



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ECONÓMICAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
ECO- TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ CANTÓN
ROCAFUERTE.**

AUTOR: BENAVIDES ROSERO, ESTEFANÍA MARISELA

DIRECTOR: ECO. JAIME, PÉREZ

CODIRECTOR: ECO. JUAN CARLOS, ERAZO

SANGOLQUÍ

2015

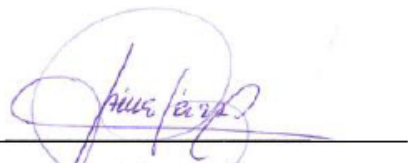
CERTIFICADO DE AUTORÍA**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE****INGENIERÍA COMERCIAL****CERTIFICADO****EC. JAIME PEREZ****EC. JUAN CARLOS ERAZO****CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “Proyecto para la creación de un complejo eco- turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte”, realizado por Estefanía Marisela Benavides Rosero, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en el reglamento de estudiantes.

Debido a los resultados favorables obtenidos en los estudios de mercado, técnico, legal y financiero del presente proyecto, se recomienda la puesta en marcha del mismo y su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compacto el cual contiene los archivos de en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Estefanía Marisela Benavides Rosero que lo entregue a Ing. Carlos Sierra, en su calidad de Director de Carrera.

Sangolquí, mayo 2015



ECO. JAIME PEREZ

DIRECTOR



ECO. JUAN CARLOS ERAZO

CODIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**UNIVERSIDAD DE LAS FUZZAS ARMADAS – ESPE****INGENIERÍA COMERCIAL****DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD****ESTEFANÍA MARISELA BENAVIDES ROSERO****DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado *“Proyecto para la creación de un complejo ecoturístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte”*, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 29 de abril de 2015



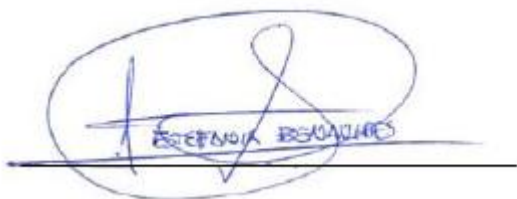
Estefanía Marisela Benavides Rosero

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA COMERCIAL
AUTORIZACIÓN

Yo, Estefanía Marisela Benavides Rosero

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas- ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Proyecto para la creación de un complejo eco- turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte”, cuyo contenido, ideas, criterios, son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangoliqui, 29 de abril de 2015



Estefanía Marisela Benavides Rosero

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis dedico a mis padres Benito Benavides y Janeth Rosero, que con su entera dedicación y sacrificio me han formado a su semejanza, logrando formarme como una excelente persona induciéndome valores de responsabilidad, solidaridad, respeto y amor.

A Dios que con su sabiduría ha guiado mi camino, bendiciéndome día a día, cumpliendo cada uno de mis sueños y retos.

A mis hermanos que me dan fuerza y son un motivo inspirador para lograr ser su ejemplo a seguir.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas _ ESPE por brindarme la oportunidad de formarme como una profesional de calidad, con ética y profesionalismo.

A mi Director de Tesis Eco. Jaime Pérez por su entera dedicación, paciencia, y ser principal guía en el desarrollo del presente proyecto de titulación.

A mi Codirector Juan Carlos Erazo por su predisposición y dedicación por todo su apoyo en el camino al desarrollo del presente proyecto.

A mi familia que son el ente más importante y fundamental en mi vida, por su apoyo, esfuerzo, por siempre estar conmigo en todo momento.

ÍNDICES GENERAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1.1.....	Tema 1
1.2.....	Antecedentes 1
1.3.....	Justificación 2
1.4. Identificación	del Problema 3
1.5. Delimitación	de la Investigación 4
1.5.1. Delimitación Temporal	4
1.5.2. Delimitación Espacial	4
1.6.....	Objetivos 4
1.6.1. Objetivo General	4
1.6.2. Objetivos Específicos.....	4

1.7.Marco	Referencial
.....	5
1.7.1. Marco Teórico.....	5
1.7.2. Creatividad Emprendedora	5
1.7.3. La Disposición del Emprendedor.....	6
1.7.4. Turismo	8
1.7.5. Estudio de Mercado.....	11
1.7.6. Estudio Financiero	14
1.7.7. Evaluación Financiera de Proyectos.....	15
1.8.....	Hipótesis
.....	20
1.8.1. Hipótesis General	20
1.8.2. Hipótesis Específicas	20
1.9.....	Metodología
.....	20
1.9.1. Tipos de Estudio.....	20
1.9.2. Métodos.....	21
1.9.3. Técnicas para el Análisis de la Información	22
CAPÍTULO II	23
2. Estudio de Mercado.....	23
2.1. Investigación de Mercado.....	25
2.1.1. Definición del servicio.....	25
2.1.2. Determinación del Mercado Objetivo	26
2.1.3. Segmentación del Mercado Potencial.....	27
2.1.4. Tamaño del Universo.....	29

2.1.5.	Diseño de la Encuesta	32
2.1.6.	Tabulación	32
2.2.	Análisis del Mercado	54
2.2.1.	Demanda	54
2.2.2.	Demanda Actual o Histórica.....	54
2.2.3.	Demanda futura	58
2.2.4.	Oferta	60
2.3.	Demanda Insatisfecha.....	63
2.4.	Análisis del Marketing Mix	65
2.4.1.	Estrategias del Producto/Servicios	65
2.4.2.	Estrategias de Precio	68
2.4.3.	Estrategias de Plaza o Canales de Distribución	69
2.4.4.	Estrategia de Promoción y Publicidad	70
CAPITULO III.....		72
3. ESTUDIO TÉCNICO		72
3.1.	Análisis de la Localización	73
3.1.1.	Macro localización.....	73
3.1.2.	Micro localización.....	75
3.1.3.	Localización óptima.....	76
3.2.	Tamaño del Proyecto	77
3.2.1.	Unidad de Medida.....	78
3.3.	Capacidad de Producción	78
3.3.1.	Capacidad Instalada	78

3.3.2. Capacidad Utilizada.....	79
3.4. Ingeniería del Proyecto.....	80
3.4.1. Tecnología	80
3.4.2. Maquinarias y Equipos	80
3.4.3. Determinación de Maquinaria y Equipos para el Proyecto	80
3.4.4. Edificios e infraestructura.....	84
3.4.5. Distribución del espacio físico.....	85
3.5. Impacto Ambiental	87
3.6. Líneas de Servicio	87
3.7. Flujo gramas de Procesos	88
3.7.1. Proceso del servicio Eco - Turístico	88
CAPITULO IV	96
ESTUDIO ORGANIZACIONAL LEGAL.....	96
4.1. Tipo de Empresa.....	96
4.1.1. Constitución de la Empresa- base legal	96
4.1.2. Razón social.....	99
4.2. Requisitos para la Obtención de Documentos Legales	99
4.3. Filosofía Empresarial	102
4.3.1. Misión	102
4.3.2. Visión.....	103
4.3.3. Objetivos.....	103
4.3.4. Principios	104
4.3.5. Valores	104
4.3.6. Políticas Empresariales	105

