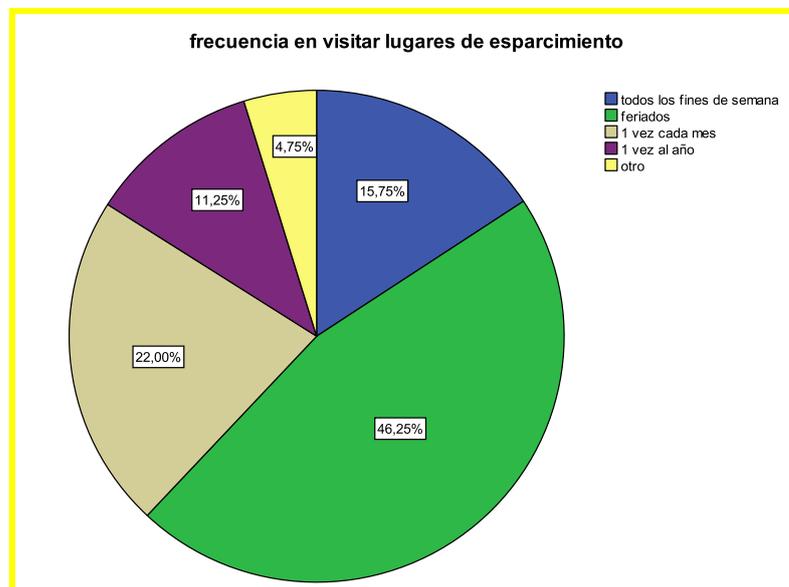
De 36 en adelante

**GRAFICO # 4**



- **Frecuencia de visitar a lugares de esparcimiento**

**GRAFICO # 5**



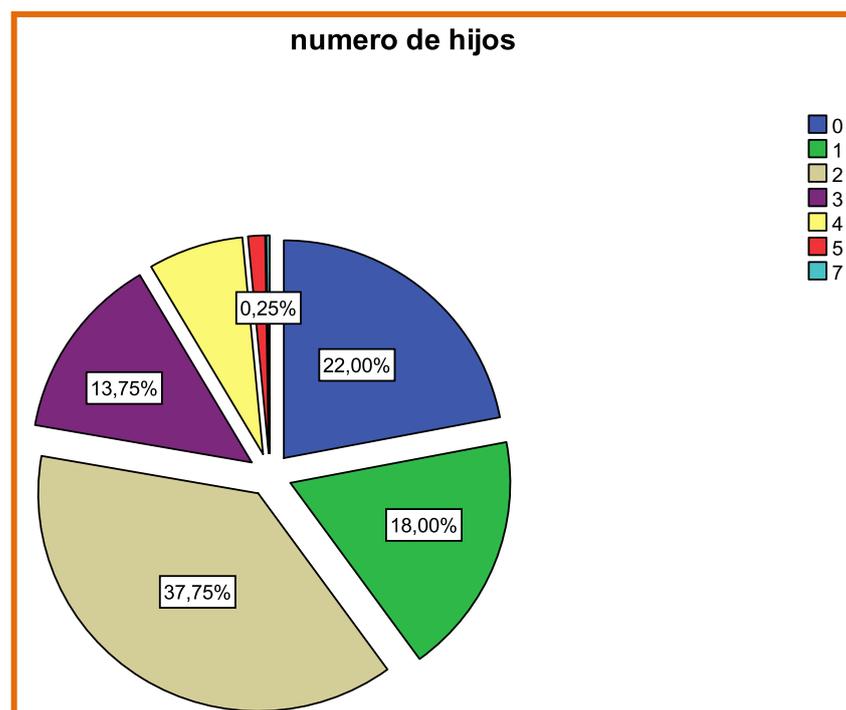
- **Frecuencia de visita haciendas**

**GRAFICO # 6**



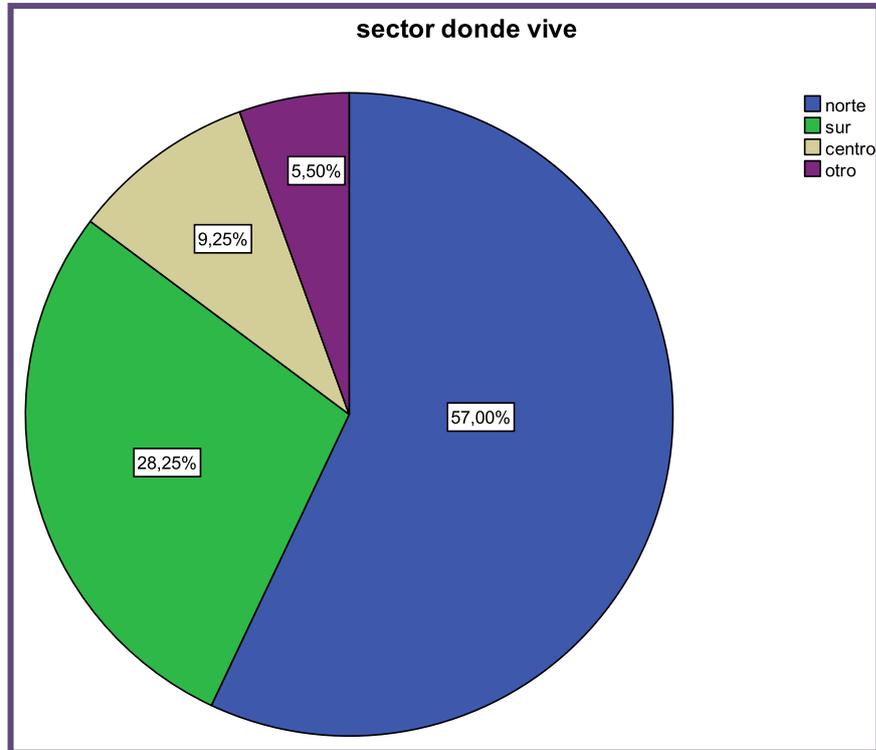
- **Número de hijos**

**GRAFICO # 7**



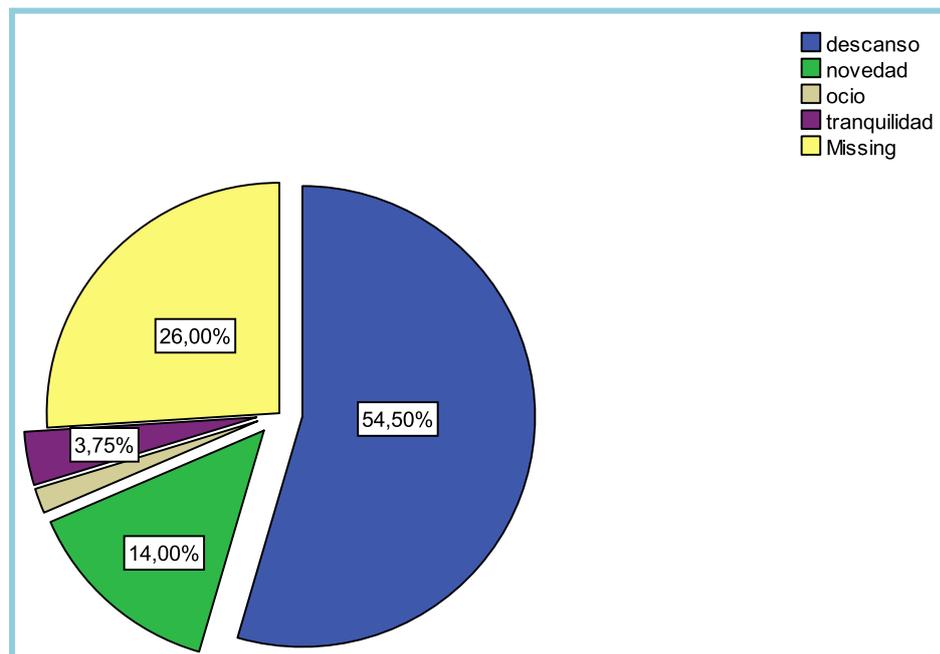
- **Sector donde vive**

**GRAFICO # 8**



- **Motivos para visitar una hacienda**

**GRAFICO # 9**



- **Aspectos importantes en una hacienda**

**TABLA # 5**

		<b>Atención al Cliente</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Aseo</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Gastronomía</b>	<b>Otros</b>
N	<b>Valid</b>	398	398	400	400	398	8
	<b>Missing</b>	2	2	0	0	2	392
Mean		4,00	3,49	2,57	1,48	3,47	4,25
Std. Deviation		1,153	1,122	1,161	1,018	1,049	1,389
Variance		1,330	1,258	1,348	1,037	1,101	1,929

### **PRUEBAS DE HIPÓTESIS**

Se realizaron pruebas de hipótesis para cada uno de los cinco aspectos que fueron preguntados a los encuestados por su grado de importancia y en donde se consideró que:

**H0:** No es importante

**H1:** Si es importante

**(ANEXO # 9 - 10)**

**TABLA # 6**

<b>Actividades/Servicios</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Cabalgatas	62%	38%
Paseos en Botes	64.3%	35.8%
Bicicletas acuáticas	41.5%	58.5%
Jardín	37.3%	62.8%
Restaurant	73%	27%
Hamacas	61.3%	38.8%
Granja	43%	57%

## **DETERMINACIÓN DEL PORCENTAJE DE PENETRACIÓN (TASA)**

### **Análisis de Ingresos**

- Estaría dispuesto a visitar (disposición a consumir 1)
- Estaría dispuesto a alquilar (disposición a consumir 2)

#### **1.- Ingreso por visita**

##### **Prueba de Hipótesis**

**H0:** No está dispuesto ni a consumir ni a pagar.

**H1:** Si está dispuesto a consumir y a pagar.

Con el Pearson Chi-Square (Prueba de Hipótesis) comprobamos que la gente si está dispuesta a consumir y a pagar por el servicio, porque es menor al 5% con lo que RECHAZAMOS la hipótesis nula y aceptamos la alternativa. **(ANEXO # 11)**

#### **2.- Ingreso por alquiler**

##### **Prueba de Hipótesis**

**H0:** Si quiere visitar la hacienda no significa que quiera alquilar para eventos

**H1:** Si quiere visitar la hacienda si quiere alquilar para eventos

Al ser mayor que 5% NO RECHAZAMOS la hipótesis nula. Es muy normal y aceptable que no todas las personas van a querer alquilar.

Por concepto de la segunda fuente de ingreso.

El porcentaje por concepto de quienes querrán alquilar para eventos es de los que dijeron si en el mayor rango, es decir 221/400 es decir 55,25%.

**(ANEXO # 12 - 13)**

## 2.2.5.2. Interpretación de Resultados

- **Frecuencia de Sexo:** De las 400 personas encuestadas el 44% son hombres, mientras que el 56% restante son mujeres, es decir existe una distribución más o menos equitativa según el género para el análisis de los resultados de las encuestas. **(ANEXO # 2)**
- **Frecuencia de Edad:** Para efectos de estudio de la edad de los encuestados se dividió en rangos las edades **(ANEXO # 3)**, ya que esta era una pregunta abierta y daba variedad de resultados. De esta forma se categorizó la edad en tres grupos:
  - Menores de 25 años 16,2%
  - De 26-35 años 24,8%
  - De 36 años en adelante 59,0%

Es decir nuestro análisis en su mayoría se basa en los criterios de personas adultas, mayores de 36 años. Lo que nos permite evaluar de mejor manera el segmento familiar de nuestro mercado.

- **Frecuencia de Visita de lugares de esparcimiento:** Según los resultados obtenidos **(ANEXO # 4)** se puede determinar que en su mayoría (46,3%) visitan lugares recreacionales en épocas de feriados, seguido por la frecuencia una vez cada mes (22%). Esta información nos da la pauta para fortalecer nuestras estrategias de marketing en esas épocas.
- **Personas que han visitado haciendas:** Se pudo determinar que de las 400 personas encuestadas 296 de ellas (74%) han visitado haciendas **(ANEXO # 5)**, dato importante ya que nos permite obtener información valiosa de aquellos que ya han gozado del servicio que vamos a ofrecer.

- **Número de hijos:** Según los resultados de la encuesta (**ANEXO # 6**) se observa que el 37,8% de las personas tienen 2 hijos, seguido por el 22% quienes no poseen ningún hijo y el 18% con solamente uno.
- **Sector donde vive:** La mayoría de las personas habitan en el sector norte de la ciudad (57%) seguido por el sur (2,3%).(**ANEXO # 7**)
- **Motivos para visitar una hacienda:** Se comprobó que el principal motivo de visita de aquellas que personas que han ido a una hacienda es por descanso (73,6%). (**ANEXO # 8**)
- **Aspectos importantes en el desarrollo una hacienda:** En este caso se calculó la media de las variables para determinar, en la escala de Likert del 1 al 5, cuál es la importancia que se les da a cada una de ellas. (**TABLA # 5**)

Pero este análisis no bastó, pues las desviaciones estándar de cada aspecto indican que los valores están dispersos en cierta medida importante.

Para comprobar la certeza de los resultados, se debe hacer una prueba de hipótesis One simple t-test para estar completamente seguros qué variables son las más importantes para los clientes

Por otro lado la variable “otros” corresponde a aspectos que el encuestado considera importante tomar en consideración y no fueron mencionados, la información obtenida obtuvo criterios acerca de la importancia en la ubicación de la hacienda y factores como primeros auxilios o solución de emergencias para el lugar. Esta información aunque representa minoría fue muy significativa para el análisis, ya que nos permite mejorar el servicio con dichos aspectos.

En los resultados de las encuestas se detalla las pruebas de hipótesis realizadas bajo el siguiente criterio:

**H0:** No es importante

**H1:** Si es importante

Para la toma de decisiones se observa el valor de significancia, que es sig. (2-tailed), cuando es menor al 5% rechazamos la hipótesis nula y se acepta la alternativa.

Luego de obtener la comprobación de las hipótesis (**ANEXO # 9**) por variables se obtuvo que todas son importantes, análisis que fue importante realizar ya que a simple vista parecía que para las personas no tenía relevancia el aseo ni la publicidad.

- **Características deseadas:** Entre los servicios que desean las personas para que la hacienda posea, están: (**ANEXO # 10**)

- Paseo en Botes 64,3%
- Restaurant 63%
- Cabalgatas 62%
- Hamacas 61,3%

**Determinación del porcentaje de penetración (tasa):** El proyecto propuesto formula dos fuentes de ingreso:

1°. Por concepto de consumo, lo que las personas gastaran para ir y pasar en la hacienda, y

2°. Por concepto de alquiler para eventos

Partiendo de este punto se puede determinar los porcentajes respectivos con los cuales partirá el pronóstico de los ingresos.

## **1. Ingreso por visita**

### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** no está dispuesto ni a consumir ni a pagar

**H1:** si están dispuestos a consumir y pagar.

Con el Pearson chi-square se comprueba que las personas si están dispuestas a consumir y a pagar por el servicio, porque el mismo es menor al 5%, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la alternativa. Es decir están dispuestos a consumir y pagar por el consumo en el lugar, y en su mayoría pronostica gastar más de \$21. **(ANEXO # 11)**

## **2. Ingreso por Alquiler**

### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** Si quiere visitar la hacienda no significa que quiera alquilar para eventos

**H1:** Si quiere visitar la hacienda si quiere alquilar para eventos

El Pearson Chi-square es mayor que 5%, es decir no rechazamos la hipótesis nula, lo que resulta razonable es que no todos los que visitan la hacienda pueden estar dispuestos a alquilarla para eventos sociales.

Por concepto de la segunda fuente de ingreso el porcentaje de aquellos que quieren alquilar para eventos es de los que dijeron si en el mayor rango, es decir  $221/400 = 55,25\%$ . **(ANEXO # 12)**

## **3. Sexo vs. Disposición a Pagar**

### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** el sexo no influye al momento de decidir ir a visitar

**H1:** el sexo si influye al momento de decidir ir a visitar

Resulta que el sig es menor al 5% por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y nos quedamos con la alternativa. Es decir en cierto modo si influye el sexo en nuestro análisis, correspondiendo el target de las mujeres. **(ANEXO # 13)**

#### **4. Ingresos vs. Disposición a visitar**

##### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** no influyen los ingresos al momento de decidir visitar

**H1:** si influyen ingresos al momento de decidir visitar

Lo que dio como resultado un sig menor al 5% por lo que se rechaza la hipótesis nula, esto nos dice que si influyen los ingresos, es decir el Target corresponde a mujeres de mediana y alta clase. **(ANEXO # 13)**

#### **5. Edad vs. Eventos Sociales**

##### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** La edad no influye al momento de querer alquilar para eventos sociales

**H1:** Si influye la edad al momento de querer alquilar para eventos sociales

El sig es mayor al 5%, por lo tanto no rechazamos la hipótesis nula, que nos dice que no influye la edad para nada al momento de que quieran alquilar o no, es decir la edad de nuestro cliente influye para alquilar. **(ANEXO # 13)**

#### **6. Número de hijos vs Disposición a visitar**

##### **Prueba de Hipótesis:**

**H0:** No influyen el número de hijos al momento de querer ir a la hacienda

**H1:** Si influye el número de hijos al momento de querer ir a la hacienda

Se obtuvo como resultado un sig mayor al 5% por lo que no se rechaza la hipótesis nula, es decir el hecho de tener hijos no es una variable importante para nuestro proyecto. **(ANEXO # 13)**

### **2.2.5.3. Conclusiones**

- Las épocas de más visitas de las personas a lugares recreacionales son en los feriados.
  - La disposición de las personas por visitar la hacienda no depende de gran manera de los hijos que ellos posean, es decir el esparcimiento en familia es esencial incentivar en este proyecto.
  - El sector económico más atractivo es el de clase media a alta, lo que se relaciona con el sector donde habitan las personas que es el norte, según los resultados.
  - El principal motivo de ir a una hacienda es por descanso
- Los aspectos siguientes son de gran importancia para los usuarios
- Atención al turista
  - Infraestructura
  - Gastronomía
  - Aseo
  - Publicidad
- Los servicios más deseados son el paseo en botes, restaurant y cabalgatas.
  - Las personas que visitan la hacienda están dispuestos a efectuar gastos en el interior, pero no necesariamente todas están dispuestas a alquilar para eventos sociales.
  - El sexo de las personas influye en el proyecto, las mujeres son quienes especialmente se interesan en este tipo de servicio.

## **2.3. Marketing Mix**

### **2.3.1. Producto**

La Hacienda Villa Graciela es una gran alternativa turística para que el visitante nacional y extranjero disfrute de un cómodo momento en un ambiente cálido en medio de la tranquilidad y del paisaje campestre.

Su estilo arquitectónico es muy antiguo y amplio para realizar todo tipo de eventos como Conferencias, Fiestas y Matrimonios.