4.4. Estructura Organizacional	106
4.4.1. Descripción de Funciones del Personal (Responsabilidades y Competencias)	107
4.4.2. Administración de los Recursos Humanos	117
CAPITULO V.....	118
ESTUDIO FINANCIERO.....	118
5.1. Inversión Requerida	118
5.1.1. Inversión en Activos Fijos	119
5.1.2. Muebles y Enseres	120
5.1.3. Equipos de Oficina	120
5.1.4. Equipos de Computación.....	121
5.1.5. Vehículos	121
5.1.6. Semovientes	122
5.1.7. Infraestructura.....	122
5.1.8. Equipos de Alojamiento	123
5.1.9. Equipos de Cocina	123
5.2. Inversión Diferida.....	124
5.2.1. Inversión en Capital de Trabajo.....	125
5.3. Financiamiento de Costos e Inversiones	131
5.3.1. Estado de Fuentes y Usos	132
5.3.2. Estado de Situación Inicial	133
5.4. Gastos del Proyecto	134
5.4.1. Sueldos y Salarios.....	134
5.4.2. Depreciación y Amortización	137

5.4.3. Otros Gastos.....	138
5.5. Informes Proyectados	140
5.5.1. Proyección de Ingresos	140
5.5.2. Estado de Resultados Proyectado	141
5.5.3. Estado de Flujos de Caja Proyectado.....	143
5.6. Indicadores de evaluación financiera	143
5.6.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	144
5.6.2. Valor Actual Neto (VAN)	145
5.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	145
5.6.4. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	147
5.6.5. Costo beneficio	147
5.6.6. Calculo del punto de Equilibrio	148
5.6.7 Análisis de Sensibilidad.....	150
CONCLUSIONES.....	150
RECOMENDACIONES.....	152
BIBLIOGRAFÍA.....	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Simbología	9
Tabla 2 Inversiones Fijas	15
Tabla 3 Matriz de Encuesta.....	24
Tabla 4 Segmentación Geografía	27
Tabla 5 Segmentación Demográfica	28
Tabla 6 Tamaño del Universo	29
Tabla 7 Edad	32
Tabla 8 Ingreso Mensual.....	33
Tabla 9 Ocupación/ Trabajo.....	34
Tabla 10 Visita lugares eco-turísticos	35

Tabla 11 Frecuencia de visita.....	36
Tabla 12 Los lugares que usted visita para su diversión y recreación	38
Tabla 13 De los siguientes servicios elija cuál de ellos le gustaría que exista.....	39
Tabla 14 Cómo sería su estadía.....	40
Tabla 15 Con cuantas personas visita usted con frecuencia estos lugares.	41
Tabla 16 Cree beneficioso la creación de un complejo Eco- turístico.....	42
Tabla 17 Opción para vacacionar.....	43
Tabla 18 Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete.	44
Tabla 19 Qué precio cree usted sería el indicado para la utilización del complejo. ..	46
Tabla 20 Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje.	47
Tabla 21 Costo Desayuno	48
Tabla 22 Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo.....	49
Tabla 23 Costo Platos a la Carta.	50
Tabla 24 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una merienda.	50
Tabla 25 Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de break.....	51
Tabla 26 Con que medio de comunicación desearía conocer el complejo.	52
Tabla 27 Llegada de extranjeros //# de personas	54
Tabla 28 Demanda Receptiva Ecuador	56
Tabla 29 Demanda Receptiva Principales Lugares Turísticos Visitados.....	57
Tabla 30 Demanda Interna	57
Tabla 31 Proyección de demanda	59
Tabla 32 Hospedaje en la Provincia de Manabí.....	60
Tabla 33 Demanda insatisfecha	64
Tabla 34 Estrategias de servicios	65
Tabla 35 Paquete Turístico Itinerario.....	67
Tabla 36 Atractivos Turísticos de la Zona	67
Tabla 37 Estrategia de Precio.....	68
Tabla 38 Estrategia de Plaza	70
Tabla 39 Estrategia promoción	71
Tabla 40 Macro localización.....	73
Tabla 41 Macro localización.....	74
Tabla 42 Localización óptima.....	76

Tabla 43 Ponderación Localización Óptima	77
Tabla 44 Capacidad Instalada	78
Tabla 45 Capacidad Instalada Año 1	79
Tabla 46 Capacidad Utilizada Varios Servicios.....	79
Tabla 47 Infraestructura	80
Tabla 48 Muebles y enseres	81
Tabla 49 Equipos de oficina.....	81
Tabla 50 Equipo de alojamiento	81
Tabla 51 Equipos y muebles de cocina	81
Tabla 52 Equipos de Computación	82
Tabla 53 Útiles de oficina	82
Tabla 54 Suministros de Hospedaje.....	82
Tabla 55 Útiles de aseo	82
Tabla 56 Utensilios de restaurante	83
Tabla 57 Utensilios de cocina	83
Tabla 58 Útiles de baño.....	83
Tabla 59 Servicios básicos	84
Tabla 60 Terrenos	84
Tabla 61 Semovientes	84
Tabla 62 Transporte	84
Tabla 63 Estudios de proyecto	84
Tabla 64 Infraestructura	85
Tabla 65 Distribución del complejo.....	85
Tabla 66 Líneas de Servicio.....	87
Tabla 67 Requerimientos de personal	117
Tabla 68 Inversión Requerida	119
Tabla 69 Inversión en Activos Fijos	119
Tabla 70 Muebles de Enseres.....	120
Tabla 71 Equipos de Oficina.....	120
Tabla 72 Equipos de Computación	121
Tabla 73 Vehículos	121
Tabla 74 Semovientes	122

Tabla 75 Infraestructura	122
Tabla 76 Equipos de Alojamiento.....	123
Tabla 77 Equipos de Cocina	123
Tabla 78 Terrenos	124
Tabla 79 Inversión Diferida	124
Tabla 80 Inversión en Capital de Trabajo	125
Tabla 81 Capital de Trabajo	126
Tabla 82 Calculo Capital de Trabajo	126
Tabla 83 Útiles de Oficina	127
Tabla 84 Útiles de Aseo	127
Tabla 85 Suministros de Hospedaje.....	128
Tabla 86 Utensillos de restaurante	128
Tabla 87 Utensillos de cocina	129
Tabla 88 Útiles de baño.....	130
Tabla 89 Seguros Prepagados	130
Tabla 90 Tabla de Financiamiento.....	131
Tabla 91 Tabla de amortización préstamo	132
Tabla 92 Estado de Fuentes y Usos.....	132
Tabla 93 Estado de Situación Inicial.....	133
Tabla 94 Sueldos y Salarios	135
Tabla 95 Salarios a Partir del Segundo Año	136
Tabla 96 Depreciación de los Activos Fijos	137
Tabla 97 Resumen del valor de Rescate en los Activos Fijos.....	137
Tabla 98 Amortización de los Activos Diferidos.....	138
Tabla 99 Servicios Básicos	138
Tabla 100 Reparación y Mantenimiento	139
Tabla 101 Gastos Publicidad.....	139
Tabla 102 Gasto Documentación Comercial	139
Tabla 103. Gasto Estudio del proyecto	140
Tabla 104 Proyección de Ingresos	141
Tabla 105 Estado de Resultados Proyectado	141
Tabla 106 Estado de Flujos de Caja.....	143

Tabla 107 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	144
Tabla 108 Valor Actual Neto (VAN).....	145
Tabla 109 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	146
Tabla 110 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	147
Tabla 111 Costo beneficio	147
Tabla 112 Costos fijos.....	148
Tabla 113. Costos variables	148
Tabla 114 Análisis de Sensibilidad	150

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Lugares a los cuales se dirigen en las diferentes provincias.....	9
Figura 2. Porcentajes de Turistas en las diferentes provincias:	10

Figura 3. Elasticidad de la Demanda.....	13
Figura 4. Provincia de Manabí Cantón Rocafuerte.....	28
Figura 5. Turistas que viajan dentro del Ecuador	30
Figura 6. Edad	33
Figura 7. Ingreso Mensual.....	34
Figura 8. Ocupación/ Trabajo	35
Figura 9. Ha visitado usted lugares eco- turísticos	36
Figura 10. Con que frecuencia usted visita estos lugares	37
Figura 11. Los lugares que usted visita.....	38
Figura 12. De los siguientes servicios elija cuál de ellos le gustaría que exista	39
Figura 13. Cómo sería su estadía	40
Figura 14. Con cuantas personas visita usted	42
Figura 15. Cree beneficioso la creación de un complejo	43
Figura 16. Estaría dispuesto a tomar en cuenta este nuevo complejo.....	44
Figura 17. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete.....	45
Figura 18. Qué precio cree usted sería el indicado	46
Figura 19. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio.....	47
Figura 20. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un desayuno	48
Figura 21. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo	49
Figura 22. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato a la carta.....	50
Figura 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una merienda.....	51
Figura 24. Cuánto estaría dispuesto a pagar por unos servicios de break.....	52
Figura 25. Con que medio de comunicación desearía conocer el complejo	53
Figura 26. Llegada de extranjeros	56
Figura 27. Proyección de la demanda	60
Figura 28. Macro localización	75
Figura 29. Micro localización	75
Figura 30. Distribución de Planta.....	86
Figura 31. Flujo grama de atención al cliente	89
Figura 32. Flujograma del proceso productivo del complejo eco – turístico.....	90
Figura 33. Flujo grama del servicio alojamiento	91
Figura 34. Flujo grama del servicio restaurante de forma indirecta	92

Figura 35. Flujograma de servicio del restaurante de forma directa.....	93
Figura 36. Flujograma del servicio de paseo a caballo	94
Figura 37. Flujograma de servicio del guía turístico.....	95
Figura 38. Estructura Organizacional Complejo eco –turístico “Eco Amanecer” ..	106

RESUMEN

El presente proyecto, se analiza la factibilidad para la creación de un Complejo Eco – Turístico en la provincia de Manabí cantón Roca fuerte, después de analizar la falta de infraestructura en el sector para satisfacer la demanda que actualmente ha incrementado en dicho cantón, se realizó el estudio de mercado, en cual permitió analizar la demanda y oferta de turistas, obteniendo la demanda insatisfecha en número de habitaciones que es de 8142 en el 2015. Siendo estos datos proyectados hasta el año 2024. Posteriormente, se elabora el Estudios técnico donde su importancia radica en el estudio de la distribución del Complejo Eco-Turístico, la infraestructura y los materiales que se debe adquirirse para implementar dicho servicio. La empresa se constituirá como sociedad Anónima cuya razón social será el Complejo Turístico “El Descanso” y se registrará según las Leyes de Turismo y Ambientales y de la Constitución de la República del Ecuador. Se realizó un estudio financiero al proyecto el cual resultado viable, los indicadores financieros fueron analizados a una tasa mínima aceptable de rendimiento de 11,82% , El VAN arrojó un valor positivo de \$ 155 020,40, la TIR arrojó valores superiores a la tasa de descuento que es de 22, 08% , de conformidad con todo estos datos, el proyecto para la creación del Complejo Eco- Turístico resulta rentable tanto para el inversionista.

Palabras claves:

Complejo Eco-Turístico, Turismo, Oferta, Demanda, Indicadores Financieros

ABSTRACT

This project, the feasibility of creating an Eco Resort has analyzed - Tourism in the province of Manabi canton strong Roca, after analyzing the lack of infrastructure in the sector to meet the demand that has now increased in that district, was performed market research, in which he allowed to analyze the supply and demand of tourists, obtaining the unmet demand in number of bedrooms is 8142 by 2015. As these projected data until 2024. Subsequently, he develops technical studies where his importance lies in the study of the distribution of Eco-Tourism Complex, infrastructure and materials to be purchased to implement the service. The company will be incorporated as a public limited company whose corporate name is the tourist complex "The Rest" and be governed by the Laws of Tourism and Environment and the Constitution of the Republic of Ecuador. A financial project which resulted feasible study was conducted, financial indicators were analyzed at a minimum acceptable rate of return of 11.82%, NPV throw a positive value of \$ 155 020.40, IRR courage to higher values discount rate is 22, 08%, under all these data, the project for the creation of complex Eco- Turistico profitable for both the investor.

Keywords:

Eco-Tourism Development, Tourism, Supply, Demand, Financial Indicators

INTRODUCCIÓN

**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO- TURÍSTICO EN
LA PROVINCIA DE MANABÍ CANTÓN ROCAFUERTE**

El presente proyecto tiene la finalidad de implementar un nuevo, novedoso y moderno complejo Eco-turístico en la provincia de Manabí cantón Rocafuerte , pues los últimos años se ha dado mayor interés en proyectos relacionados con turismo de la naturaleza, lo cual pretende generar un enfoque diferente de realizar turismo en la actualidad.

El turismo busca aventura, la manera rural de vacacionar tomando como base la riqueza natural y cultural de cada uno de los rincones que ofrece nuestro maravilloso país. Debido al proceso de cambio que se encuentra en el Ecuador, se ha destacado la importancia del turismo dentro del cambio de la matriz productiva pues el turismo es uno de los sectores priorizados por la política del estado.

El gobierno impulsa los proyecto enfocados al turismo, por lo tanto el presente proyecto se vinculara con el cambio de la matriz productiva de manera que se promueva turismo en la región de Manabí involucrando o los sus cantones que cuentan con atractivos turísticos y que no han sido explotados.

Realizar un proyecto eco turístico pretende lograr que los servicios del complejo hotelero integren las maravillas que la provincia de Manabí posee como la extraordinaria biodiversidad, la gastronomía y la cultura, con lo cual se determinara la factibilidad o no del proyecto.