En La Hacienda Villa Graciela vamos a contar con comedores, salas cerradas y abiertas con un acogedor bar. En los alrededores de la hacienda se van a encontrar adornos con fotos antiguas e ilustraciones de paisajes ecuatorianos por el cual, el turista podrá apreciar los recursos naturales que se ofrecen en el Ecuador.

En cada evento se dedicara una atención de primera a todos los invitados ofreciendo:

- **Música:** El tipo de género al que nos vamos a enfocar es la música ecuatoriana, como son los pasillos, pero también tendremos DJ con música actual para todas las preferencias.
- **Comida:** Los invitados se podrán deleitar con la degustación de la exquisita gastronomía y con los platos típicos que ofrecemos.
- **Actividades:** Como hacienda ofrecemos diferentes actividades como cabalgatas, paseos en botes y bicicletas.

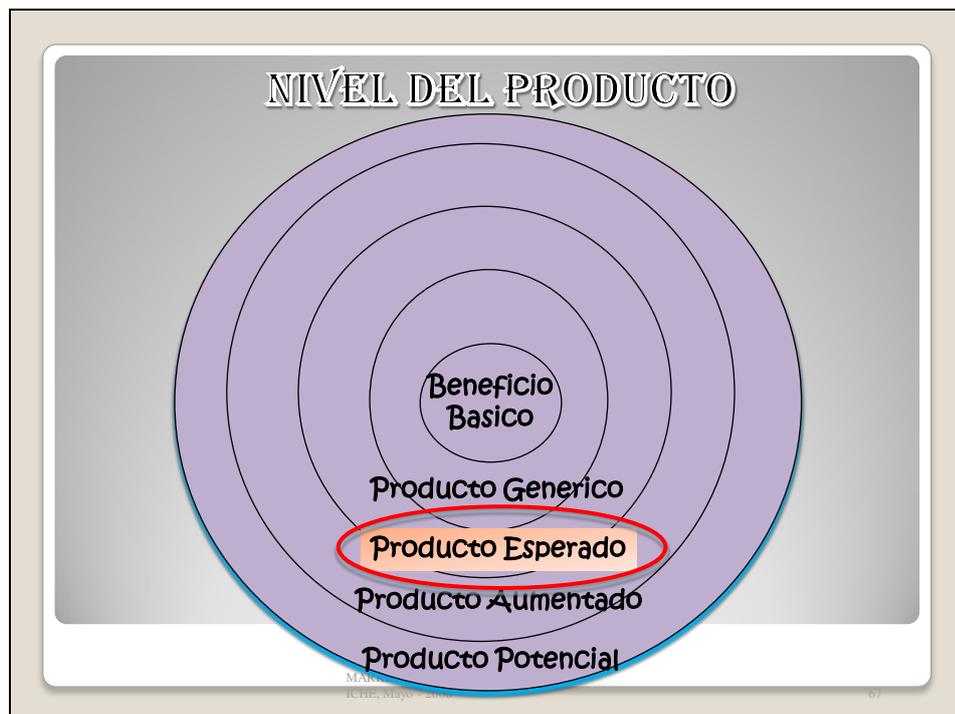
Nuestra Hacienda estará dispuesta a atender a los visitantes y satisfacer todas sus necesidades. Dispondremos de un restaurant, mismo que servirá como pista de baile para eventos sociales con capacidad para 300 personas. En ocasiones en las que se requiera mayor espacio se pueden añadir otras áreas de la hacienda.

### **Nivel del producto:**

El nivel del producto es un producto esperado debido a que incluye servicios y beneficios adicionales que distinguen la oferta de la empresa de la oferta de la competencia.

Los visitantes tendrán ciertas expectativas sobre los servicios que se ofrecerán. Se espera que el producto tenga una serie de características mínimas.

**GRAFICO # 10**



### **Clasificación del producto:**

Son intangibles de tal manera que su valor, depende de la experiencia propia de cada visitante.

### **2.3.2. Precio**

Como se detalló, el servicio a ofrecer está categorizado como un servicio de alta calidad, que brinda el total relajamiento y satisfacción al turista mediante el contacto con la naturaleza y todas las actividades recreativas que se puedan disfrutar en el lugar; por todo ello los costos a incurrir son altos, y además se pretende que los visitantes perciban de este centro turístico una imagen de alta calidad y prestigio de la cual estén dispuestos a cancelar un muy buen precio.

Como mejor forma de asignar los precios, se va a establecer una diferenciación por cada servicio disponible, pero en general el ingreso al lugar tiene un precio fijo de cincuenta centavos de dólar por persona, sea este niño, adulto, tercera edad o discapacitado.

Por otro lado, cada actividad tiene un valor distinto dependiendo del tiempo utilizado en la misma, a continuación se detallan los precios por fracción de treinta minutos por persona para las diferentes actividades:

- Paseo en bicicletas \$ 2.50
- Paseo en botes \$ 4.00
- Paseo en bicicletas acuáticas \$ 3.50
- Cabalgata a caballo \$ 7.00

Además la comida típica que se ofrecerá tendrá un valor a partir de \$4 dependiendo del plato.

### **2.3.3. Plaza**

En este caso se establece como Plaza al cantón Daule y al sitio turístico: “Hacienda Villa Graciela” como tal, ya que constituye el sitio donde el turista

apreciará y gozará de un turismo de calidad, con la comodidad, el ambiente relajante y lleno de armonía natural; es decir, este pretende ser el punto de atracción de los turistas.

Los recursos propios del lugar serán los medios de fascinación y encanto de los turistas, que permitirá mantener la lealtad de ellos y además el incremento de nuevos turistas. Es así que los turistas se convertirán en portavoces de este turismo que busca cautivar, envolver y porqué no captar a consumidores de otros cantones y de la provincia como tal, logrando así obtener un gran participación en el mercado.

#### **2.3.4. Promoción**

La promoción como tal permite alcanzar objetivos planteados por la hacienda, los mismos que pueden ser financieros, políticos, de mercadotecnia, ambientales, entre otros.

Para llevar a efecto la promoción debida se cuenta con varias herramientas indispensables al momento de desarrollar, ó elaborar una promoción, la misma que se determinará y se enfocará acorde a lo que se pretenda conseguir o al mercado al que se piensa dirigir. Las herramientas a tomarse en consideración son las siguientes:

- Publicidad
- Merchandising (optimización visual del producto en el punto de venta)
- Relaciones Públicas

### **2.3.4.1. Publicidad**

La publicidad para promover el turismo en el cantón se basará en enfocar, es decir hacer énfasis en la hacienda Villa Graciela como destino turístico, sus bondades, encanto natural, etc., la misma que tendrá como objetivo principal transmitir a los turistas que la hacienda los espera con sus puertas abiertas al turismo, a través de la publicidad. Dentro de este ámbito se detalla la ubicación de 2 vallas ubicada en la entrada principal al cantón Daule, en el Norte en el Recinto Magro por el desvío a las Cañas (vía para visitar en carro), y la otra en el kilómetro 47 vía Daule-Balzar, puntos considerados como estratégicos. **(ANEXO # 14)**

Además se entregarán volantes mes a mes, con imágenes sobre la Hacienda Villa Graciela, información de la misma, y eventos de interés para los turistas, a realizarse en los próximos días.

También para que la campaña de promoción sea más efectiva se hará publicidad por medios de comunicación tales como son:

#### **Televisión**

- ❖ Canal 9 TVDaule.- **DAULE**
- ❖ Canal 10 TC Televisión.- **GUAYAQUIL**

#### **Radio**

- ❖ Radio Sideral.- **DAULE**
- ❖ Radio Morena.- **GUAYAQUIL**

#### **Medios impresos**

- ❖ Diario Hola Daule.- **DAULE**
- ❖ Diario El Comercio.- **GUAYAQUIL**

Para esto se ha determinado un slogan que será parte de una campaña para promover y por ende desarrollar el turismo en el cantón, la misma que se denominará de la siguiente manera:

“Hacienda Villa Graciela lo mejor de Daule solo para ti”

A continuación se muestra el diseño de publicidades con el que se realizará la campaña de promoción turística.

### GRAFICO # 11



*Elaborado por: Los autores*

## GRAFICO # 12



*Elaborado por: Los autores*

### 2.3.4.2. Merchandising

El merchandising es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento, esto quiere decir que, siempre que haya venta al detalle, con objeto de obtener ciertos beneficios, existe "merchandising".

Por esta razón se entregarán afiches y trípticos en lugares públicos de gran afluencia, tanto en la ciudad de Guayaquil como de Daule y se ubicarán vallas en puntos estratégicos a la entrada del Cantón Daule para que residentes de otros cantones, quienes se constituyen en futuros turistas, perciban como es La Hacienda Villa Graciela.

Dichas herramientas permitirán promover a la Hacienda dentro de los cantones mediante sus características, a través de los recursos naturales existentes, biodiversidad y actividades recreativas, las mismas que se destacarán en el material que se distribuya, además de sacar provecho de las imágenes de actividades que se realizarán, destacando los platos típicos de los que se podrá degustar en el comedor más frecuentados e importantes, así como los objetos o reliquias más sorprendentes y antiguos que quizás por falta de promoción no se reconocen como tal.

Por eso de esta forma se tratará de lograr la optimización visual de la Hacienda a través de estos medios, así como en la isla que se establecerá en los dos centros comerciales más visitados de la provincia.

### **2.3.4.3. Relaciones Públicas**

La Hacienda Villa Graciela estará al pendiente de los eventos a realizarse dentro del cantón, como así también fuera de él, de tal manera podrá mostrar sus servicios y diferentes actividades, así se da a conocer la calidad y el buen servicio con el que cuenta. Por tal razón se verá su participación consecutiva en eventos tales como: ferias libres, ferias nacionales, y ferias provinciales, como la feria de Durán por ejemplo, o actividades en lo que se destaque el turismo, además de las diferentes festividades que se realizan para reanimar el espíritu y el cuerpo después del trabajo como: festividades en honor al señor de los milagros (14 septiembre).

## **CAPÍTULO III**

# **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

### **3.1. Diseño de la Organización**

Hacienda Villa Graciela es una Hacienda que busca brindar un servicio eficiente de turismo y entretenimiento principalmente en la provincia del Guayas.

El Estudio Organizacional que presentaremos define a nuestro recurso humano como un factor importante en la Hacienda, ya que de ellos dependerá nuestra imagen y percepción del cliente para llegar a obtener la lealtad de los mismos y que su visita sea más frecuente.

Villa Graciela será una organización, que si bien es cierto, no será de gran tamaño, estará estructurada de acuerdo a las tareas que sean necesarias realizar dentro de la empresa para alcanzar los objetivos generales de la misma. Para ello, se ha elaborado un organigrama (**ANEXO # 15**), que desea implantar la estructura organizacional de nuestra Hacienda, asumiendo como nuestro objetivo principal ofrecer un lugar turístico y de recreación natural para nuestros clientes. (Ver organigrama)

El diseño del organigrama de Villa Graciela estará en sentido vertical (jerarquía ya que las actividades se las coordina en base a las decisiones que tome el Administrador de la Hacienda, que en este caso es el dueño de la misma.

### **3.2. Factores Organizacionales**

El objetivo principal del estudio organizacional de un proyecto es presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación. El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización

La organización que asuma Villa Graciela tiene una doble influencia económica en su evaluación:

1. Un efecto directo en las inversiones y costos asociados en un tamaño específico operación y,
2. Un efecto indirecto en los costos de operación derivados de los procedimientos administrativos asociados a un tamaño, tecnología y complejidad de la estructura organizativa diseñada.

El efecto directo sobre las inversiones se manifiesta por la necesidad de disponer tanto de una infraestructura física como del equipamiento para su operación.

El efecto indirecto se deriva de los costos de funcionamiento ocasionados por los procedimientos administrativos diseñados en función de la estructura organizativa.

Villa Graciela contará con un grupo de trabajo para atención al cliente y mejora del servicio, que inicialmente estará formado por 19 personas, pero cabe recalcar que este puede variar en realización de algún evento debido a que se necesitara más del que se detalla a continuación:

**TABLA # 7**

<b>BALANCE DE PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>			
<b>Nº</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración</b>
1	Asistentes de Boletería	2	\$ 228
2	Recepcionista	1	\$ 240
3	Contador	1	\$ 400
4	Oficiales de Servicio al Cliente para área de caballos	2	\$ 228
5	Oficial de Servicio al Cliente para área de botes	1	\$ 228
6	Oficial de Servicio al Cliente para área de ciclismo	1	\$ 228
7	Guardias de Seguridad	2	\$ 300
8	Conserjes	3	\$ 228
9	Jardinero	1	\$ 150
10	Meseros	2	\$ 228
11	Cocineros	3	\$ 350
	<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	

*Elaborado por: Los autores*

Por otro lado, a continuación se detalla el personal necesario para la reconstrucción de la Hacienda, los que son considerados como temporales, ya que forman parte únicamente del proceso de restauración y que están a cargo del contratista que lleve a cargo la obra de reconstrucción:

**TABLA # 8**

<b>BALANCE DE PERSONAL TÉCNICO-RESTAURADOR</b>		
<b>Nº</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>
1	Maestro Albañil	1
2	Oficiales de Albañilería	2
3	Maestro Carpintero	1
4	Oficial de Carpintería	1
5	Maestro Cerrajero	1
6	Maestro Pintor	1
7	Maestro Gasfitero	1
8	Ingeniero Calculista	1
9	Ingeniero Sanitario	1
10	Ingeniero Eléctrico	1
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>

*Elaborado por: Los autores*

### 3.3. Definición de Personal

- **Administrador**

El Administrador tiene a su responsabilidad dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

- **Contador**

El contador analiza e interpreta la información contable y financiera de la Hacienda, con la finalidad de diseñar e implementar instrumentos y mecanismos de apoyo a las directivas de la organización en el proceso de toma de decisiones. Además de tener al día las obligaciones tributarias.

- **Recepcionista-Boletero**

Personal dedicado a recibir las llamadas de nuestros clientes señalando el día y hora de visita, Además facilitara información de nuestros servicios y venderá los tickets para las diferentes actividades.

- **Jardinero**

Sera el encargado de darle mantenimiento y cuidado al área verde de la Hacienda.

- **Cocineros**

Personas encargadas de realizar la comida en el área del Restaurante.

- **Meseros**

Personas encargadas de servir y atender a los clientes en el restaurante.

- **Guardias**

Personas que ofrecen seguridad a nuestros trabajadores y salvaguarda los equipos, maquinaria y herramientas que estén en la oficina y bodega.

- **Conserjes**

Ayudarán con el trabajo de limpieza de la oficina y vigilancia de las diferentes actividades acuáticas y terrestres.

# **CAPÍTULO IV**

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1. Antecedentes Económicos**

Dado que La Hacienda Villa Graciela, será la medida a implementarse para promover el turismo del cantón Daule en la provincia del Guayas, la misma se dará a conocer mediante campañas y estrategias de publicidad para alcanzar los objetivos planteados anteriormente y en los cuales se fundamentan este estudio.

La ubicación geográfica de Villa Graciela es destacada y privilegiada al encontrarse en las Riberas Opuestas una zona céntrica del cantón. Además su clima tropical favorece la realización, disfrute y goce de las diferentes actividades a desarrollarse dentro de la misma, como así también la admiración de sus objetos antiquísimos hallados en la hacienda. Estos son algunos de los elementos que engloba la hacienda a través de su restauración, los mismos que favorecen al desarrollo de esta nueva tendencia turística que es aprovechada económicamente para promover dicho progreso en este cantón.

En el Cantón Daule existen en la actualidad 116 Haciendas, pero ninguna de ellas turística lo que es un factor positivo para el desarrollo turístico, la creación de fuentes de empleo, y la preservación del ecosistema son algunas de las ventajas que permitirán potenciar el turismo en el cantón.

A lo largo del capítulo se abordará básicamente, los costos que demandará la restauración de la hacienda así como la adecuación de recursos en obras

que permitan el desarrollo de las actividades de recreación, los cuales tendrá a su haber la planificación e implementación así como la debida promoción turística de la hacienda como destino de encantos naturales, biodiversidad, diversión y recreación que se ofrecerá a turistas provenientes de otros cantones como así también de otros países y a los habitantes del mismo.

## **4.2. Localización del Proyecto**

El objetivo de la organización es más general que la ubicación por sí misma; es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles. Sin embargo tampoco el problema es puramente económico. Los factores técnicos, legales, tributarios, sociales, etc., deben necesariamente tomarse en consideración.

El lugar donde se llevará a cabo el proyecto consiste en una hacienda ubicada a las orillas del Río Daule las denominadas “Riberas Opuestas”, con área de aproximadamente 7.000 m<sup>2</sup>.

Actualmente la hacienda cuenta con una vieja casa de construcción en hormigón con objetos y reliquias de la época del Rey francés *Luis XV* (1710-1774), además con un espacio físico que antes funcionaba como pista de baile para eventos especiales, y a su alrededor se encuentran cultivos de arroz, actividad propia de la localidad. Todo esto propiedad inicial de la quien en vida fue la Sra. Beatriz Aurora Ronquillo Rivas de Lara, dueña, creadora y administradora quien la construyó en el año 1890 (120 años) y que ahora pertenece a su nieto el Ing. Ángel Gómez Lara.

Otros factores a considerar y que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de un proyecto son los siguientes:

- **Medios y costos del transporte**

La Hacienda Villa Graciela se encuentra ubicada en una zona céntrica del cantón y por estar a orillas del río Daule la hace una vía de fácil acceso y novedad a través de la utilización de las canoas.

- **Disponibilidad y costo de mano de obra idónea**

Con respecto a la mano de obra no se va a tener mayor inconveniente ya que en esta se incurrirá únicamente para la restauración, además de que es una zona rodeada de personal libre y dispuesto a trabajar.

- **Cercanía del mercado meta**

A pesar de estar distanciados del pueblo, por las riberas su novedoso acceso (las canoas) hace de la Hacienda un lugar imprescindible de visitar al momento de asistir al cantón. Nuestra cercanía con el mercado es mejor por ser una zona muy comercial y concurrido por los clientes de clase media y alta.

- **Costo y Topografía de suelos (adecuaciones)**

La disponibilidad y costo de los terrenos en las dimensiones requeridas para servir las necesidades actuales, realizar las actividades de esparcimiento y descanso, así como las expectativas de crecimiento futuro de la hacienda no es un factor de mayor importancia ya que el terreno actualmente es ya comprado (propio).

- **Disponibilidad de Servicios Básicos:**

El sector en que la Hacienda se encuentra ubicada cuenta con todos los servicios de agua, luz y teléfono independiente, servicios con los que se podrá ofrecer una comodidad adecuada y mejor atención al cliente.