El turismo es una actividad económica de gran auge internacional y que juega un papel muy importante en nuestra economía, es necesario analizar el impacto medioambiental, pues las relaciones entre turismo y medio ambiente son cada día más estrechas, ya que, las tendencias actuales de la demanda turística se orientan hacia un turismo basado en la naturaleza (ecoturismo) y como tal este puede contribuir, de manera importante, a la conservación del patrimonio natural.

Por consiguiente, el turismo no puede quedar exento de acciones que incorporen criterios de sostenibilidad, es decir, de planteamientos que tengan una nueva visión consecuente con las exigencias medioambientales.

La idea de este proyecto de turismo, se basa en el comportamiento que tiene el turista tanto a nivel mundial como a nivel local es decir la tendencia con la que se mueve, por lo cual, se considera al Eco-turismo como una actividad floreciente en nuestro país con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas industrias y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla.

CAPÍTULO I

1.1. Tema

Proyecto para la creación de un complejo eco- turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte.

1.2. Antecedentes

El Ecuador es un país turístico por excelencia y se ha esforzado por muchos años en dar prioridad al desarrollo del turismo en varias categorías (turismo ecológico, de aventura, etc.) es por eso que el gobierno toma en cuenta estas actividades dentro del presupuesto estatal y por medio del Banco Nacional de Fomento y otras instituciones financieras hacen posible el financiamiento para la creación y desarrollo de la actividad turística en todo el país.

Es evidente el incremento progresivo de la actividad turística en el Ecuador, de tal manera que se ha convertido en un elemento de desarrollo indiscutible, esto supone oportunidades y riesgos, por lo que el turismo es una actividad que puede servir para activar, dignificar y reconocer el valor de la cultura local.

El 30 de septiembre de 1852, fue elevado a la categoría de cantón con el nombre de Rocafuerte. Este gran paso en la historia se dio por iniciativa de Pedro José Zambrano.

Rocafuerte fue parroquia de Portoviejo hasta el año en que logró su cantonización, pero en esa época era uno de los pueblos más importantes de Manabí. En la colonia también se conoció a Rocafuerte con el nombre de San Judas Tadeo, por la costumbre de aquel tiempo de asignar a las nuevas ciudades el nombre del santo que correspondía en el santoral, en la fecha que se inscribía en las crónicas españolas. (Anonimo, 2006)

Abarca un bello y extenso valle que fue asentamiento de la cultura Pichota, tribu que, según la historia, arribó por el río Chota, sistema fluvial de la hoya de Ibarra. . Por su potencial, en la producción de arroz, a este cantón se lo conoce como el granero de Manabí.

Otra de las fuentes de trabajo, que ancestralmente contribuye a la economía del cantón, es la fabricación de sillas de tijera, actualmente desplazada por un nuevo modelo (perezosas). La elaboración de objetos decorativos en tagua, producción de ropa, bordados, ollas de barro, dulces y otras artesanías también son parte del aparato productivo. En este cantón no se ha explotado el turismo, pero tiene recursos que prestan las facilidades para hacerlo.

Nuestro país es conocido gracias a la biodiversidad que posee, cada una de sus regiones geográficas se encuentran llenas de riqueza natural y cultural donde destacan la flora como la fauna y algunas de ellas únicas en el mundo teniendo una gran amplitud en especies endémicas, la multiplicidad de etnias y nacionalidades indígenas que han logrado mantener su cultura a través de los años, además de sus parajes que gracias a la influencia de la Cordillera de los Andes a lo largo de la extensión geográfica del país nos proveen de un sin número de paisajes que también son únicos en el mundo.

1.3. Justificación

La industria turística de nuestro país se ha desarrollado dinámicamente en los últimos años siendo uno de los principales generadores de ingresos y divisas económicas en el país, permitiendo nuevas fuentes de empleo, mejorando los servicios turísticos y las condiciones de vida de la población.

La implementación del presente proyecto tiene el propósito de convertirse en un aporte fundamental para satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Manabí cantón Rocafuerte, el clima, los ambientes marinos, la cordillera costanera y el relieve del suelo, son elementos centrales de los atractivos turísticos de la parroquia Rocafuerte creando un espacio en donde puedan disfrutar la naturaleza y los aspectos culturales de la parroquia dentro de un marco de respeto al ambiente y a la cultura local.

La creación de un complejo eco-turístico novedoso y moderno en la provincia de Manabí cantón Rocafuerte permitirá satisfacer las necesidades de la población local promoviendo fuentes de trabajo permanentes y constituyendo una alternativa

complementaría para la reactivación de la economía local y así mejorar e impulsar el desarrollo turístico sustentable y ordenado de la parroquia de Rocafuerte ciudad Rocafuerte.

1.4. Identificación del Problema

Uno de los lugares donde existen únicos paisajes escénicos, gran diversidad de fauna, flora, relevantes patrimonios culturales y naturales, es la parroquia Rocafuerte, la cual es un prometedor futuro como destino eco- turístico del para la provincia de Manabí, pero la falta de promoción, fomentación e inversión por parte del sector público y privado han dejado a la parroquia excluida del mercado turístico nacional y extranjero.

Ecuador, es un país con inmensos recursos turísticos, con una ubicación geográfica ventajosa, lo que permite que el país tenga una gran diversidad de plantas, animales y una gran riqueza étnica y cultural lo que hace del mismo un destino incomparable para el desarrollo del turismo.

Según resultados definitivos del Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el 2010 y publicado en el 2011 por el INEC, Rocafuerte tiene una Población Económicamente Activa-PEA de 9639 habitantes (33 por ciento de la población total), de los cuales, 6874 viven en el área rural y 2765 en el área urbana; esta circunstancia determina que la base económica del cantón corresponde mayormente al sector rural.

Las líneas productivas determinantes de la economía local son; agropecuaria, comercio, industria y manufactura, enseñanza, construcción, transporte, almacenamiento y comercialización. Otras ramas productivas de menor significado económico son; administración pública, actividades comunitarias y sociales, servicios sociales y de salud, hoteles y restaurantes e inmobiliaria y empresarial.

La inversión turística en la zona es mínima ya que existen escasos establecimientos eco-turísticos, los mismos que son de segunda y tercera categoría con una inadecuada infraestructura turística y hotelera, por lo cual no se le brinda la comodidad necesaria

a los turistas nacionales y extranjeros de realizar actividades eco- turísticas alternativas, lo que hace que no haya una mayor afluencia de turistas a la parroquia.

Por lo que se realiza un proyecto para la creación de un Complejo Eco-Turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte mediante este proyecto involucra la creación de un lugar de primera categoría, donde exista un conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y comida de clase a los turistas nacionales y extranjeros sin daños al ecosistema.

1.5. Delimitación de la Investigación

1.5.1. Delimitación Temporal

La investigación previa a la creación de un Complejo Eco- turístico en la provincia de Manabí cantón Rocafuerte ciudad Rocafuerte se la va a realizar en un tiempo estimado de 6 meses por parte del grupo del trabajo de grado, con la orientación del tutor.