#### **4.2.1 Estudio Técnico**

Es importante estudiar con énfasis la valoración económica de todas las variables técnicas del proyecto. El objetivo es exponer las bases principales de origen técnico que nos proveen la información económica, así como una propuesta de formas de recopilación y sistematización de la información relevante de inversiones y costos que pueden extraerse del estudio técnico.

#### **4.3. Proceso de Restauración de la Hacienda**

El proceso de restauración de la Hacienda es arduo, puesto que la misma no se encuentra en funcionamiento desde hace 13 años, y por tal razón no se encuentra en condiciones óptimas para su operación.

El objetivo de la investigación es aprovechar y explotar los recursos y espacios físicos con los que cuenta la Hacienda “Villa Graciela” para poder brindar un óptimo servicio al cliente, para lo cual es necesario restaurar gran parte del inmueble, manteniendo el estilo coloquial; y adecuar las instalaciones para la creación de nuevas infraestructuras.

Todos los detalles que forman parte de este proceso de restauración, responde a las necesidades de los clientes, los cuales fueron requerimientos obtenidos mediante la investigación de mercado realizada.

#### **4.4. Inversión en Obras Físicas**

Los planos realizados que se elaboraron en primera instancia, los mismos que cambiarán según el análisis económico de la capacidad de la Hacienda y según sea su afluencia, se encuentran en el **(ANEXO # 16 - 17)**

## Imágenes de las reliquias de la Hacienda

A continuación algunos gráficos de las reliquias u objetos, como los muebles Luis XV, la piedra destiladora, el reloj antiguo de pared, aún conservadas a pesar de los años.

### GRAFICO # 13

Imagen.- Muebles Luis XV



### GRAFICO # 14



**GRAFICO # 15**



**GRAFICO # 16**



**GRAFICO # 17**



#### **4.4.1. Valoración de las inversiones en Obras Físicas**

En relación con las obras físicas, las inversiones incluyen desde la construcción y remodelación de la Hacienda, juegos, salas de baño, cocina, hasta la construcción de caminos, cercos y estacionamientos.

##### **4.4.1.1 Balance de Obras Físicas**

El balance de obras físicas debe contener todos los rubros que determinan una inversión en el proyecto. No es necesario un detalle máximo, puesto que se busca más que nada agrupar en función de rubros de costo. Así en la primera columna deberá ir cada una de las construcciones requeridas (plantas, bodegas, juegos), vías de acceso, instalaciones (sanitarias, redes de agua potable, eléctricas), cerramientos y otras que dependerán de cada proyecto en particular. Es necesario identificar cada una de las unidades de medida, para calcular el costo total del ítem; podrían ser metros cuadrados, metros lineales, unidades, etc. **(ANEXO # 18)**

#### **4.5. Inversiones en Equipamiento**

##### **4.5. Inversión en Equipos**

##### **4.5.1 Balance de Equipos**

###### **Activos Fijos**

Los activos fijos que se adquirirán pueden dividirse en cuatro tipos: Muebles de Oficina, Equipos de Computación, Equipos de Oficina y Animales de Granja. La Hacienda VILLA GRACIELA está conformada en dos partes en cuanto a la inversión en Activos Fijos:

- La parte administrativa
- Las actividades recreativas

Ambas necesitan de una dotación de cada clase de activos. Por ejemplo: la parte administrativa necesitará de sillas y escritorio para la Boletería (Muebles de Oficina), computadora (Equipo de Computación) y Teléfono (Equipo de Oficina). Así también por las actividades a brindar y desarrollarse dentro de la Hacienda se necesitará de bicicletas, botes, ciertos tipos de animales; por esta razón la inversión en equipamiento se realizará por cada servicio de la Hacienda y por la parte de la administración.

## ADMINISTRACIÓN

Las inversiones en la parte administrativa son las que siguen:

**TABLA # 9**

MUEBLES DE OFICINA ADMINISTRACIÓN				
Muebles de Oficina	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	Vida Útil
<b>Gerencia General</b>				
Archivador aéreo	2	\$ 55	\$ 110	10
Escritorio Gerente	1	\$ 65	\$ 65	10
Sillón Jefe	1	\$ 50	\$ 50	10
Sillón visita	2	\$ 25	\$ 50	10
División modular piso-techo 0,90 tela-vidrio	3	\$ 215	\$ 645	10
Puerta de vidrio	1	\$ 226	\$ 226	10
<b>Contabilidad y Boletería</b>				
Archivador aéreo	2	\$ 55	\$ 110	10
Escritorio	1	\$ 55	\$ 55	10
Counter	1	\$ 795	\$ 795	10
Sillas giratorias	2	\$ 30	\$ 60	10
División modular piso-techo 0,90 tela-vidrio	6	\$ 215	\$ 1.290	10
TOTAL			<b>\$ 3.456</b>	

**TABLA # 10**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN ADMINISTRACIÓN</b>				
<b>Equipos de Computación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Vida Útil</b>
<b>Gerencia, Contabilidad, Boletería</b>				
Computadoras	3	\$ 496	\$ 1.488	3
Impresora de Red Láser	1	\$ 200	\$ 200	3
Impresora de Red Multifunción	1	\$ 300	\$ 300	3
Servidor para Sistema Operativo Correos y Aplicaciones	1	\$ 4.000	\$ 4.000	3
Software Administrativo y Financiero	1	\$ 5.000	\$ 5.000	3
Cableado	1	\$ 800	\$ 800	3
Implementos de Red (swich, puntos, etc.)	1	\$ 500	\$ 500	3
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12.288</b>	

**TABLA # 11**

<b>EQUIPOS DE OFICINA ADMINISTRACIÓN</b>				
<b>Equipos de Computación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Vida Útil</b>
<b>Gerencia, Contabilidad, Boletería</b>				
Teléfono	2	\$ 159	\$ 318	5
Diadema Telefónica	1	\$ 188	\$ 188	5
Acondicionador de Aire	2	\$ 576	\$ 1.152	5
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.658</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 17.402</b>	

**SERVICIOS O ACTIVIDADES RECREATIVAS**

Las inversiones en los servicios se valoraron de la siguiente manera:

**TABLA # 12**

MUEBLES Y ENSERES SERVICIOS				
Muebles y Enseres	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	Vida Útil
<b>Cabalgatas</b>				
Set completo de accesorios	5	\$ 235	\$ 1.175	10
Caballos	5	\$ 800	\$ 4.000	10
<b>Juego de niños</b>				
Columpios	6	\$ 250	\$ 1.500	10
Resbaladeras	2	\$ 180	\$ 360	10
Sube y Baja	3	\$ 120	\$ 360	10
Rueda	1	\$ 140	\$ 140	10
<b>Otros</b>				
Bicicletas	4	\$ 150	\$ 600	10
Hamacas	10	\$ 60	\$ 600	10
Botes	5	\$ 250	\$ 1.250	10
Bicicletas acuáticas	5	\$ 180	\$ 900	
Silla guardianía	1	\$ 5	\$ 5	10
Mesa guardianía	1	\$ 15	\$ 15	10
Mesas comedor	25	\$ 45	\$ 1.125	10
Sillas comedor	100	\$ 12	\$ 1.200	10
Indumentaria Cocina	2	\$ 150	\$ 300	10
Utensilios para jardinería	1	\$ 200	\$ 200	10
TOTAL			<b>\$ 13.730</b>	

**TABLA # 13**

EQUIPOS SERVICIOS				
Equipos	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	Vida Útil
<b>Comedor</b>				
Cocina Industrial	1	\$ 110	\$ 110	5
Refrigeradora Industrial	1	\$ 800	\$ 800	5
Microondas	1	\$ 200	\$ 200	5
Licudora	3	\$ 40	\$ 120	5
Batidora	2	\$ 30	\$ 60	5
Extractor	1	\$ 150	\$ 150	5
Procesador de alimentos	1	\$ 70	\$ 70	5
Equipo de Sonido	2	\$ 300	\$ 600	5
Podadora de césped	1	\$ 175	\$ 175	5
TOTAL			<b>\$ 2.285</b>	
TOTAL INVERSIÓN SERVICIOS			<b>\$ 16.015</b>	

**TABLA # 14**

<b>INVERSION EN GRANJA</b>				
<b>Animales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Vida Útil</b>
<b>GRANJA</b>				
Patos	5	\$ 12	\$ 60	5
Gansos	3	\$ 26	\$ 78	5
Gallinas, Gallos	6	\$ 7	\$ 42	5
Pavos	4	\$ 23	\$ 92	5
TOTAL			<b>\$ 272</b>	

La inversión para el bloque administrativo asciende a \$17.402, mientras que la inversión para las actividades recreativas y servicios a ofrecer es de \$15.962, en total \$ 33.364; por todos los activos fijos necesarios para la restauración de la Hacienda y la vida útil se baso en los porcentajes de depreciación máximos permitidos por las leyes ecuatorianas de tributación (Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno).

**TABLA # 15**

<b>INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO</b>	
Muebles y Enseres	\$ 17.186
Equipos de Computación	\$ 12.288
Equipos	\$ 3.943
Granja	\$ 272
TOTAL	<b>\$ 33.689</b>

**TABLA # 16**

<b>INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA</b>	
Constitución Legal de la Empresa	\$ 500
TOTAL	<b>\$ 500</b>

## 4.5.2. Calendario de Inversiones en Equipos

### 4.5.2.1. Calendario de reinversiones en equipos

Este calendario se elabora para establecer el mejor momento para la renovación de los activos que han caído en la obsolescencia por el continuo uso. Para tal fin es necesario recordar los períodos de vida útil de cada uno de ellos con el objeto de determinar el momento preciso para efectuar la compra.

- Muebles y enseres.- La inversión, que asciende a \$17.186, se realiza en el año 0, y tiene 10 años de vida útil, por lo que no se realizará inversión dentro de los 5 años de análisis del proyecto.
- Equipos de Computación.- La vida útil de este tipo de activos es de 3 años por lo cual la reinversión deberá hacerse a finales del año 3.
- Equipos.- Las reposiciones se manejan igual que los bienes muebles, por lo que la depreciación según las leyes tributarias es del 10%.
- Granja: Los animales de la granja se estima tendrán una vida útil de 5 años.
- Infraestructura.- Tiene 20 años de vida útil.

**TABLA # 17**

CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE ACTIVOS					
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Equipos de Computación</b>					
<b>Gerencia, Contabilidad, Boletería</b>			\$ 150,00		\$ 2.500,00
Computadoras			\$ 50,00		\$ 302,73
Impresora de Red Láser			\$ -		\$ 40,69
Impresora de Red Multifunción			\$ -		\$ 61,04
Servidor para Sistema Operativo Correos y Aplicaciones			\$ 50,00		\$ 813,80
Software Administrativo y Financiero			\$ 50,00		\$ 1.017,25
Cableado			\$ -		\$ 162,76
Implementos de Red (swich, puntos, etc)			\$ -		\$ 101,73

**TABLA # 18**

<b>CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE ACTIVOS</b>					
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Equipos</b>					<b>\$ 450,00</b>
<b>Gerencia, Contabilidad, Boletería</b>	-	-	-	-	<b>\$ 189,22</b>
Teléfono					\$ 36,29
Diadema Telefónica					\$ 21,46
Acondicionador de Aire					\$ 131,47
<b>Equipos</b>					
<b>Comedor</b>	-	-	-	-	<b>\$ 260,78</b>
Cocina Industrial					\$ 12,55
Refrigeradora Industrial					\$ 91,30
Microondas					\$ 22,83
Licudadora					\$ 13,70
Batidora					\$ 6,85
Extractor					\$ 17,12
Procesador de alimentos					\$ 7,99
Equipo de Sonido					\$ 68,48
Podadora de césped					\$ 19,97
<b>Animales</b>					
<b>Granja</b>	-	-	-	-	<b>\$ 70,00</b>
Patos					\$ 16,00
Ganzos					\$ 20,00
Gallinas, Gallos					\$ 10,00
Pavos					\$ 24,00
<b>Muebles de Oficina</b>					<b>\$ 4.500,00</b>
<b>Gerencia General</b>	-	-	-	-	<b>\$ 300,42</b>
Archivador aéreo					\$ 28,84
Escritorio Gerente					\$ 17,04
Sillón Jefe					\$ 13,11
Sillón visita					\$ 13,11
División modular piso-techo 0,90 tela-vidrio					\$ 169,08
Puerta de vidrio					\$ 59,25
<b>Contabilidad y Boletería</b>	-	-	-	-	<b>\$ 605,56</b>
Archivador aéreo					\$ 28,84
Escritorio					\$ 14,42
Counter					\$ 208,41
Sillas giratorias					\$ 15,73
División modular piso-techo 0,90 tela-vidrio					\$ 338,17

**TABLA # 19**

<b>CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE ACTIVOS</b>					
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Muebles y Enseres</b>					
<b>Cabalgatas</b>					<b>\$ 1.356,61</b>
Set completo de accesorios					\$ 308,02
Caballos					\$ 1.048,58
<b>Juego de niños</b>					<b>\$ 618,66</b>
Columpios					\$ 393,22
Resbaladeras					\$ 94,37
Sube y Baja					\$ 94,37
Rueda					\$ 36,70
<b>Otros</b>					<b>\$ 1.618,75</b>
Bicicletas					\$ 157,29
Hamacas					\$ 157,29
Botes					\$ 327,68
Bicicletas acuáticas					\$ 235,93
Silla guardiania					\$ -
Mesa guardiania					\$ -
Mesas comedor					\$ 294,91
Sillas comedor					\$ 314,58
Indumentaria Cocina					\$ 78,64
Utensilios para jardinería					\$ 52,43
<b>TOTAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.830,78</b>

#### **4.5.2.2. Calendario de ingresos por ventas de equipos de reemplazo**

Se considera que la mejor alternativa para el proyecto es conservar los activos que se encuentran depreciados totalmente y utilizarlos hasta que se pueda. En el caso de que esto no ocurra entonces se procederá a usar el activo depreciado como repuesto de los otros activos.

## 4.6. Balance de Personal

La determinación de los costos que se desprenden de la contratación del personal es primordial para el cálculo de los costos en el Estudio Financiero por lo tanto es indispensable cuantificar el egreso que tendrá la Hacienda Villa Graciela por el lado de talento humano.

**TABLA # 20**

<b>BALANCE DE PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				
<b>Nº</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Total</b>
1	Asistentes de Boletería	2	\$ 228	456
2	Recepcionista	1	\$ 240	240
3	Contador	1	\$ 400	400
4	Oficiales de Servicio al Cliente para área de caballos	2	\$ 228	456
5	Oficial de Servicio al Cliente para área de botes	1	\$ 228	228
6	Oficial de Servicio al Cliente para área de ciclismo	1	\$ 228	228
7	Guardias de Seguridad	2	\$ 300	600
8	Conserjes	3	\$ 228	684
9	Jardinero	1	\$ 150	150
10	Meseros	2	\$ 228	456
11	Cocineros	3	\$ 350	1.050
	<b>TOTAL</b>	<b>19</b>		<b>\$ 4.948,00</b>

# CAPÍTULO V

## ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1. Inversión Inicial

Dado que el desarrollo del proyecto se basa en la restauración de la “Hacienda Villa Graciela”, la inversión principal consiste en la readecuación de la infraestructura, valor inicial que se ubica en el flujo de recursos que intervienen en la construcción de obras físicas, el cual asciende a \$ 337.289,25; esta restauración se estima que durará 6 meses.

Además, se añade la compra de activos fijos, como equipos de oficina, equipos de cómputo, y otros, tal como se detalla a continuación:

**TABLA # 21**

<u>INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO</u>	
Muebles y Enseres	\$ 17.186
Equipos de Computación	\$ 12.288
Equipos	\$ 3.943
Granja	\$ 272
TOTAL	<b>\$ 33.689</b>

**TABLA # 22**

<u>INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA</u>	
Constitución Legal de la Empresa	\$ 500
TOTAL	<b>\$ 500</b>

Cabe recalcar que los activos fijos descritos anteriormente, fueron expuestos con anterioridad en el estudio técnico de este proyecto, los mismos que se

adquieren para ser parte de la de la adecuación de las instalaciones y de esa manera desarrollar el Turismo.

La inversión en activos a incurrir antes de empezar a funcionar la hacienda es de \$370.978,25; es decir incluye la inversión en obras físicas y en equipamiento.

Por otro lado, es necesaria la inversión en capital de trabajo, el cual se calculó mediante el método del periodo de desfase, el que se define como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación desde que se inician los desembolsos y hasta que se recuperan; en este caso se estimó que antes de empezar a recibir ingresos, se necesita realizar desembolsos de dinero con un semana de anticipación, debido a que se incurren en gastos tales como publicidad, sueldos de personal, mantenimiento, alimentación de animales, etc., en días entre semana en que comúnmente los turistas no suelen llegar de visita, pues los días de más concurrencia de personas, es en general los fines de semana. Es así, que la inversión en capital de trabajo se realiza año a año de la siguiente manera:

**TABLA # 23**

CAPITAL DE TRABAJO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Capital de Trabajo	-2.548,62	-2.634,70	-2.732,05	-2.822,24	-2.914,34	0,00
Incremento de Cap. de Trabajo	-2.548,62	-86,08	-97,35	-90,20	-92,10	

2.914,34

Debiéndose recuperar en el año 2015 dicha inversión, por el valor de \$2.914,34, tal como se muestra en el flujo de caja.

## 5.2. Situación Financiera

Como se ha mencionado, actualmente la “Hacienda Villa Graciela” no se encuentra operando, por lo que no es considerada un negocio en marcha, sino que el fin de este proyecto es lograr convertir este lugar un espacio de desarrollo turístico, generador de ingresos y rentabilidad.

### **5.2.1. Ingresos**

Primeramente para poder estimar los ingresos es necesario proyectar la demanda de acuerdo a la capacidad de recursos que se posee, lo que fue detallado mediante el análisis técnico.

#### **Demanda Proyectada**

El cálculo de la demanda se realizó bajo criterios de supuestos y además el comportamiento de la demanda que se analizó a través del estudio de mercado mediante el uso de las encuestas.

Mediante la definición de la población objetivo se determinó el crecimiento de la misma, según proyecciones del INEC, dando un promedio de crecimiento del 1,12% tanto para la población de Guayaquil como de Daule; con este dato se proyectó la población para los siguientes 5 años, es decir del 2011 al 2015, pero únicamente para la población del área urbana, ya que entre las características de nuestro target se encuentran las familias de clase social media-alta a alta, existiendo mayor probabilidad de encontrarlas en el área urbana antes que la rural.

Como nuestro objetivo es proporcionar entretenimiento e integración familiar, se ha considerado 4 personas como número promedio de integrantes de una familia; y además, de la población general se estima que el 20% de ella pertenece a la clase social de interés, llegando a datos en términos de números de familias de clase social media-alta a alta de los dos cantones perteneciente a los años 2011 al 2015, tal como se muestra:

**TABLA # 24****DAULE**

Año	Demanda Potencial
2011	1850
2012	1871
2013	1892
2014	1913
2015	1934

**TABLA # 25****GUAYAQUIL**

Año	Demanda Potencial
2011	115622
2012	116919
2013	118231
2014	119558
2015	120899

A partir de esto se consideró aceptable llegar a atender al 8% de dicha demanda potencial, es decir el número de familias generadoras de ingreso en las diferentes actividades, para los siguientes 5 años serían las siguientes:

**TABLA # 26****DAULE**

Año	Target
2011	148
2012	150
2013	151
2014	153
2015	155

**TABLA # 27****GUAYAQUIL**

Año	Target
2011	9.250
2012	9.354
2013	9.458
2014	9.565
2015	9.672

Sumando ambos cantones se obtiene la siguiente información sobre la demanda de visitantes:

**TABLA # 28****ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE VISITANTES A LA HACIENDA "VILLA GRACIELA"**

AÑO	D. Anual (familias)	D. mensual (familias)	D. diaria (familias)*	D.x día (personas)
2011	9.398	783	49	196
2012	9.503	792	49	198
2013	9.610	801	50	200
2014	9.718	810	51	202
2015	9.827	819	51	205

\*Se estimó que de los 7 días de la semana 4 de ellos tendrán una mayor afluencia de visitas

Las fuentes de ingresos de este proyecto provienen de los siguientes servicios:

- Entrada a la hacienda
- Alquiler del local para eventos
- Paseo en bicicletas
- Paseo en botes
- Paseo en bicicletas acuáticas
- Cabalgata a caballo
- Venta de comida

La demanda de entradas para la hacienda, es considerando que, de las familias que se proyectan para cada año que visiten la hacienda, dos miembros de ella cancelan el valor de la entrada, ya que las demás personas se proyecta sean niños, los que no pagan valor de entrada.

**TABLA # 29**

**Nº de Personas**

Año	Demanda de entradas
2011	18.795
2012	19.006
2013	19.220
2014	19.435
2015	19.653

El alquiler de local para eventos, se pronostica que en cada semana se alquilará por lo menos 1 vez, es decir al tener 12 semanas el año, resulta una demanda anual de 48 alquileres para eventos, demanda que se considera constante durante los 5 años, ya que la capacidad de la infraestructura es la misma.

## TABLA # 30

### ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ALQUILER PARA EVENTOS DE LA HACIENDA

AÑO	D. Anual	D. mensual
2011	48	4
2012	48	4
2013	48	4
2014	48	4
2015	48	4

*\*Se estima que se alquilara el local 1 vez por semana lo que significa 4 alquileres para eventos al mes*

Para la estimación de la demanda de los servicios que se van a ofrecer, se basó en el análisis de las encuestas realizadas, en donde se obtuvieron porcentajes de aceptación de cada tipo de servicio, el cual se multiplicó por el número de familias que se pronosticaron que acudirán a la hacienda.

Es decir, no todas las familias harán uso de las distintas actividades que se ofrecen; además la demanda estimada para las cabalgatas, botes, bicicletas acuáticas y bicicletas normales, se hizo bajo el criterio que de las familias segmentadas, solo un miembro de cada una de ellas pagará por el servicio ofertado.

En relación a las ventas de platos de comida, se calculó que el 73% de las familias visitantes harán consumo, de las cuales dos miembros de cada una de ellas en realidad comprarán.

## TABLA # 31

Demanda (personas)	62%	64%	41%	41%	73%
Año	Cabalgatas*	Botes*	Bicicleta Acuática*	Bicicleta*	Plato de Comida'
2011	5.827	6.015	3.853	3.853	13.721
2012	5.892	6.082	3.896	3.896	13.875
2013	5.958	6.150	3.940	3.940	14.030
2014	6.025	6.219	3.984	3.984	14.188
2015	6.093	6.289	4.029	4.029	14.347

*\* Del % de familias, únicamente una persona de cada familia hace uso del servicio de cabalgatas, botes, bicicletas acuáticas y bicicletas normales.*

*" Del % de familias, únicamente 2 personas de cada familia consumen alimentos en el interior de la hacienda*

Los precios a cobrar evolucionaran de la siguiente manera:

**TABLA # 32**

Año	Precio/entrada x persona
2011	\$ 3,50
2012	\$ 4,00
2013	\$ 4,50
2014	\$ 5,00
2015	\$ 5,50

**TABLA # 33**

Año	Precio/Alquiler
2011	\$ 300,00
2012	\$ 350,00
2013	\$ 400,00
2014	\$ 450,00
2015	\$ 500,00

**TABLA # 34**

Precio x personas x 1/2 hora

Incremento	\$ 1,00	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25
Año	Cabalgatas	Botes	Bicicleta Acuática	Bicicleta	Plato de Comida
2011	\$ 7,00	\$ 4,00	\$ 3,50	\$ 2,50	\$ 4,00
2012	\$ 8,00	\$ 4,25	\$ 3,75	\$ 2,75	\$ 4,25
2013	\$ 9,00	\$ 4,50	\$ 4,00	\$ 3,00	\$ 4,50
2014	\$ 10,00	\$ 4,75	\$ 4,25	\$ 3,25	\$ 4,75
2015	\$ 11,00	\$ 5,00	\$ 4,50	\$ 3,50	\$ 5,00

## 5.2.2. Costos de Producción

Dado que el proyecto es estrictamente de promoción turística de la hacienda en el cantón Daule, no existe ningún proceso de producción pues al no tratarse de un producto de comercialización no es necesario abordar este punto; por ende no habrá costos de producción, ya que es un servicio el que se va a ofrecer.

## 5.2.3 Gastos Operacionales

En este rubro importante para el flujo de caja, se consideran a los gastos de publicidad, gastos de administración, gastos de servicios básicos y gastos de mantenimiento.

Para este caso de promoción turística, es necesario e importante describir los gastos de publicidad ya que sin estos no tendría valor la propuesta turística. La campaña de promoción turística que se implantará en Daule y Guayaquil consistirá en la difusión de la hacienda por medios escritos, medios televisivos y medios radiales. Se detalla los gastos a incurrir en publicidad al 2011, los cuales año a año intensificarán la imagen de la Hacienda en el mercado.

**TABLA # 35**  
**GASTOS DE PUBLICIDAD**

Medio de Difusión	Detalle	Costo Unit	Cantidad	Costo Annual
Canal 3 StartTV	cuña de 45sg.	\$ 250	32	\$ 8.000,00
Canal Tc Television	cuña de 45sg.	\$ 800	20	\$ 16.000,00
Radio Sideral	cuña de radio	\$ 100	5	\$ 500,00
Radio Morena	cuña de radio	\$ 250	5	\$ 1.250,00
Diario Hola Daule	1/2 página	\$ 100	12	\$ 1.200,00
Diario El Comercio	1/2 página	\$ 250	12	\$ 3.000,00
Valla publicitaria	10x4 mts.	\$ 6.000	2	\$ 12.000,00
Banners		\$ 15	12	\$ 180,00
Volantes a todo color	1.000 u.	\$ 80	24	\$ 1.920,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 44.050,00</b>

*StartTv.: 4 veces al mes x 8 meses*

*Tc Tv.: 4 veces al mes x 5 meses*

En lo que se refiere al personal requerido se detalla los sueldos a recibir durante el primer año de operaciones los cuales incrementarán en un 5% y por ende los beneficios sociales respectivos.

**TABLA # 36**

<b>GASTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				
<b>Nº</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cant</b>	<b>Remun.</b>	<b>Total</b>
1	Asistentes de Boletería	2	\$ 228	456
2	Recepcionista	1	\$ 240	240
3	Contador	1	\$ 400	400
4	Oficiales de Servicio al Cliente para área de caballos	2	\$ 228	456
5	Oficial de Servicio al Cliente para área de botes	1	\$ 228	228
6	Oficial de Servicio al Cliente para área de ciclismo	1	\$ 228	228
7	Guardias de Seguridad	2	\$ 300	600
8	Conserjes	3	\$ 228	684
9	Jardinero	1	\$ 150	150
10	Meseros	2	\$ 228	456
11	Cocineros	3	\$ 350	1.050
<b>TOTAL</b>		<b>19</b>		<b>\$ 4.948,00</b>

**TABLA # 37**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>SUELDOS</b>	<b>\$ 4.948,00</b>	<b>\$ 5.195,40</b>	<b>\$ 5455,17</b>	<b>\$ 5727,93</b>	<b>\$ 6014,33</b>
<b>APORTE PATRONAL-IECE-SECAP 12.15%</b>	\$ 601,18	\$ 631,24	\$ 662,80	\$ 695,94	\$ 730,74
<b>VACACIONES</b>	\$ 206,17	\$ 216,48	\$ 227,30	\$ 238,66	\$ 250,60
<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	\$ 412,33	\$ 432,95	\$ 454,60	\$ 477,33	\$ 501,19
<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	\$ 380,00	\$ 395,83	\$ 411,67	\$ 427,50	\$ 443,33
<b>FONDO DE RESERVA</b>			\$ 454,42	\$ 477,14	\$ 500,99
<b>TOTAL BENEFICIOS SOCIALES</b>	<b>\$ 1.599,68</b>	<b>\$ 1.676,50</b>	<b>\$ 2.210,78</b>	<b>\$ 2.316,57</b>	<b>\$ 2.426,86</b>
<b>TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS SOCIALES</b>	<b>\$ 6.547,68</b>	<b>\$ 6.871,90</b>	<b>\$ 7.665,95</b>	<b>\$ 8.044,50</b>	<b>\$ 8.441,18</b>

Lo detallado a continuación corresponde a gastos de alimentación de los animales de la hacienda

**TABLA # 38**

<b>Total de aves</b>	<b>18</b>
Maiz	\$ 1.296,00
Balanceado	\$ 3.888,00
<b>Total alimentación de aves</b>	<b>\$ 5.184,00</b>

**TABLA # 39**

<b>Total de Caballos</b>	<b>5</b>
Alimentación	\$ 6.000,00
Vitaminas y otros	\$ 3.600,00
<b>Total alimentación de caballos</b>	<b>\$ 9.600,00</b>

Estos gastos relacionados al sustento de los animales, se incrementaron en un 1% para cada año.

Los gastos de constitución y puesta en marcha, son gastos en los que se debe incurrir cada año, para que la empresa continúe en funcionamiento bajos los parámetros de la ley, estos gastos se los ha mantenido constante en el tiempo.

#### **TABLA # 40**

##### **GASTOS DE CONSTITUCION Y PUESTA EN MARCHA**

Patente	100
Permisos de funcionamiento	90
<b>Total</b>	<b>\$ 190,00</b>

Para mantenimiento de los activos y de las instalaciones en general, se requiere realizar mantenimiento a los diferentes activos:

#### **TABLA # 41**

##### **GASTOS DE MANTENIMIENTO**

Mantenimiento de Infraestructura	6.745,79
Mantenimiento/Muebles y Enseres	859,30
Mantenimiento/ Eq. de Computación	245,76
Mantenimiento de Equipos	78,86
<b>Subtotal Mantenimiento</b>	<b>7.929,71</b>

Entre otros gastos operativos se encuentran los siguientes, estos incrementan en un 1% en cada año.

#### **TABLA # 42**

##### **OTROS GASTOS**

Suministros de Oficina	2.400,00
Suministros de Limpieza	3.600,00
Gasto de Luz, agua, teléfono	9.600,00
Gastos para preparación de comida	41.161,97
Gasto de alimentación-aves	5.184,00
Gasto de alimentación-caballos	9.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>71.545,97</b>

### 5.3. Depreciación de Activos Fijos

Los activos fijos presupuestados para adquirir, como es normal, tendrán una pérdida en su valor, ya que estos son utilizados para operar y generar rentabilidad, por tal razón una vez cumplido su periodo de uso se desgastan con el tiempo. Por lo expuesto, en este estudio se utiliza el método de depreciación en línea recta que es el más sencillo y más utilizado por las empresas, que consiste en dividir el valor del activo para la vida útil del mismo, la que fue detallada en el análisis técnico.

Después de calculado lo anterior, se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, este último resulta de la resta del costo inicial del activo fijo menos la depreciación acumulada.

Se detalla la depreciación de los activos que se obtendrán para operar:

**TABLA # 43**

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS						
Años de vida	Tipo de Activo	2011	2012	2013	2014	2015
20	Infraestructura	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46
10	Muebles y Enseres	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60
3	Equipos de Computación	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00
5	Equipos	788,60	788,60	788,60	788,60	788,60
5	Depreciación Granja	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40

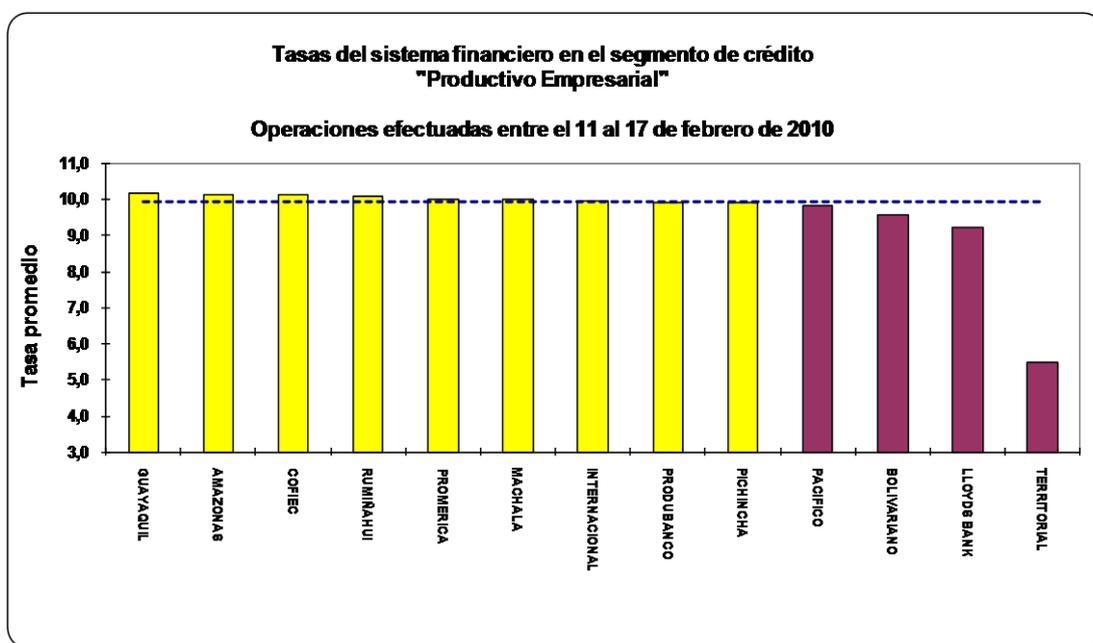
### 5.4. Estructura de Financiamiento

El proyecto de Restauración de la Hacienda “Villa Graciela”, se planifica sea financiado un 25% por su propietaria Beatriz Aurora Ronquillo Rivas de Lara y el 75% restante a través de un préstamo productivo empresarial.

Este tipo de préstamo categorizado según el Banco Central del Ecuador, se fundamenta en operaciones de crédito, cuyo monto por operación y saldo adeudado en créditos productivos a la institución financiera sea superior a USD 200.000 hasta USD 1.000.000, otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplen los parámetros de definición del crédito productivo. Además este segmento de crédito fue creado en el mes de agosto del 2009, que partir de entonces tiene una tasa de interés promedio del 9,90%.

Existen varias entidades bancarias que ofrecen préstamos productivos empresariales, como el Banco Bolivariano, Banco del Pacífico, Banco del Pichincha, Banco Amazonas, Banco de Guayaquil, etc., y como se puede observar en el gráfico la tasa de interés de las operaciones efectuadas entre el 11 al 27 de febrero del 2010, es de 9,92%, la que se utilizará para este análisis.

**GRÁFICO # 18**



\* La tasa promedio de cada institución financiera en cada segmento es ponderado por el volumen de crédito.

Fuente: Banco Central del Ecuador

A continuación se detalla los montos de inversión a ser financiados:

**TABLA # 44**

<b>Inversión</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>A financiar</b>	<b>Total de Inversión</b>
Inversión en Infraestructura	59.317,72	277.971,53	337.289,25
Inversión en Activos Fijos	33.689,00	0,00	33.689,00
Inversión en Const. Legal	500,00	0,00	500,00
Capital de trabajo	0,00	2.548,62	2.548,62
<b>Total de la inversión =</b>	<b>\$93.506,72</b>	<b>\$280.520,15</b>	<b>\$374.026,87</b>
	<b>25%</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

## 5.5. Flujo de Caja

El Flujo de Caja muestra si un proyecto tendrá ingresos suficientes para su ejecución y si los márgenes de utilidad serán en la cantidad requerida para pagar deudas, financiar expansiones futuras y dividendos a los socios, si estos existieren. Este análisis arrojará datos sobre la seguridad de recuperación de la inversión que el proyecto de factibilidad tiene y será la base para negociar financiamiento y atraer inversionistas.

El Flujo de Caja consta de los ingresos operacionales, los gastos de administración y de personal suministros, servicios básicos, alimentación de animales, mantenimiento, así como los gastos de depreciación, gastos de publicidad, y financieros de ser el caso del flujo con financiamiento, además se puede observar el efecto en los flujos anuales futuros al incluir la Inversión Inicial, el Capital de Trabajo así como el valor de desecho de los activos, los mismos que se determinarán al restar de la Utilidad estos rubros antes mencionados , pero sumando el beneficio obtenido por los activos fijos desgastados al final de su vida útil cuando corresponda, el gasto de depreciación cada año, el capital de trabajo y el valor en libros que se incluyen al final del horizonte de planeación.

Para analizar de mejor manera la factibilidad de llevar a cabo el proyecto, se ha realizado dos tipos de flujo de efectivo:

1. Uno puro o también llamado flujo del inversionista, y **(ANEXO # 19)**
2. Otro con financiamiento. **(ANEXO # 20)**

## 5.6. Evaluación de Factibilidad

### 5.6.1. TMAR

La TMAR es la tasa de descuento empleada en la actualización de flujos de caja, esta variable es una de las influyentes al momento de evaluar el proyecto.

Para este proyecto se han proyectado dos flujos de efectivo, uno con financiamiento y otro sin financiamiento, para la cual se requiere calcular tasas de descuento diferentes:

#### WACC (Flujo sin deuda)

Para determinar el WACC (Weighted Average Cost of Capital) o CPP, se usó la siguiente fórmula, con los datos que se detallan:

**TABLA # 45**  
**WACC =  $Re \cdot e + Rd \cdot d(1-T)$**

Datos	
Pasivos = d	75%
Patrimonio = e	25%
Tasa del Banco = Rd	9,92%
Tasa del Inversionista = Re	12%
Impuesto = T	25,00%

Resultó una TMAR de 8,58%, tasa a utilizar para descontar el flujo de efectivo puro o sin financiamiento.