1.5.2. Delimitación Espacial

La investigación será realizada en la provincia de Manabí en el cantón Rocafuerte, en la ciudad Rocafuerte año 2015.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Desarrollar un proyecto para la creación de un Complejo Eco- turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado que defina el perfil del servicio, consumidor y la factibilidad de crear un complejo eco turístico en la provincia de Manabí.
- Realizar un estudio técnico en el cuál de determine la localización y tamaño más óptimo del complejo eco -turístico, así como se defina la infraestructura y

capacidad del complejo mediante el análisis de diversos factores críticos del éxito.

- Desarrollar un estudio económico financiero que refleje los resultados financieros del proyecto eco-turismo, mediante la elaboración y proyección de estados financieros los cuales reflejan los posibles resultados al implantar el proyecto.
- Realizar la evaluación del proyecto para determinar la viabilidad según los resultados obtenidos basados en los criterios de evaluación , medidos por la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) , la tasa interna de retorno (TIR) valor actual neto (VAN), periodo real de recuperación de la inversión (PRRI) razón beneficio- costo , punto de equilibrio (PE) y un análisis de sensibilidad.

1.7. Marco Referencial

1.7.1. Marco Teórico

1.7.2. Creatividad Emprendedora

Mencionó “Acaso existe un proceso formal para generar ideas emprendedoras puede decirse que no necesariamente pero si puede considerarse que algunas condiciones y situaciones favorecen en mejor medida la ocurrencia de las iniciativas” (Cajigas, 2004, s. 19)

En particular sobre ideas de inversión, en donde un insumo central es la información directa e indirecta adquirida por los agentes económicos, se menciona que las iniciativas se determinan de varias ideas que pueden determinar un problema en específico y poder plantear un tema que vaya acorde a un beneficio económico.

En consecuencia informarse puede ser un punto de partida esencial la creatividad emprendedora viene de la fuerza interior de cada individuo lo cual traducido significa que esa creatividad depende de las expectativas racionales quizás sueños y aun las limitaciones y necesidad que se desea superar. (cajigas, 2004, pág. 20)

Nos determina dos aspectos básicos a valor por un emprendedor para hacer empresario son de donde tomar una idea de negocio y como incorporarse. La idea de negocio siempre estará dentro de uno de estos sectores económicos básicos.

- **Industrial:** Transformación de materias primas en otros bienes comercializables.
- **Comercial:** Compra y venta de bienes sin agregar modificaciones significativas.
- **Servicios:** Bienes no tangibles, demandados por las soluciones y comodidades que brindan.
- **Agrario:** Explotación de la tierra y cría de animales satisfaciendo necesidades del mercado incluye producción en los ríos lagunas mares.
- **Minero:** Labores de extracción minerales.

Se empleara el negocio de servicio, se proyecta implementar la creación de un complejo eco- turístico en la Provincia de Manabí Cantón Rocafuerte que permitirá brindar a nuestros turistas, el hospedaje de relajamiento alrededor de nuestro ecosistema.

1.7.3. La Disposición del Emprendedor

Mencionó “Es infundada la noción de algunos autores y conferencistas sobre creatividad espíritu o emprendimiento empresarial, sobre motivar a los emprendedores para generar nuevas empresas”. (Elbar, 2004, pág. 22)

En materia de inversión empresarial no se debe motivar a las personas sino que las debe renacionalizar esto es proporcionarles información amplia, profunda convalidada para que sobre su análisis concienzudo tomen decisiones que involucren riesgos y trabajo exigente, factores estos presentes en toda iniciativa de negocio, por lo que se

debe validar todo dato que permiten verificar la situación de servicio de eco-turismo en el Cantón Rocafuerte.

1.7.3.1. Proyectos de Conservación y Manejo de Recursos Naturales

En la elaboración de proyectos, una tarea indispensable es el análisis y la revisión del marco político estratégico que delimita el ámbito de operación en que se realizara la propuesta de intervención que se formulara, es decir el proyecto .El proyecto constituye el instrumento que permite realizar esas estrategias globales en acciones puntuales que resuelven problemas específicos en contextos espaciales y temporales particulares. (Zuñiga Mayela, 2003, págs. 54,60)

El proyecto es la unidad de acción de esas estrategias, en términos generales podemos definir un proyecto como conjunto de inversiones , políticas y acciones planificados con el fin de realizar un objetivo o un conjunto de objetivos específicos de desarrollo dentro de un periodo determinado ,el proyecto contiene entonces.

- **Objetivos.-** la medida en que el proyecto quiere resolver un problema.
- **Actividades.-** el conjunto de acciones que el proyecto va a emprender para lograr el objetivo.
- **Resultados.-** productos concretos y medibles que se obtiene de realizar las acciones previstas.
- **Recursos.-** los insumos necesarios para realizar las actividades previstas y obtener resultados.
- **Tiempo.-** duración de las acciones y periodos en que se obtendrán los resultados esperados.

Con estos tipos de análisis se determina que al implementar un complejo eco-turístico nos involucran a cuidar nuestro ecosistema a manejar los recursos de forma

efectiva para obtener resultados que este en beneficio de la comunidad tanto interna como externa.

1.7.4. Turismo

Mencionó “Miedo, emoción, dolor, angustia, felicidad, son algunos de las sensaciones que se pueden vivir en la naturaleza.” (Perez, 2002, s. 15)

Estas sensaciones que el ecoturismo puede ofrecer fácilmente por lo último la conclusión pretende ser una llamada de atención para que realmente se pongan en proactiva proyecto reales de ecoturismo sostenibles indicando que solo a través de ellos se puede aspirar a conservar la naturaleza a través del complejo de eco-turismo

Generalmente, cuando hablemos sobre medio ambiente utilizamos un concepto que no está suficientemente claro en su definición. Esto nos lleva a la necesidad de aclarar el significado de algunos términos que se suelen nombrar como sinónimos y que en realidad no lo son, nos referimos a los conceptos de entorno medio recursos naturales, ecología y medio ambiente (Otero, 2001, pág. 2)

El mayor atractivo turístico en el país está dado por sus atractivos naturales, por ello la necesidad de expandir el Eco-Turismo. Ecuador tiene el potencial para posicionarse en su calidad de país más mega biodiverso del planeta, ya que cuenta con la mayor biodiversidad a escala mundial, la misma que se expresa en sus regiones turísticas.

La conformación geológica y la estupenda naturaleza del país permitiendo excursiones y andinismo, adecuadas para conocer profundamente las características tropicales y naturales del país. Dada su posición geográfica y la presencia de la cordillera de los Andes con elevado número de volcanes, así como por la influencia del Pacífico se encuentran a lo largo del territorio ecuatoriano aguas termales con temperaturas que varían desde 20 hasta 68 grados.