### CAPM (Flujo con deuda)

Para calcular la tasa de descuento para el flujo con financiamiento se utilizó la fórmula del CAPM:

### TABLA # 46

$$\text{CAPM} = R_f + B^* (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$$

DATOS	
Tasa de Retorno Libre de Riesgo = $R_f$	2,46%
Coefficiente Beta = B	1,25
Premio del Retorno Esperado = $(R_m - R_f)$	6,00%
Riesgo País	8,10%

Para la tasa de retorno libre de riesgo se tomo la tasa de interés de los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos (2,46%).

### TABLA # 47

BONOS DEL TESORO DE ESTADOS UNIDOS - TNA (TASA NOMINAL ANUAL)							
	21/02/10	31/01/10	31/12/09	30/09/09	30/06/09	31/03/09	31/12/08
3 meses	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61
6 meses	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79
2 años	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76
5 años	<b>2,46</b>	2,34	2,71	2,31	2,55	1,66	1,51
10 años	3,78	3,60	3,87	3,31	3,53	2,66	2,13
30 años	4,71	4,51	4,66	4,05	4,33	3,54	2,59

El riesgo país del Ecuador que actualmente registra el Banco Central del Ecuador es del 8,10%; tal como se muestra en la tabla:

**TABLA # 48**  
**RIESGO PAÍS - ECUADOR**

FECHA	VALOR
Febrero-17-2010	<b>810.00</b>
Febrero-16-2010	818.00
Febrero-15-2010	815.00
Febrero-12-2010	815.00
Febrero-11-2010	811.00
Febrero-10-2010	810.00
Febrero-09-2010	817.00
Febrero-08-2010	816.00
Febrero-05-2010	820.00
Febrero-04-2010	812.00
Febrero-03-2010	801.00
Febrero-02-2010	806.00
Febrero-01-2010	804.00
Enero-29-2010	806.00
Enero-28-2010	801.00
Enero-27-2010	779.00
Enero-26-2010	782.00
Enero-25-2010	781.00
Enero-22-2010	783.00
Enero-21-2010	793.00
Enero-20-2010	751.00

### 5.6.2. VAN

Al descontar los flujos de efectivo con la tasa respectiva, se obtuvieron los siguientes resultados:

**TABLA # 49**

DETALLE	VAN	TMAR
Flujo Puro	\$ 133.773,59	8,58%
Flujo con financiamiento	\$ 72.581,04	18,06%

Como se observa ambos son valores mayores a cero, lo que indica que es viable el proyecto, sin embargo el flujo puro, refleja mayor retorno, pero hay que recalcar que la tasa de descuento es menor a la del flujo con financiamiento, lo que no nos permite decidir claramente hasta el momento que opción escoger.

### 5.6.3. TIR

La TIR, como su nombre lo indica: Tasa Interna de Retorno, mide la rentabilidad del proyecto. En este proyecto resultaron las siguientes cifras:

**TABLA # 50**

DETALLE	TIR	TMAR
Flujo Puro	18,12%	8,58%
Flujo con financiamiento	34,12%	18,06%

Para ambos flujos de efectivo, la TIR es mayor a la TMAR, lo que indica los proyectos son rentables, sin embargo podemos notar, que el flujo con financiamiento tiene una mayor tasa de retorno que el flujo puro.

Por lo tanto con lo analizado, se puede determinar que el modelo de proyecto más conveniente es el flujo con financiamiento.

### 5.7. Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación o payback sirve para conocer el tiempo que se espera recuperar la inversión que se va a realizar, la cual se calcula de acuerdo a la tasa de descuento correspondiente a cada flujo.

**TABLA # 51**

DETALLE	PAYBACK (años)	TMAR
Flujo Puro	4,61	8,58%
Flujo con financiamiento	4,08	18,06%

**TABLA # 52**

PAYBACK FLUJO PURO	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	-374.026,87	65.030,25	79.558,14	81.892,27	109.169,96	359.059,56
Flujo de Efectivo Descontado	-374.026,87	58.062,72	63.423,26	58.289,30	69.379,49	203.740,04
Flujo Descontado Acumulado	-374.026,87	-315.964,14	-252.540,88	-194.251,59	-124.872,10	78.867,94

Periodo de Recuperación = 4,61 años  
4 años 7 meses

**TABLA # 53**

PAYBACK FLUJO CON FINANCIAMIENTO	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	-93.506,72	1.268,42	14.141,37	14.656,38	39.934,52	287.626,19
Flujo de Efectivo Descontado	-93.506,72	1.268,42	14.141,37	14.656,38	39.934,52	287.626,19
Flujo Descontado Acumulado	-93.506,72	-92.238,29	-78.096,93	-63.440,55	-23.506,03	264.120,16

Periodo de Recuperación = 4,08 años  
4 años 1 mes

El periodo de recuperación de la inversión más corto es de 4 años 1 mes, que es el flujo con financiamiento.

Por lo tanto, la TIR y el periodo de recuperación explican que el uso del financiamiento resulta ser mejor para llevar a cabo el proyecto.

## 5.8. Análisis de Sensibilidad

Para este análisis se tomaron como variables a modificar: los precios de los servicios que se ofertarán, y la demanda; y como variables a proyectar: VAN y TIR, tanto para el flujo puro como con financiamiento.

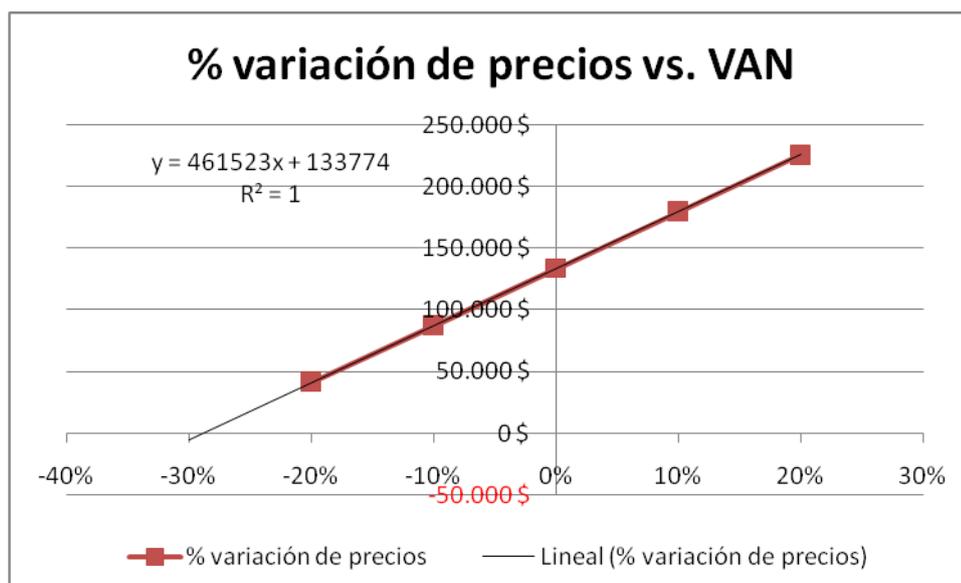
A los precios se le hicieron reducciones en 20% (Muy Pesimista), y 10% (Pesimista), y también aumentos en 10%(Optimista) y 20% (Muy Optimista).

**TABLA # 54**  
**Flujo De Efectivo Puro**

Resumen de escenario Flujo de Efectivo Puro					
	Valores actuales:	Muy Pesimista	Pesimista	Optimista	Muy Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>					
Precio/entrada x persona	\$ 3,50	\$ 2,80	\$ 3,15	\$ 3,85	\$ 4,20
Precio/Alquiler	\$ 300,00	\$ 240,00	\$ 270,00	\$ 330,00	\$ 360,00
Cabalgatas	\$ 7,00	\$ 5,60	\$ 6,30	\$ 7,70	\$ 8,40
Botes	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 3,60	\$ 4,40	\$ 4,80
Bicicleta Acuática	\$ 3,50	\$ 2,80	\$ 3,15	\$ 3,85	\$ 4,20
Bicicleta	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,25	\$ 2,75	\$ 3,00
Plato de Comida	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 3,60	\$ 4,40	\$ 4,80
<b>Celdas de resultado:</b>					
VAN =	\$ 133.773,59	\$ 41.468,90	\$ 87.621,24	\$ 179.925,94	\$ 226.078,28
TIR =	18,12%	11,56%	14,85%	21,37%	24,60%
% variación de precios	0,00%	-20,00%	-10,00%	10,00%	20,00%

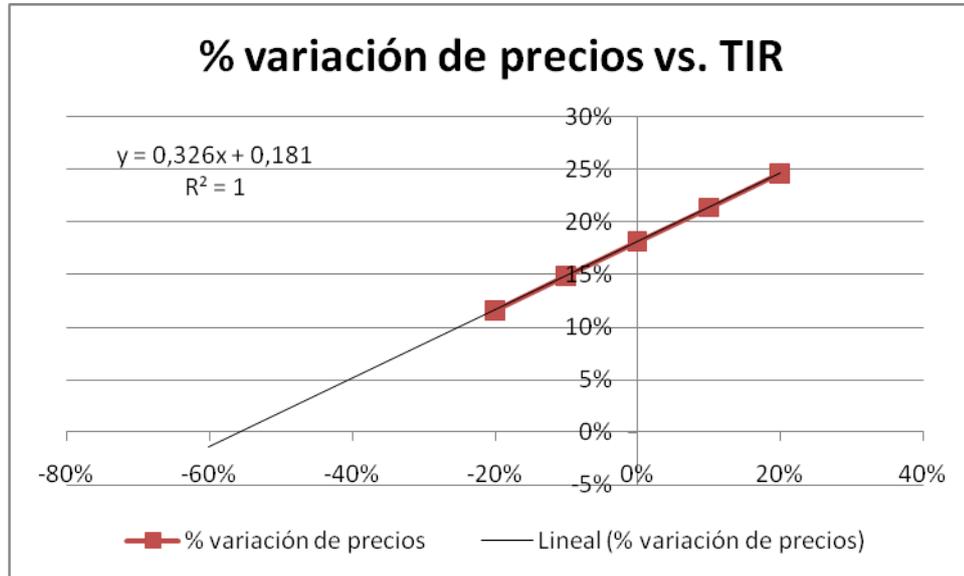
Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

**GRÁFICO # 19**



Según la línea de tendencia que se realizó, cuando se reduzcan los precios en 30% se obtendrán un VAN de cero.

**GRÁFICO # 20**



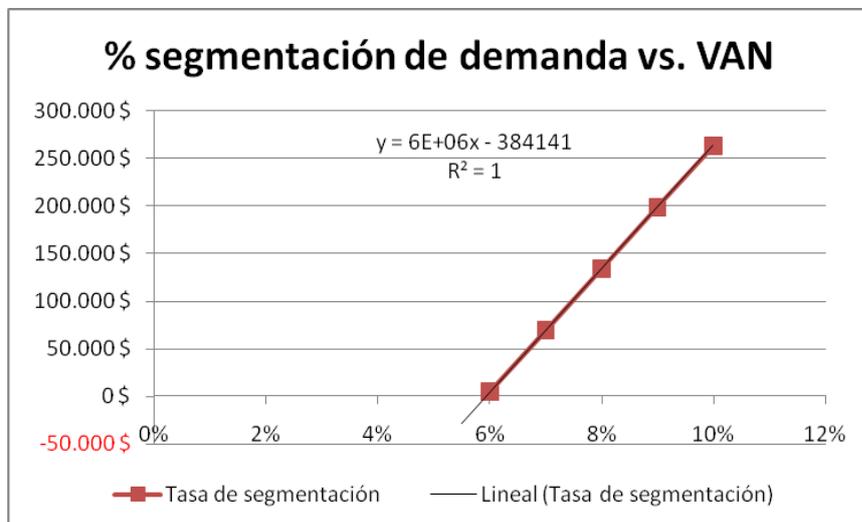
Si se reducen los precios en 60% aproximadamente se obtendrá una TIR de 0%

**TABLA # 55**

Resumen de escenario					
	Valores actuales:	Muy Pesimista	Pesimista	Optimista	Muy Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>					
Tasa de Segmentación Daule	8%	6%	7%	9%	10%
Tasa de Segmentación Guayaquil	8%	6%	7%	9%	10%
<b>Celdas de resultado:</b>					
VAN =	\$ 133.773,59	\$ 4.294,99	\$ 69.034,29	\$ 198.512,89	\$ 263.252,19
TIR =	18,12%	8,89%	13,57%	22,57%	26,92%

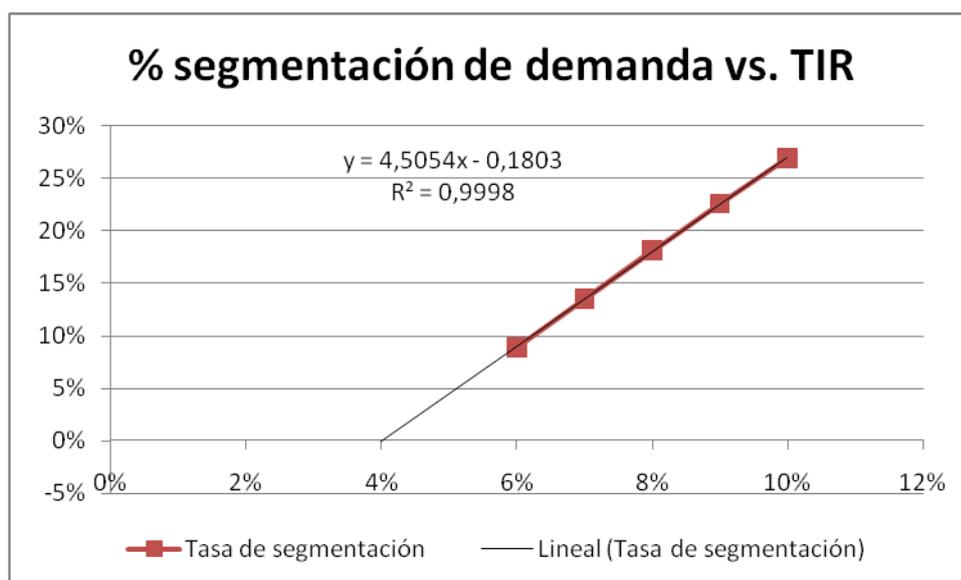
Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

**GRÁFICO # 21**



La tasa de segmentación que se tomo para el proyecto es del 8% de la demanda potencial de Daule y Guayaquil, si esta se reduce a 6% aproximadamente el VAN sería cero.

**GRÁFICO # 22**



Con una tasa de segmentación del 4% aproximadamente la TIR resulta ser 0%

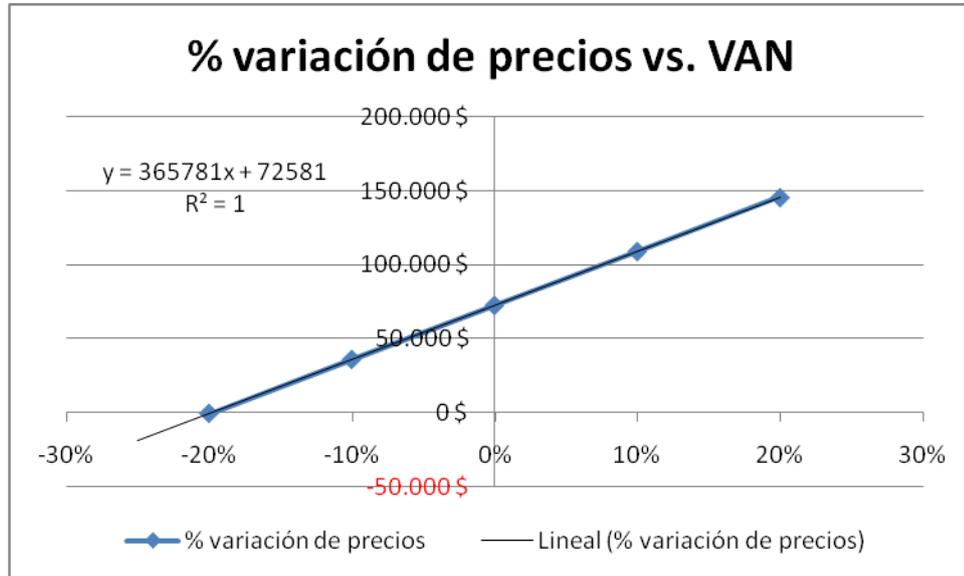
**TABLA # 56**

**Flujo de Efectivo con Financiamiento**

Resumen de escenario Flujo de Efectivo con Financiamiento					
	Valores actuales:	Muy Pesimista	Pesimista	Optimista	Muy Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>					
Precio/entrada x persona	\$ 3,50	\$ 2,80	\$ 3,15	\$ 3,85	\$ 4,20
Precio/Alquiler	\$ 300,00	\$ 240,00	\$ 270,00	\$ 330,00	\$ 360,00
Cabalgatas	\$ 7,00	\$ 5,60	\$ 6,30	\$ 7,70	\$ 8,40
Botes	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 3,60	\$ 4,40	\$ 4,80
Bicicleta Acuática	\$ 3,50	\$ 2,80	\$ 3,15	\$ 3,85	\$ 4,20
Bicicleta	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,25	\$ 2,75	\$ 3,00
Plato de Comida	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 3,60	\$ 4,40	\$ 4,80
<b>Celdas de resultado:</b>					
VAN =	\$ 72.581,04	<b>-\$ 575,24</b>	\$ 36.002,90	\$ 109.159,18	\$ 145.737,32
TIR =	34,12%	17,94%	25,82%	42,82%	51,92%
% variación de precios	0,00%	-20,00%	-10,00%	10,00%	20,00%

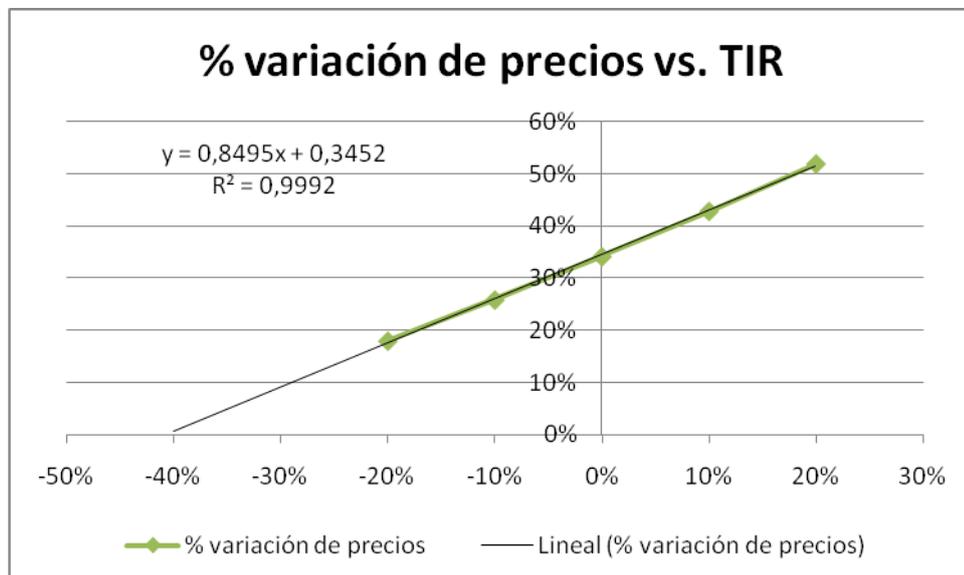
Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

**GRÁFICO # 23**



Al reducir los precios en 20% el VAN es de cero.

**GRÁFICO # 24**

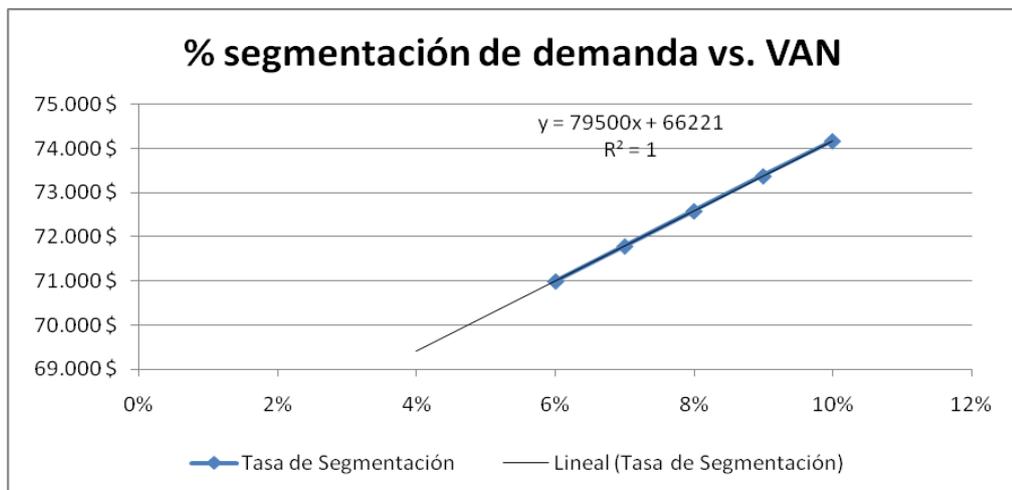


Para obtener una TIR del 0% se tendría que reducir los precios en 40%.

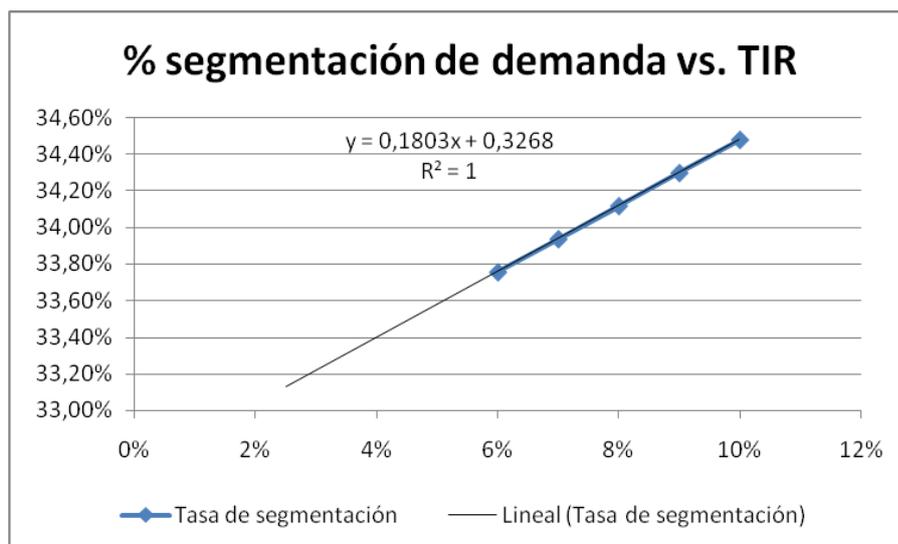
Resumen de escenario Flujo de Efectivo con Financiamiento					
	Valores actuales:	Muy Pesimista	Pesimista	Optimista	Muy Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>					
Tasa de Segmentación Daule	8%	6%	7%	9%	10%
Tasa de Segmentación Guayaquil	8%	6%	7%	9%	10%
<b>Celdas de resultado:</b>					
VAN =	\$ 72.581,04	\$ 70.991,03	\$ 71.786,04	\$ 73.376,04	\$ 74.171,04
TIR =	34,12%	33,76%	33,94%	34,30%	34,48%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

## GRÁFICO # 25



Si se considera una tasa de segmentación del 4% aproximadamente, el VAN sería cero.



Si se toma la tasa de segmentación de 2% la TIR resulta 0%

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Dado que en el Ecuador el turismo es un mercado en crecimiento, y cada vez se busca explotar los recursos naturales que nuestro país posee, con el fin de generar más empleo y riqueza, este proyecto debe considerarse para su ejecución.
2. La aceptación de la población es muy favorable para la ejecución de este proyecto, tanto por los servicios que se planean ofrecer como por las características del mismo.
3. El segmento clave a satisfacer son las familias de clase social media-alta a alta, debido a que valoran el buen servicio que se va a ofrecer y están dispuestos a pagar por él.
4. Los servicios que se provee que los turistas más consuman son: la venta de comidas, cabalgatas, y los paseos en bote.
5. La demanda de este proyecto se estima en 9.398 familias al año para el primer año, cifra importante y atractiva para operar en esta industria.
6. Para llegar a los clientes, se llegará a través de la estrategia de diferenciación, brindando uno de los mejores servicios al cliente y actividades novedosas para los turistas.
7. El proyecto, ya sea que se ejecute con o sin financiamiento resulta ser viable, esto lo demostró el análisis del VAN, TIR y Payback.
8. Es más conveniente usar el financiamiento, con una TIR del 34,12%, periodo de recuperación del 4 años 1 mes y el VAN de \$ 72.581,04 descontado con una TMAR de 18,06%.

9. Puede considerarse la implementación de nuevos servicios en la hacienda, dado que existe la capacidad para extender el área de infraestructura mediante una inversión en la misma.
10. La publicidad se podría empezar a llevar a cabo antes de que la hacienda se encuentra reestructurada y lista para operar, de esta manera se da a conocer mucho antes del sitio y se podrían obtener mejores resultados al empezar a atender al público.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros**

- i. “Ley del Régimen Tributario Interno del Ecuador”. Ecuador. EDYPE
- ii. KOTLER, PHILLIP Y ARMSTRONG, GARY (2003), “Fundamentos de Marketing”. PEARSON. Sexta edición.
- iii. STANTON, ETZEL Y WALTER (2000), “Fundamentos de Marketing”. Ed. Mc. Graw Hill. Décimo Primera Edición.
- iv. DOUGLAS R. EMERY, JOHN D. FINNERTY, “Administración Financiera Corporativa” (2000). Prentice Hall.

### **Paginas Web**

[http://www.portfoliopersonal.com/Tasa\\_Interes/hTB\\_TIR.asp](http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp)

[www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec)

[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

[www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

[www.municipiodedaule.gov.ec](http://www.municipiodedaule.gov.ec)

[www.visitaecuador.com/costa.php](http://www.visitaecuador.com/costa.php)

[www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec)

# ANEXOS



# ANEXO # 1



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

¡Su opinión y tiempo es muy valioso para nosotros! Somos estudiantes de la ESPOL y estamos interesados en obtener información para la elaboración de un proyecto que consiste en la Restauración de la Hacienda Villa Graciela ubicada en el cantón Daule, para considerarla medio de desarrollo turístico de dicho cantón.

- 1) Género:  Femenino  Masculino
- 2) Edad: \_\_\_\_\_
- 3) Estado Civil:  Soltero  Casado  Divorciado
- 4) Número de hijos:  1  2  3  Otros, especifique \_\_\_\_\_
- 5) Sector donde vive:  Norte  Sur  Oeste
- 6) Aproximadamente ¿Cuál es su salario mensual?  
(Por Salarios, negocio propio, arriendos, etc.) \_\_\_\_\_
- 7) ¿Con qué frecuencia suele visitar lugares turísticos o de diversión?  
 Todos los fines de semana  1 vez cada mes   
 Feriados  1 vez al año   
 Otros  Especifique \_\_\_\_\_
- 8) ¿Cuál es el número de personas que suelen acompañarlo a los lugares turísticos que visita?  
 1 - 2  3 - 4  5 - 6  6 o más
- 9) ¿Cuál es el monto que invierte en el lugar turístico al que acude?
- 10) ¿Ha visitado alguna hacienda?  Sí Especifique .....  No
- 11) De las haciendas visitadas, ¿qué aspectos son los que lo motivan para visitar? Señale 2  
 Descanso   
 Novedad   
 Ocio   
 Tranquilidad   
 Otro: Especifique .....
- 12) Considerando una escala del 1 al 5, indique según su criterio el grado de importancia de cada aspecto en el desarrollo de una hacienda  

1 Nada importante	2 Poco importante	3 Neutral	4 Importante	5 Muy importante
-------------------	-------------------	-----------	--------------	------------------

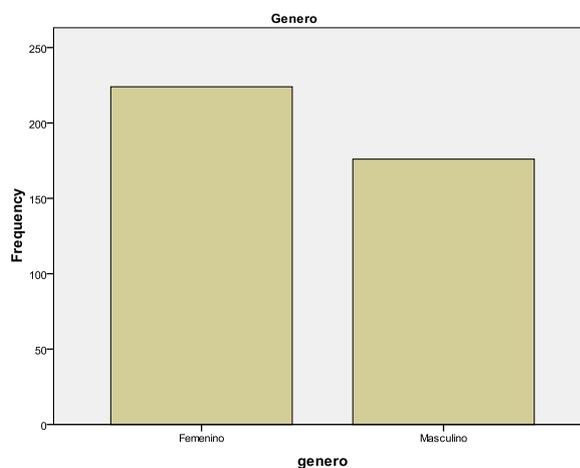
Atención al turista	<input type="checkbox"/>
Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>
Aseo	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>
Otros, especifique.....	<input type="checkbox"/>
- 13) ¿Qué le gustaría que tenga una hacienda para que sea más atractiva?  

Cabalgatas	<input type="checkbox"/>	Restaurant	<input type="checkbox"/>
Paseos en botes	<input type="checkbox"/>	Hamacas	<input type="checkbox"/>
Bicicletas acuáticas	<input type="checkbox"/>	Granja	<input type="checkbox"/>
Jardín	<input type="checkbox"/>	Otro, indique _____	
- 14) ¿Estaría dispuesto a visitar una hacienda ubicada en el Cantón Daule?  Sí  No
- 15) ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir en su visita?  
 De \$5,00 a \$15,00  De \$16,00 a \$20,00  \$21,00 en adelante
- 14) ¿Le gustaría que la hacienda cuente con un área para realizar eventos sociales?  Sí  No
- 15) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de un local para eventos sociales?  
 De \$200 a \$250  De \$300 a \$350  Mayor a \$400

¡Muchas Gracias por su colaboración!

## ANEXO # 2

- **Frecuencia de sexo**



## ANEXO # 3

- **Frecuencia edad**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lower-25	65	16,3	16,3	16,3
	26-35	99	24,8	24,8	41,0
	More than 36	236	59,0	59,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

## ANEXO # 4

- **Frecuencia de visitar a lugares de esparcimiento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Todos los fines de semana	63	15,8	15,8	15,8
	Feridos	185	46,3	46,3	62,0
	1 vez cada mes	88	22,0	22,0	84,0
	1 vez al año	45	11,3	11,3	95,3
	Otros	19	4,8	4,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

## ANEXO # 5

- **Frecuencia de visita haciendas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Si	296	74.0	74.0	74.0
	No	104	26.0	26.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## ANEXO # 6

- **Número de hijos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	0	88	22.0	22.0	22.0
	1	72	18.0	18.0	40.0
	2	151	37.8	37.8	77.8
	3	55	13.8	13.8	91.5
	4	28	7.0	7.0	98.5
	5	5	1.3	1.3	99.8
	7	1	.3	.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## ANEXO # 7

- **Sector donde vive**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Norte	228	57.0	57.0	57.0
	Sur	113	28.3	28.3	85.3
	Centro	37	9.3	9.3	94.5
	Otro	22	5.5	5.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## ANEXO # 8

- **Motivos para visitar una hacienda**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
<b>Valid</b>	Descanso	218	54,5	73,6	73,6
	Novedad	56	14,0	18,9	92,6
	Ocio	7	1,8	2,4	94,9
	Tranquilidad	15	3,8	5,1	100,0
	Total	296	74,0	100,0	
<b>Missing</b>	System	104	26,0		
Total		400	100,0		

## ANEXO # 9

### PRUEBAS DE HIPÓTESIS

**H0:** No es importante

**H1:** Si es importante

#### Statistics

		Grado de importancia de la atención al cliente para el desarrollo de una hacienda	Grado de importancia de la infraestructura para el desarrollo de una hacienda	Grado de importancia del aseo para el desarrollo de una hacienda	Grado de importancia de la publicidad para el desarrollo de una hacienda	Grado de importancia de la gastronomía para el desarrollo de una hacienda	Grado de importancia de algún otro aspecto para el desarrollo de una hacienda
N	Valid	398	398	400	400	398	8
	Missing	2	2	0	0	2	392
Mean		4,00	3,49	2,57	1,48	3,47	4,25
Std. Deviation		1,153	1,122	1,161	1,018	1,049	1,389
Variance		1,330	1,258	1,348	1,037	1,101	1,929

## 1. Atención al cliente

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Grado de importancia de la atención al cliente para el desarrollo de una hacienda	398	4,00	1,153	,058

### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Grado de importancia de la atención al cliente para el desarrollo de una hacienda	69,196	397	,000	4,000	3,89	4,11

## 2. Infraestructura

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Grado de importancia de la infraestructura para el desarrollo de una hacienda	398	3,49	1,122	,056

### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Grado de importancia de la infraestructura para el desarrollo de una hacienda	62,117	397	,000	3,492	3,38	3,60

### 3. Gastronomía

#### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Grado de importancia de la gastronomía para el desarrollo de una hacienda	398	3,47	1,049	,053

#### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Grado de importancia de la gastronomía para el desarrollo de una hacienda	66,056	397	,000	3,475	3,37	3,58

### 4. Aseo

#### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
grado de importancia del aseo para el desarrollo de una hacienda	400	2,57	1,161	,058

#### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
grado de importancia del aseo para el desarrollo de una hacienda	44,312	399	,000	2,573	2,46	2,69

## 5. Publicidad

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
grado de importancia de la publicidad para el desarrollo de una hacienda	400	1,48	1,018	,051

### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
grado de importancia de la publicidad para el desarrollo de una hacienda	29,112	399	,000	1,483	1,38	1,58

## ANEXO # 10

- **Características deseadas**

### Le gustaría que tenga cabalgatas la hacienda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	248	62,0	62,0	62,0
	No	152	38,0	38,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

### Le gustaría que tenga paseo en botes la hacienda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	257	64,3	64,3	64,3
	No	143	35,8	35,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

**Le gustaría que tenga bicicletas acuáticas la hacienda**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Si	166	41,5	41,5	41,5
	No	234	58,5	58,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

**Le gustaría que tenga jardín la hacienda**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Si	149	37,3	37,3	37,3
	no	251	62,8	62,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

**Le gustaría que tenga restaurant la hacienda**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Si	292	73,0	73,0	73,0
	No	108	27,0	27,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

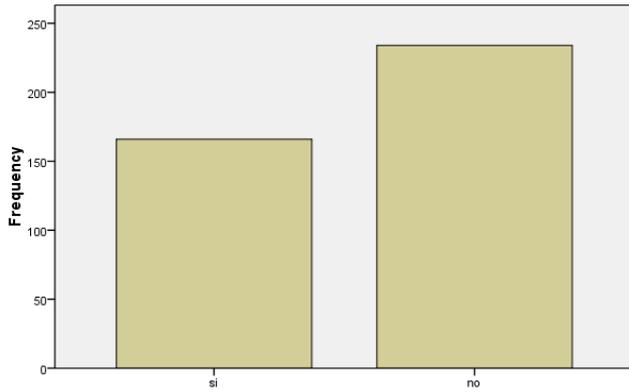
**Le gustaría que tenga hamacas la hacienda**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Si	245	61,3	61,3	61,3
	No	155	38,8	38,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