Al implementar la creación del complejo eco-turístico en el cantón Rocafuerte se disfrutaran las aventuras que podemos encontrar en Ecuador, es uno de los pocos lugares en el mundo en el que todavía hay extensas áreas de selva virgen inexploradas

libres de contaminación, se pueden planear viajes de aventura particularmente atractivos y fascinantes.

El turismo en nuestro país constituye una fuente muy importante que genera ingresos al país y ofertas de trabajo para las personas, promover el turismo está en nuestras manos, los ecuatorianos poseemos todo lo que necesitamos como es la biodiversidad, parques , reservas naturales, etc.; por consecuente, existe todo lo que se requiere para satisfacer una necesidad turística. Debemos proponer una mejora en el turismo de nuestro país.

1.7.4.1. Lugares a los cuales se dirigen en las diferentes provincias

Lugares, ciudades que se dirigen las personas de la ciudad de Quito cuando realizan sus viajes turísticos fuera de la ciudad.

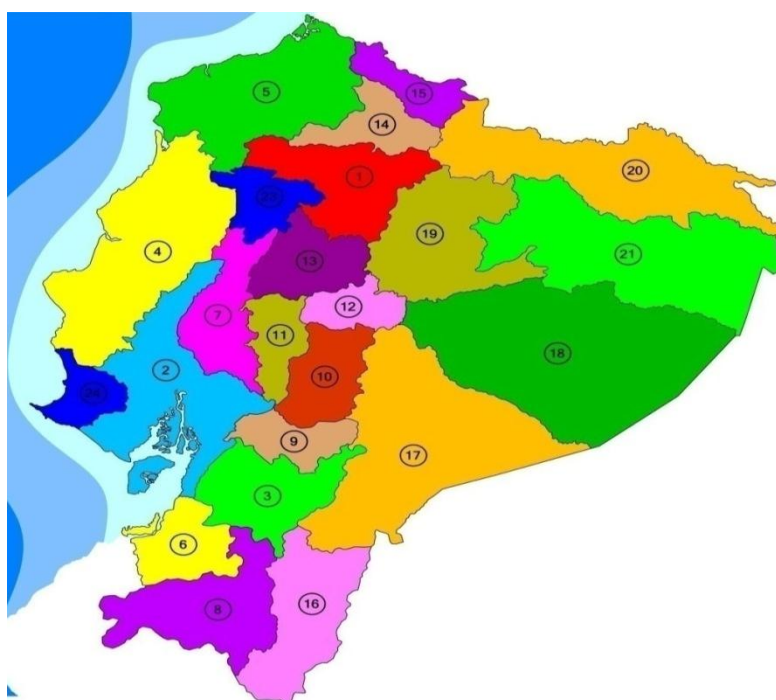


Figura 1. Lugares a los cuales se dirigen en las diferentes provincias

Fuente: (Empresa Metropolitana de Quito)

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 1 Simbología

Provincias	
------------	--

1 Pichincha	13 Cotopaxi
2 Guayas	14 Imbabura
3 Azuay	15 Carchi
4 Manabí	16 Zamora Chinchipe
5 Esmeraldas	17 Morona Santiago
6 El Oro	18 Pastaza
7 Los Ríos	19 Napo
8 Loja	20 Orellana
9 Cañar	21 Sucumbíos
10 Chimborazo	22 Galápagos
11 Bolívar	23 STO. Domingo De Los Tsáchilas
12 Tungurahua	24 Santa Elena

Elaborado por: Estefanía Benavides

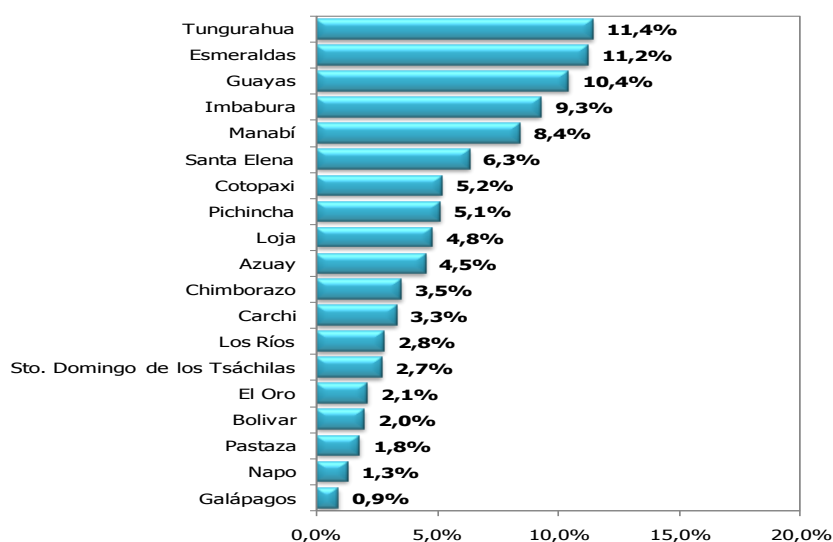


Figura 2. Porcentajes de Turistas en las diferentes provincias:

Fuente: (Empresa Metropolitana de Quito)

Elaborado por: Estefanía Benavides

Esmeraldas y Manabí, ubicados en la Costa del Ecuador, son los principales destinos que prefieren los turistas quiteños para disfrutar época de las vacaciones escolares en la región Sierra. Según los datos más actuales (2011) del Ministerio de Turismo, los quiteños se concentran en las playas de Atacames y Tonsupa, en Esmeraldas, para descansar y desarrollar actividades en familia o los jóvenes las prefieren para practicar turismo de aventura, como parasailing o parapente.

En Manabí, el arribo de los turistas de la capital de Ecuador se da entre fines de julio hasta la última semana de agosto. Los viajeros capitalinos están agrupados en aquellos turistas que se desplazan en automotores propios, los que utilizan el servicio en autobuses de transporte interprovincial y quienes con una mejor capacidad económica viajan en avión.

1.7.4.2. Matriz Productiva

(Colinas, 2008) Menciona “Conjunto de actividades en las cuales se producen bienes y servicios para el mercado destinados al intercambio o acumulación, y por tanto, su realización es reconocida y valorada económica y socialmente”.

La visión del Ministerio de Turismo es trabajar para que la actividad turística sea el eje fundamental del cambio de la matriz productiva, la misma que para cumplir con este objetivo, el Ministerio de Turismo ha dado un giro trascendental, ya que ahora cuenta con una nueva estructura que le permite atender con eficiencia y coordinación adecuada la oferta y la demanda turística, cuyo accionar se basa en cinco pilares:

- **Seguridad.**- Para generar confianza.
- **Calidad.**- Para generar satisfacción de excelencia.
- **Conectividad.**- Para generar eficiencia.
- **Destinos y productos.**- Para generar diferenciación; y
- **Promoción.**- Para generar demanda.