**Le gustaría que tenga granja la hacienda**

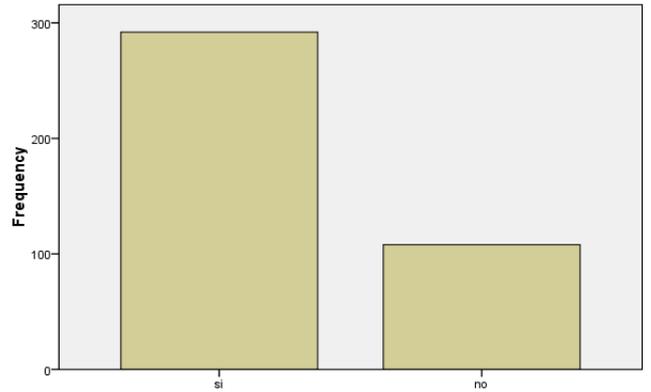
		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Si	172	43,0	43,0	43,0
	no	228	57,0	57,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

le gustaria que tenga bicicletas acuaticas la hacienda



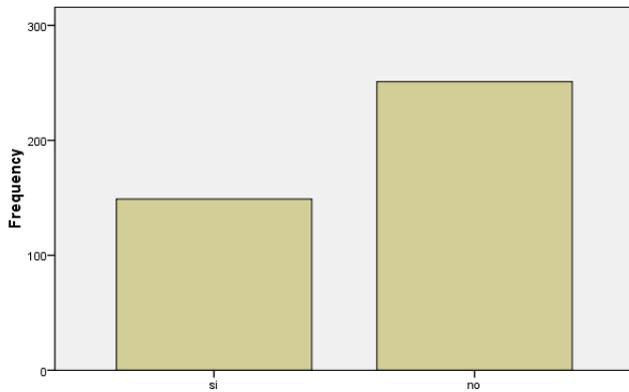
le gustaria que tenga bicicletas acuaticas la hacienda

le gustaria que tenga restaurant la hacienda



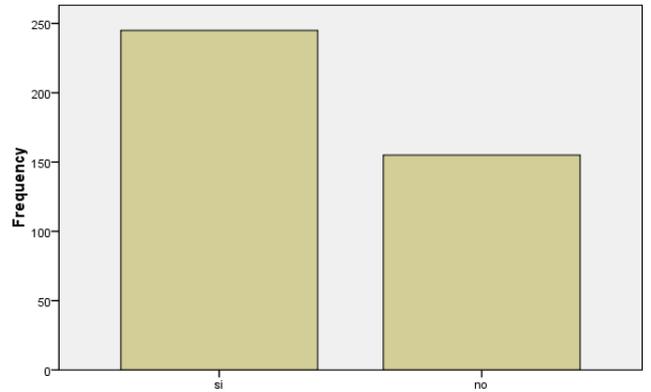
le gustaria que tenga restaurant la hacienda

le gustaria que tenga jardin la hacienda



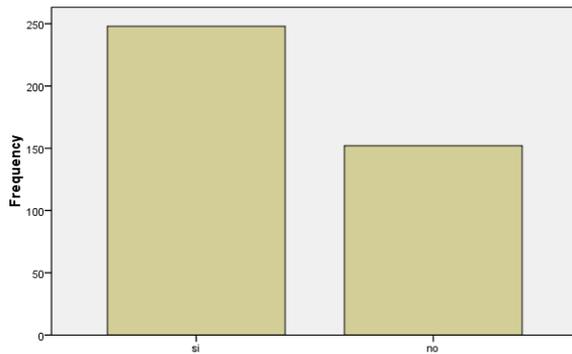
le gustaria que tenga jardin la hacienda

le gustaria que tenga hamacas la hacienda



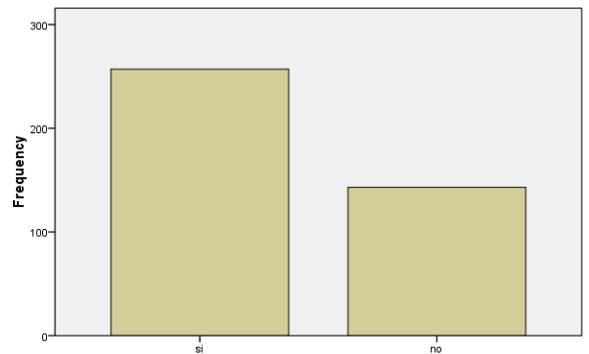
le gustaria que tenga hamacas la hacienda

le gustaria que tenga cabalgatas la hacienda



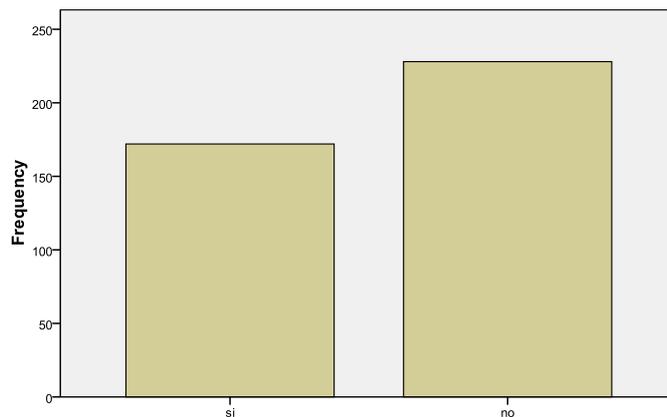
le gustaria que tenga cabalgatas la hacienda

le gustaria que tenga paseo en botes la hacienda



le gustaria que tenga paseo en botes la hacienda

le gustaria que tenga granja la hacienda



le gustaria que tenga granja la hacienda

## ANEXO # 11

### 1.- Ingreso por visita

**Visitaría una hacienda en Daule (Disposición a Consumir 2)  
Cuanto estaría dispuesto a consumir en su visita (Disposición a Pagar 1)**

#### Cross tabulation

	Cuanto estaría dispuesto a consumir en su visita (disposición a pagar 1)			Total
	\$5 - \$15	\$16 - \$20	\$21 - en adelante	
Visitaría una hacienda en Daule Si (disposición a consumir 2)	45	156	185	386
No	3	8	3	14
Total	48	164	188	400

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,015 <sup>a</sup>	2	,134
Likelihood Ratio	4,219	2	,121
Linear-by-Linear Association	3,792	1	,051
N of Valid Cases	400		

## ANEXO # 12

### 2.- Ingreso por alquiler

**Visitaría una hacienda en Daule (Disposición a consumir 2)  
Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler (Disposición a pagar 2)**

#### Crosstabulation

	Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler (Disposición a pagar 2)			Total
	\$200 - \$250	\$300 - \$350	mayor a \$400	
Visitaría una hacienda en Si Daule (disposición a consumir 2)	221	109	56	386
No	9	3	2	14
Total	230	112	58	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,340 <sup>a</sup>	2	,844
Likelihood Ratio	,355	2	,837
Linear-by-Linear Association	,133	1	,716
N of Valid Cases	400		

**ANEXO # 13**

**EVALUACIÓN DE LAS HIPÓTESIS**

- **Sexo vs Disposición a visitar**

**H0:** El sexo no influye al momento de decidir ir a visitar

**H1:** El sexo si influye al momento de decidir ir a visitar

**Genero visitaría una hacienda en Daule (Disposición a consumir 2)**

**Crosstabulation**

		Visitaría una hacienda en Daule (Disposición a		Total
		Si	no	
Genero	Femenino	220	4	224
	Masculino	166	10	176
Total		386	14	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-	Exact Sig. (2-	Exact Sig. (1-
Pearson Chi-Square	4,430 <sup>a</sup>	1	,035		
Continuity Correction <sup>b</sup>	3,351	1	,067		
Likelihood Ratio	4,462	1	,035		
Fisher's Exact Test				,052	,034
Linear-by-Linear Association	4,419	1	,036		
N of Valid Cases	400				

- **Ingresos vs Disposición a visitar**

**Prueba de Hipótesis**

**H0:** No influyen los ingresos al momento de decidir visitar

**H1:** Si influyen ingresos al momento de decidir visitar

### Chi-Square Tests

#### Rangos visitaría una hacienda en Daule (Disposición a consumir 2) Crosstabulation

Count		Visitaría una hacienda en Daule (Disposición a consumir 2)		Total
		Si	No	
Rangos	Low salary	42	6	48
	Medium salary	160	6	166
	High salary	184	2	186
Total		386	14	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,756 <sup>a</sup>	2	,001
Likelihood Ratio	11,470	2	,003
Linear-by-Linear Association	12,354	1	,000
N of Valid Cases	400		

- **Edad vs Eventos sociales**

#### Prueba de Hipótesis

**H0:** La edad no influye al momento de querer alquilar para eventos sociales

**H1:** Si influye la edad al momento de querer alquilar para eventos sociales

#### Rangos le gustaría que la hacienda cuente con área para eventos sociales (Disposición a consumir 2)

#### Crosstabulation

Count		Le gustaría que la hacienda cuente con área para eventos sociales (Disposición a consumir 2)		Total
		Si	No	
Rangos	Lower-25	60	5	65
	26-35	96	3	99
	More than 36	230	6	236
Total		386	14	400

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,088 <sup>a</sup>	2	,130
Likelihood Ratio	3,319	2	,190
Linear-by-Linear Association	3,220	1	,073
N of Valid Cases	400		

- **Número de hijos vs Disposición a visitar**

**Prueba de Hipótesis**

**H0:** No influyen el número de hijos al momento de querer ir a la hacienda

**H1:** Si influye el número de hijos al momento de querer ir a la hacienda

**Número de hijos visitaría una hacienda en Daule (disposición a consumir 2)**

**Crosstabulation**

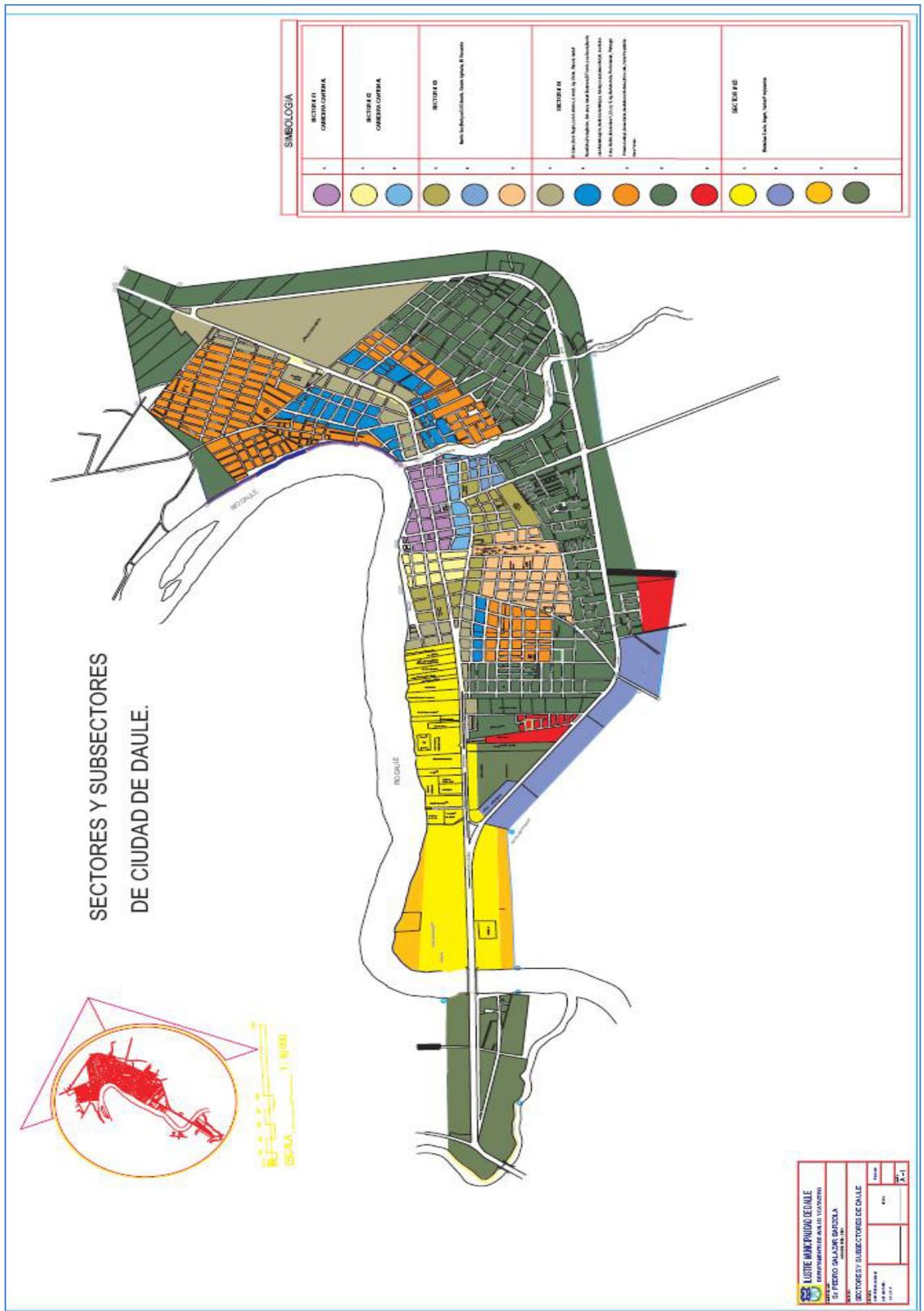
Count

		Visitaría una hacienda en Daule (Disposición a consumir 2)		Total
		Si	no	
Número de hijos	0	81	7	88
	1	70	2	72
	2	148	3	151
	3	53	2	55
	4	28	0	28
	5	5	0	5
	7	1	0	1
Total		386	14	400

**Chi-Square Tests**

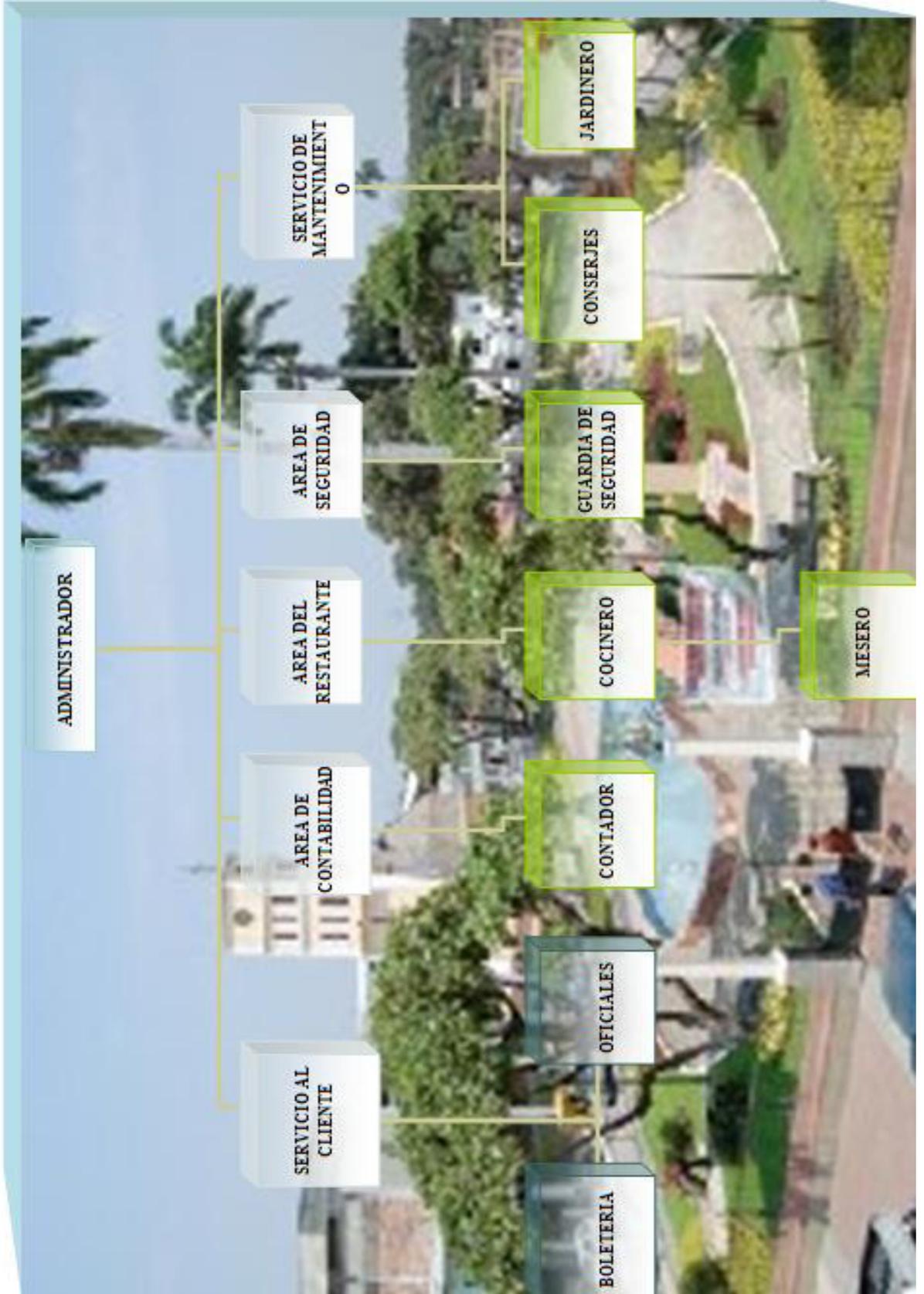
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,541 <sup>a</sup>	6	,274
Likelihood Ratio	7,591	6	,270
Linear-by-Linear Association	4,623	1	,032
N of Valid Cases	400		

# ANEXO # 14



# ANEXO # 15

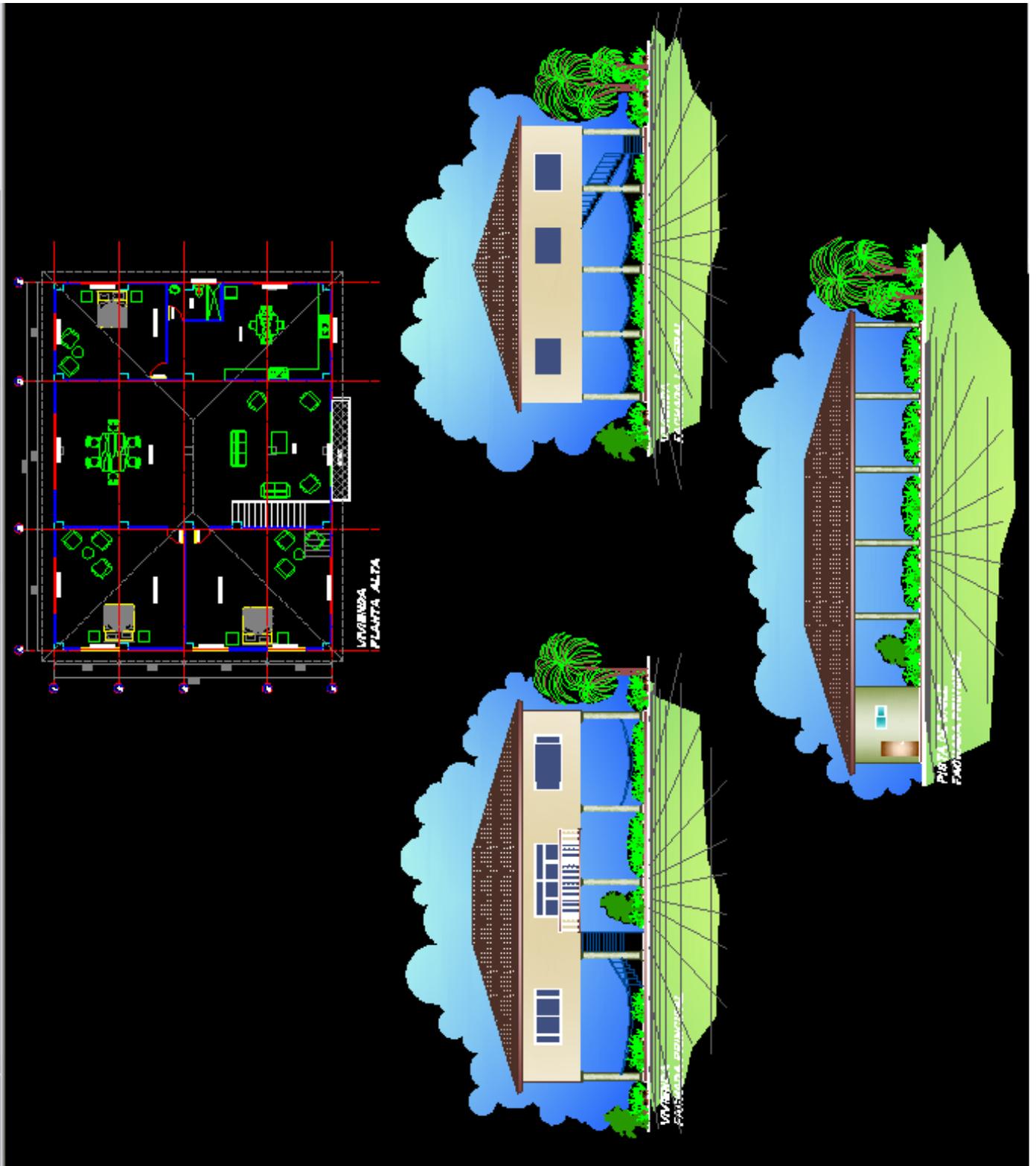
## ORGANIGRAMA



# ANEXO # 16



# ANEXO # 17



## ANEXO # 18

### BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

<b>INVERSIÓN EN RESTAURACIÓN DE LA HACIENDA "VILLA GRACIELA"</b>					
<b>N°</b>	<b>Rubro</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>
1	Cerramiento de alambre	m 2	235	25	5.875
2	Restaurar casa planta baja	m 2	300	150	45.000
3	Restaurar casa planta alta	m 2	300	500	150.000
4	Caminerías de piedra	m 2	130	20	2.600
5	Paredes de Bloque	m 2	240	25	6.000
6	Jardinerías	m 2	200	5	1.000
7	Cerramiento malla con tubo	m 2	60	28	1.680
8	Pista para bicicleta	m l	120	12	1.440
9	Área cocina y baños	m 2	60	300	18.000
10	Estructura para cubierta de eternit tipo cerco	u	1	14.630	14.630
11	Arreglo pista de baile	m 2	300	50	15.000
12	Caseta para guardian	u	2	600	1.200
13	Cancha múltiple	m 2	128	15	1.920
14	Pozo séptico	u	1	500	500
15	Instalación sanitaria del pozo	m l	20	20	400
16	Área de juego para niños	m 2	400	50	20.000
17	Arreglo caminería de piedra	m l	35	30	1.050
18	Cisterna 15m 3	u	1	2.500	2.500
19	Caseta bomba	u	1	600	600
20	Bomba tanque de presión	gl	1	1.400	1.400
21	Instalación eléctrica de bomba	gl	1	1.000	1.000
22	Varios arreglos	gl	1	1.500	1.500
23	Honorarios del Arquitecto	u	1	29.330	29.330
24	Imprevistos 5%				14.665
	<b>TOTAL INVERSIÓN EN RESTAURACIÓN</b>				<b>\$ 337.289,25</b>