1.7.5. Estudio de Mercado

El uso de la investigación de mercado es la única herramienta imprescindible para aplicar el concepto de marketing en una empresa en otras palabras sin hacer estudios

de mercado no se puede hacer marketing ya que su implantación exige la necesidad inexcusable de comer objetivamente al consumidor final , lo cual solo es posible conseguirlo a través de la investigación de mercados . (Ferre, 2006, págs. 1,2)

La investigación de mercados tiene la función de ayudar al directivo a tomar decisiones, en este sentido contribuye a disminuir el riesgo de la toma de decisiones en base a aportar información objetiva sobre el mercado como cada vez es más peligroso tomar decisiones de una forma meramente intuitiva, por las consecuencias que pueden entrañar el error y la equivocación , de ahí el gran valor de la investigación de mercados que nos permita realizar el proyecto creación del complejo Eco-Turístico en la provincia de Manabí cantón Rocafuerte que vaya en beneficio del cliente interno como externo y no permita tener malos resultados al momento de la creación del complejo Eco-turístico.

El turismo en el Ecuador es una actividad económica y casa vez está siendo más explotada ya que en los últimos tiempos ha sido un factor muy importante en la economía del país

Mayormente el turismo se desarrolla más en la región Costa, región insular y región oriente, al realizar la creación del complejo eco-turístico ayudará a la satisfacción de la demanda que aún no ha sido cubierta y tendrá el turista nacional o extranjero la mejor acogida.

1.7.5.1. Demanda

(Lindon, 1998, pág. 66)Menciono “Llamamos demanda de un bien a la cantidad del mismo que desea adquirir por periodo un grupo de sujetos que lo necesitan, y aun precio determinado”.

La investigación de mercado realizada fue un preámbulo para determinar las características del mercado actual a captar, así también para estimular la futura demanda del servicio.

A diferencia de la producción de un bien, en el cual el productor va hacia la demanda, en un servicio como es el turismo se debe lograr que los demandantes se

dirijan hacia el mismo, por lo tanto el área del mercado para el proyecto estará constituida por el turismo interno receptor que podrían hacer uso del complejo ecoturístico en el cantón Rocafuerte.

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor están dispuestos a adquirir a un precio dado.

Elasticidad Precio de la Demanda

Esta elasticidad mide la variación de la cantidad demandada ante una variación del precio. Se calcula dividiendo la variación porcentual de la cantidad demandada por la variación porcentual del precio.

$$\text{Elasticidad precio de la demanda} = \text{Variación \% de la cantidad} / \text{Variación \% del precio}$$

La elasticidad de la demanda no suele ser la misma a lo largo de toda la curva. Sino que al igual que la pendiente de la curva la elasticidad-precio también va variando.

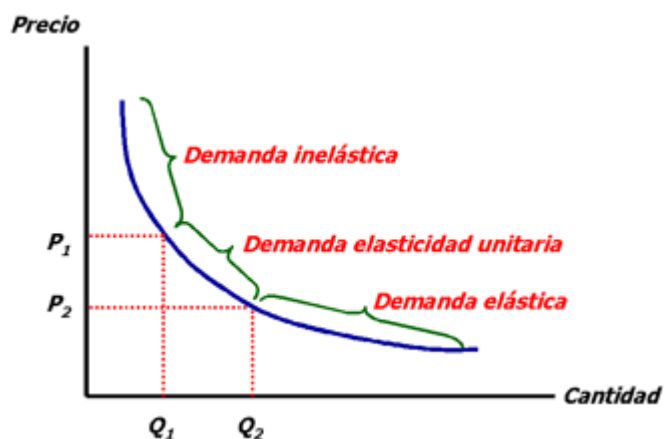


Figura 3. Elasticidad de la Demanda

1.7.5.2. Oferta

(Lindon, 1998, pág. 66) Mencionó “Entendemos por oferta de un bien la cantidad que el mismo planean vender por periodo las unidades productivas a un precio determinado.”

La oferta existente de lugares de hospedaje en la Provincia de Manabí en el Cantón Rocafuerte son lugares que no prestan los servicios para que nuestros turistas se sientan acogidos con el mejor servicio de alojamiento para disfrutar el complejo ecoturístico.

1.7.5.3. Estudio Técnico

Estudio técnico las investigaciones técnicas preliminares y los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto, procesos de elaboraciones especificaciones de los equipos y estructuras y la justificación del grado de mecanización adoptado la cantidad y calidad de los insumos requeridos. (Erossa E. , 2004, pág. 56)

Estudia los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, el tamaño y la localización de la planta que la empresa va a tener para su funcionamiento. Para la creación del complejo turístico debemos tomar en cuenta los siguientes objetivos.

- Identificar el equipamiento y las instalaciones adecuadas para el funcionamiento del complejo Eco-Turístico.
- Determinar el servicio de la empresa así como también el diseño del mismo.
- Contar con una estructura organizacional efectiva.

El presente complejo eco turístico, que estamos llevando a cabo tiene la finalidad de satisfacer las necesidades y gustos que tiene la sociedad, está dirigida a la población económicamente activa de la provincia de Manabí del cantón Rocafuerte y en general a todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Manabí. Este proyecto tiene el propósito de brindar un servicio de entretenimiento y diversión en el campo con la naturaleza con flora, fauna propia de la zona.

1.7.6. Estudio Financiero

1.7.7.1. Inversiones

(Erossa E. , Proyectos de Inversión , 2004, pág. 28)Mencionó “Se refiere al cálculo de las inversiones totales en moneda nacional y extranjera que el proyecto requiere

considerando la inversión en activo fijo y el capital de trabajo o circulante establecerá así la estructura del capital del proyecto”

El presente análisis tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores para elaborar cuadros analíticos y obtener datos adicionales que permitan la evaluación financiera del proyecto para demostrar viabilidad.

1.7.7.2. Presupuesto e Inversiones

Después de haber determinado estrategias y tácticas e emprenderse según el tipo de servicio a entregarse; para satisfacer de mejor manera a los clientes se ha determinado el siguiente presupuesto de inversiones estimado, las inversiones en activos fijos, gastos de constitución o pre-operativos y gastos de operación.

1.7.7.3. Inversiones Fijas

Los activos que requiere el complejo ecoturístico en cantón Rocafuerte se clasifican en:

Tabla 2 Inversiones Fijas

1. Maquinaria y Equipo
2. Construcción e Instalación
3. Muebles y Enseres
4. Menaje de Instalaciones
5. Cubertería y loza
6. Cristalería
7. Menaje de cocina
8. Semovientes
9. Equipo deportivo
10. Terrenos

Elaborado por: Estefanía Benavides

1.7.7. Evaluación Financiera de Proyectos

El objetivo básico de todo estudio económico de un proyecto es evaluarlo es decir, calificarlo y compararlo con otros proyectos de acuerdo con una determinada escala de valores a fin de establecer un orden de prioridades para inicio en cuanto a criterios

de evaluación se distinguen el financiero o de rentabilidad y el llamado criterio social de evaluación a partir de los dos marcos de referencia y atendiendo al objetivo del proyecto los criterios pueden ampliarse. (Erossa E. , Proyectos de Inversión , 2004, pág. 28).

La evaluación financiera nos permitirá obtener impactos negativos y positivos en cuanto al servicio de Eco-Turismo.