## ANEXO # 19

### HACIENDA VILLA GRACIELA FLUJO DE CAJA PURO

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Q Entradas		18.795	19.006	19.220	19.435	19.653
Q Cabalgatas		5.827	5.892	5.958	6.025	6.093
Q Botes		6.015	6.082	6.150	6.219	6.289
Q Bicicleta Acuática		3.853	3.896	3.940	3.984	4.029
Q Bicicleta		3.853	3.896	3.940	3.984	4.029
Q Comida		13.721	13.875	14.030	14.188	14.347
Q Alquiler		48	48	48	48	48
P Entrada	\$	3,50	\$ 4,00	\$ 4,50	\$ 5,00	\$ 5,50
P Cabalgatas	\$	7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 10,00	\$ 11,00
P Botes	\$	4,00	\$ 4,25	\$ 4,50	\$ 4,75	\$ 5,00
P Bicicletas Acuáticas	\$	3,50	\$ 3,75	\$ 4,00	\$ 4,25	\$ 4,50
P Bicicletas	\$	2,50	\$ 2,75	\$ 3,00	\$ 3,25	\$ 3,50
P Comida	\$	4,00	\$ 4,25	\$ 4,50	\$ 4,75	\$ 5,00
P Alquiler	\$	300,00	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 500,00
Ingresos x Entrada	\$	65.783,97	\$ 76.025,30	\$ 86.488,18	\$ 97.176,30	\$ 108.093,40
Ingresos x Cabalgatas	\$	40.786,06	\$ 47.135,69	\$ 53.622,67	\$ 60.249,31	\$ 67.017,91
Ingresos x Botes	\$	24.058,14	\$ 25.848,60	\$ 27.676,22	\$ 29.541,60	\$ 31.445,35
Ingresos x Bicicleta Acuática	\$	13.485,71	\$ 14.611,11	\$ 15.760,07	\$ 16.932,97	\$ 18.130,21
Ingresos x Bicicleta	\$	9.632,65	\$ 10.714,82	\$ 11.820,05	\$ 12.948,74	\$ 14.101,28
Ingresos x Comida	\$	54.882,63	\$ 58.967,12	\$ 63.136,37	\$ 67.391,77	\$ 71.734,71
Ingresos x Alquiler	\$	14.400,00	\$ 16.800,00	\$ 19.200,00	\$ 21.600,00	\$ 24.000,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 223.029,17</b>	<b>\$ 250.102,64</b>	<b>\$ 277.703,57</b>	<b>\$ 305.840,69</b>	<b>\$ 334.522,85</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>						
Gastos Administrativos y de Personal		6.547,68	6.871,90	7.665,95	8.044,50	8.441,18
Gastos de Publicidad		44.050,00	44.490,50	44.935,41	45.384,76	45.838,61
Suministros de Oficina		2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	2.497,45
Suministros de Limpieza		3.600,00	3.636,00	3.672,36	3.709,08	3.746,17
Gasto de Luz, agua, teléfono		9.600,00	9.696,00	9.792,96	9.890,89	9.989,80
Gastos para preparación de comida		41.161,97	44.225,34	47.352,28	50.543,82	53.801,03
Gasto de alimentación-aves		5.184,00	5.235,84	5.288,20	5.341,08	5.394,49
Gasto de alimentación-caballos		9.600,00	9.696,00	9.792,96	9.890,89	9.989,80
Constitución y puesta en marcha		190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
<b>Subtotal Gastos Operativos</b>		<b>122.333,65</b>	<b>126.465,58</b>	<b>131.138,36</b>	<b>135.467,75</b>	<b>139.888,53</b>
Mantenimiento de Infraestructura		6.745,79	6.745,79	6.745,79	6.745,79	6.745,79
Mantenimiento/Muebles y Enseres		859,30	859,30	859,30	859,30	859,30
Mantenimiento/ Eq. de Computación		245,76	245,76	245,76	245,76	245,76
Mantenimiento de Equipos		78,86	78,86	78,86	78,86	78,86
<b>Subtotal Mantenimiento</b>		<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>
(-)Depreciación Infraestructura		16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46
(-)Depreciación Muebles y Enseres		1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60
(-)Depreciación Equipos de Computación		4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00
(-)Depreciación Equipos		788,60	788,60	788,60	788,60	788,60
(-)Depreciación Granja		54,40	54,40	54,40	54,40	54,40
<b>Subtotal Depreciación</b>		<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>\$ 153.785,42</b>	<b>\$ 157.917,35</b>	<b>\$ 162.590,12</b>	<b>\$ 166.919,52</b>	<b>\$ 171.340,30</b>

<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$ 69.243,75	\$ 92.185,29	\$ 115.113,45	\$ 138.921,17	\$ 163.182,55	
Valor en Libros (Infraestructura)					(252.966,94)	
Venta de Infraestructura					200.000,00	
Valor en Libros (Muebles y enseres)					(8.593,00)	
Venta de Muebles y enseres					4.500,00	
Valor en Libros (Equip./Computación)					(4.096,00)	
Venta de Equipo de Computación			150,00		2.500,00	
Valor en Libros (Equipos)					-	
Venta de Equipos					450,00	
Valor en Libros (Granja)					-	
Venta de Granja					70,00	
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. TRABAJADORES</b>	\$ 69.243,75	\$ 92.185,29	\$ 115.263,45	\$ 138.921,17	\$ 105.046,61	
15% Participación de trabajadores	10.386,56	13.827,79	17.289,52	20.838,18	15.756,99	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 58.857,18	\$ 78.357,50	\$ 97.973,93	\$ 118.083,00	\$ 89.289,62	
25% Impuesto a la Renta	14.714,30	19.589,37	24.493,48	29.520,75	22.322,41	
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 44.142,89	\$ 58.768,12	\$ 73.480,45	\$ 88.562,25	\$ 66.967,22	
(+)Depreciación Infraestructura	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	
(+)Depreciación Muebles y Enseres	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	
(+)Depreciación Equipos de Computación	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	
(+)Depreciación Equipos	788,60	788,60	788,60	788,60	788,60	
(+)Depreciación Granja	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40	
Valor en Libros (Infraestructura)					252.966,94	
Valor en Libros (Muebles y enseres)					8.593,00	
Valor en Libros (Equip./Computación)					4.096,00	
Valor en Libros (Equipos)					-	
Valor en Libros (Granja)					-	
Inversión en Infraestructura	(337.289,25)					
Inversión en Muebles y Enseres	(17.186,00)					
Inversión en Equipos de Computación	(12.288,00)		(12.288,00)			
Inversión de Equipos	(3.943,00)					
Inversión en Granja	(272,00)					
Inversión en Constitución Legal	(500,00)					
Inversión en Capital de trabajo	(2.548,62)	(2.634,70)	(2.732,05)	(2.822,24)	(2.914,34)	
Recuperación de Capital de Trabajo					2.914,34	
<b>Flujo de Efectivo Neto</b>	\$ (374.026,87)	\$ 65.030,25	\$ 79.558,14	\$ 81.892,27	\$ 109.169,96	\$ 359.059,56

Tasa del inversionista =	12,00%
VAN=	\$ 133.773,59
TIR =	18,12%

$$WACC = Re * e + Rd * d(1 - T)$$

<b>WACC</b>	<b>8,58%</b>
-------------	--------------

<b>Estructura</b>	
Pasivos	75%
Patrimonio	25%
Tasa del Banco	9,92%
Impuesto	25,00%

**HACIENDA VILLA GRACIELA**  
**FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Q Entradas		18.795	19.006	19.220	19.435	19.653
Q Cabalgatas		5.827	5.892	5.958	6.025	6.093
Q Botes		6.015	6.082	6.150	6.219	6.289
Q Bicicleta Acuática		3.853	3.896	3.940	3.984	4.029
Q Bicicleta		3.853	3.896	3.940	3.984	4.029
Q Comida		13.721	13.875	14.030	14.188	14.347
Q Alquiler		48	48	48	48	48
P Entrada	\$	3,50	\$ 4,00	\$ 4,50	\$ 5,00	\$ 5,50
P Cabalgatas	\$	7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 10,00	\$ 11,00
P Botes	\$	4,00	\$ 4,25	\$ 4,50	\$ 4,75	\$ 5,00
P Bicicletas Acuáticas	\$	3,50	\$ 3,75	\$ 4,00	\$ 4,25	\$ 4,50
P Bicicletas	\$	2,50	\$ 2,75	\$ 3,00	\$ 3,25	\$ 3,50
P Comida	\$	4,00	\$ 4,25	\$ 4,50	\$ 4,75	\$ 5,00
P Alquiler	\$	300,00	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 500,00
Ingresos x Entrada	\$	65.783,97	\$ 76.025,30	\$ 86.488,18	\$ 97.176,30	\$ 108.093,40
Ingresos x Cabalgatas	\$	40.786,06	\$ 47.135,69	\$ 53.622,67	\$ 60.249,31	\$ 67.017,91
Ingresos x Botes	\$	24.058,14	\$ 25.848,60	\$ 27.676,22	\$ 29.541,60	\$ 31.445,35
Ingresos x Bicicleta Acuática	\$	13.485,71	\$ 14.611,11	\$ 15.760,07	\$ 16.932,97	\$ 18.130,21
Ingresos x Bicicleta	\$	9.632,65	\$ 10.714,82	\$ 11.820,05	\$ 12.948,74	\$ 14.101,28
Ingresos x Comida	\$	54.882,63	\$ 58.967,12	\$ 63.136,37	\$ 67.391,77	\$ 71.734,71
Ingresos x Alquiler	\$	14.400,00	\$ 16.800,00	\$ 19.200,00	\$ 21.600,00	\$ 24.000,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 223.029,17</b>	<b>\$ 250.102,64</b>	<b>\$ 277.703,57</b>	<b>\$ 305.840,69</b>	<b>\$ 334.522,85</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>						
Gastos Administrativos y de Personal		6.547,68	6.871,90	7.665,95	8.044,50	8.441,18
Gastos de Publicidad		44.050,00	44.490,50	44.935,41	45.384,76	45.838,61
Suministros de Oficina		2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	2.497,45
Suministros de Limpieza		3.600,00	3.636,00	3.672,36	3.709,08	3.746,17
Gasto de Luz, agua, teléfono		9.600,00	9.696,00	9.792,96	9.890,89	9.989,80
Gastos para preparación de comida		41.161,97	44.225,34	47.352,28	50.543,82	53.801,03
Gasto de alimentación-aves		5.184,00	5.235,84	5.288,20	5.341,08	5.394,49
Gasto de alimentación-caballos		9.600,00	9.696,00	9.792,96	9.890,89	9.989,80
Constitución y puesta en marcha		190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
<b>Subtotal Gastos Operativos</b>		<b>122.333,65</b>	<b>126.465,58</b>	<b>131.138,36</b>	<b>135.467,75</b>	<b>139.888,53</b>
Mantenimiento de Infraestructura		6.745,79	6.745,79	6.745,79	6.745,79	6.745,79
Mantenimiento/Muebles y Enseres		859,30	859,30	859,30	859,30	859,30
Mantenimiento/ Eq. de Computación		245,76	245,76	245,76	245,76	245,76
Mantenimiento de Equipos		78,86	78,86	78,86	78,86	78,86
<b>Subtotal Mantenimiento</b>		<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>	<b>7.929,71</b>
(-)Depreciación Infraestructura		16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46
(-)Depreciación Muebles y Enseres		1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60
(-)Depreciación Equipos de Computación		4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00
(-)Depreciación Equipos		788,60	788,60	788,60	788,60	788,60
(-)Depreciación Granja		54,40	54,40	54,40	54,40	54,40
<b>Subtotal Depreciación</b>		<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>	<b>23.522,06</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>\$ 153.785,42</b>	<b>\$ 157.917,35</b>	<b>\$ 162.590,12</b>	<b>\$ 166.919,52</b>	<b>\$ 171.340,30</b>

<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$ 69.243,75	\$ 92.185,29	\$ 115.113,45	\$ 138.921,17	\$ 163.182,55
<i>Gastos Financieros (Interés)</i>	(27.827,60)	(23.262,24)	(18.244,00)	(12.727,95)	(6.664,71)
Valor en Libros (Infraestructura)					(252.966,94)
Venta de Infraestructura					200.000,00
Valor en Libros (Muebles y enseres)					(8.593,00)
Venta de Muebles y enseres					4.500,00
Valor en Libros (Equip./Computación)					(4.096,00)
Venta de Equipo de Computación			150,00		2.500,00
Valor en Libros (Equipos)					-
Venta de Equipos					450,00
Valor en Libros (Granja)					-
Venta de Granja					70,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. TRABAJADORES</b>	\$ 41.416,15	\$ 68.923,05	\$ 97.019,44	\$ 126.193,22	\$ 98.381,90
15% Participación de trabajadores	6.212,42	10.338,46	14.552,92	18.928,98	14.757,28
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 35.203,72	\$ 58.584,59	\$ 82.466,53	\$ 107.264,23	\$ 83.624,61
25% Impuesto a la Renta	8.800,93	14.646,15	20.616,63	26.816,06	20.906,15
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 26.402,79	\$ 43.938,44	\$ 61.849,90	\$ 80.448,18	\$ 62.718,46
(+)Depreciación Infraestructura	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46	16.864,46
(+)Depreciación Muebles y Enseres	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60	1.718,60
(+)Depreciación Equipos de Computación	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00	4.096,00
(+)Depreciación Equipos	788,60	788,60	788,60	788,60	788,60
(+)Depreciación Granja	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40
<i>Amortización de Capital</i>	280.520,15	(46.021,73)	(50.587,09)	(55.605,33)	(61.121,38)
Valor en Libros (Infraestructura)					252.966,94
Valor en Libros (Muebles y enseres)					8.593,00
Valor en Libros (Equip./Computación)					4.096,00
Valor en Libros (Equipos)					-
Valor en Libros (Granja)					-
Inversión en Infraestructura	(337.289,25)				
Inversión en Muebles y Enseres	(17.186,00)				
Inversión en Equipos de Computación	(12.288,00)			(12.288,00)	
Inversión de Equipos	(3.943,00)				
Inversión en Granja	(272,00)				
Inversión en Constitución Legal	(500,00)				
Inversión en Capital de trabajo	(2.548,62)	(2.634,70)	(2.732,05)	(2.822,24)	(2.914,34)
Recuperación de Capital de Trabajo					2.914,34
<b>Flujo de Efectivo Neto</b>	\$ (93.506,72)	\$ 1.268,42	\$ 14.141,37	\$ 14.656,38	\$ 39.934,52
				\$ 287.626,19	

<b>VAN=</b>	<b>\$ 72.581,04</b>
<b>TIR =</b>	<b>34,12%</b>

<b>CAPM</b>	<b>18,06%</b>
-------------	---------------

<b>CAPM = Rf + B* (Rm - Rf) + Riesgo País</b>	
Tasa de Retorno Libre de Riesgo = Rf	2,46%
Coefficiente Beta = B	1,25
Premio del Retorno Esperado = (Rm - Rf)	6,00%
Riesgo País	8,10%

<b>Inversión</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>A financiar</b>	<b>Total de Inversión</b>
Inversión en Infraestructura	59.317,72	277.971,53	337.289,25
Inversión en Activos Fijos	33.689,00	0,00	33.689,00
Inversión en Const. Legal	500,00	0,00	500,00
Capital de trabajo	0,00	2.548,62	2.548,62
<b>Total de la inversión =</b>	<b>\$93.506,72</b>	<b>\$280.520,15</b>	<b>\$374.026,87</b>
	<b>25%</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

<b>Tabla de Amortización</b>	59.317,72
<b>Monto de la deuda</b>	<b>280.520,15</b>
<b>Tasa</b>	9,92%

**TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA**

<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Pago Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	280.520,15			
1	234.498,42	46.021,73	27.827,60	73.849,33
2	183.911,33	50.587,09	23.262,24	73.849,33
3	128.306,00	55.605,33	18.244,00	73.849,33
4	67.184,62	61.121,38	12.727,95	73.849,33
5	<b>0,00</b>	67.184,62	6.664,71	73.849,33