Impactos positivos:

- Rentabilidad en el proyecto
- Capacidad de inversión

Impactos negativos:

- No cumplir con el nivel de ventas proyectados.
- Subida de Aranceles en nuestra materia prima.
- Pago de Interés por el crédito.

1.7.7.1. Indicadores Financieros de Rentabilidad

El análisis de inversión busca determinar la rentabilidad de una inversión o comparar la rentabilidad de dos o más alternativas de inversión, para medir el desempeño de una inversión, o contestar la pregunta sobre si esta paga los costos de oportunidad de los recursos adicionales empleados. (Sanchez, Planes de Negocios y Perfil de Inversion , 1997, pág. 56)

1.7.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

(Gomez, pág. 81) Mencionó “Cualquier inversor o financiamiento prefiere tener su dinero hoy en vez de tener igual cantidad dentro de un año. Intuitivamente este es el concepto de VAN”.

Este método es un clásico de la valoración de inversiones en activos fijos, proporcionando una valoración financiera en el momento actual de los flujos de caja netos proporcionados por la inversión.

El tratamiento matemático de cada flujo de caja es sencillo si utilizamos el software financiero incorporado en los ordenadores. El VAN es la diferencia entre el valor presente o valor actualizado de las entradas en caja flujos positivos en un momento del tiempo y el valor actualizado de las salidas de caja flujos negativos si es positivo el proyecto es rentable y baldrá la pena estudiar su ejecución.

Valor actual se define como el valor presente de un flujo de caja futuro traído a hoy usando un tipo de interés determinado para esta operación.

La fórmula es:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1)(1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

- VAN = Valor Actual Neto de la Inversión
- A = Valor de la Inversión Inicial
- Q_i = Valor neto de los distintos flujos de caja. Se trata del valor neto así cuando en un mismo
- k_i = Tasa de retorno del periodo.

El valor futuro del dinero se refiere al valor de una inversión en fecha específica en el futuro. Este concepto supone que el dinero gana algunos intereses, que se recibirán al final de cada periodo en el tiempo, para así ganar interés sobre el interés obtenido

En otras palabras el futuro incluye la inversión original, la ganancia de interés, y los intereses acumulados, el valor futuro puede determinarse, el (VAN) es un método que permite evaluar la rentabilidad en este caso de la creación del complejo eco-turístico, es la suma de los valores actualizados para cada año del flujo de los ingresos menos los costos y se expresa en moneda actual.

1.7.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de interés que produce el capital que permanece invertido en el proyecto debe hacerse énfasis en el concepto de permanecer invertido en el proyecto, debe hacerse énfasis en el concepto de permanecía del capital invertido ya que (TIR), se aplica efectivamente al saldo acumulado en el principio de cada periodo del horizonte de ingresos y egresos y no solo para la inversión inicial del capital (Alvarez, 2004, pág. 159)

Es aquella tasa de actualización que hace que el valor presente de los ingresos sea igual al valor presente de los desembolsos, es decir, que hace que el VAN sea igual que cero.

La TIR se emplea para elegir aquellas alternativas de inversión que no sean mutuamente excluyentes y que en conjunto proporcionen la mayor rentabilidad al usar totalmente los recursos disponibles.

- TIR = Tasa de descuento es indiferente.
- TIR es menor a la Tasa de Descuento se rechaza el negocio.
- TIR es mayor a la tasa de descuento se recomienda aprobar el plan de negocio.

1.7.7.4. Relacion Beneficio Costo

(Sanchez, Planes de Negocios y Perfil de Inversion , 1997, pág. 56) Menciono “Es la relacion la sumatoria de los beneficios actualizados a la TMARC, POR LA sumatoria de los costos actualizados a la TMARC”

La relacion existente entre la inversion inicial con los flujos de efectivo al tiempo cero muestran un indice mayor a 1 lo que significa que la inversion es menor que los ingresos obtenidos durante la vida util del proyecto y por lo tanto es rentable.

- Relación Beneficio/costo = $\frac{\text{Valor presente de Ingresos}}{\text{Valor Presente de Egresos}}$

1.7.7.5. Marco Legal y Organizacional

En términos generales, el estudio administrativo “comprende la razón misma de la empresa, expresada en función de su organización, base filosófica y su talento humano. Es la imagen corporativa que queremos crear a través del proyecto.” (Baca, 1989, pág. 125)

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos. Su elemento principal es el direccionamiento estratégico que debe tener la empresa es decir que es en si la empresa, hacia donde queremos llegar y cuáles son los parámetros específicos que deben seguir cada empleado para alcanzar los objetivos empresariales.

Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico no es otra cosa que la definición clara de los propósitos institucionales, es hacer claridad hacia dónde va la organización. Es un proceso político en el cual deben participar quienes la integran y direccionan.

Incluye la definición de la misión, visión y de los objetivos globales o también llamados estratégicos, definición de las estrategias para el cumplimiento de estos objetivos y la definición de las metas para la medición de su cumplimiento. (Malagon, 2006, pág. 169)

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política.

En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. Su fundamento en muchos países es La Constitución como suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde se incluyen leyes, códigos penales, y Regulaciones, que incluyen Códigos de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia en

cuestión. El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones. (Iza, 2010)

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis General

La Creación de un Complejo Eco-Turístico será factible para el crecimiento de esta actividad en la parroquia Rocafuerte ciudad Rocafuerte.

1.8.2. Hipótesis Específicas

- La falta de un diagnóstico de la situación actual de la parroquia Rocafuerte y de la actividad eco-turística, no permite establecer un detalle de inversión en infraestructura hotelera, para satisfacer la demanda turística tanto para nacional y extranjera.
- El estudio de mercado permitirá identificar las necesidades Eco-Turísticas, el target y los posibles clientes.
- La determinación de Target de mercado, permitirá delimitar el estudio técnico, para cuantificar los requerimientos de inversión, tamaño y localización del Complejo Eco-Turístico.
- La evaluación financiera del proyecto determinará la factibilidad para la Creación del Complejo Eco-Turístico en el Cantón Rocafuerte.

1.9. Metodología

1.9.1. Tipos de Estudio

El desarrollo del proyecto tiene como base, estudios exploratorios en su inicio, y terminan siendo descriptivos, explicativos.

- **Los Estudios Exploratorios.-** Permitirán aumentar el grado de familiaridad con los procesos desconocidos, obtener información y la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre el manejo de correspondencia.

- **El Estudio Descriptivo.-** Permitirá especificar las propiedades importantes de los funcionarios inmersos en el proceso, los cuales van a ser sometidos a análisis o descripción de actividades y tareas. Me permitirán medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.
- **Estudio Explicativo.-** Responderá a las causas de los eventos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se presentará y estará desarrollándose el proyecto.

La metodología a ser aplicada para el presente proyecto estará enfocada a la delimitación de la demanda insatisfecha y oferta, determinando la capacidad instalada que deberá tener el complejo eco-turístico.

El método que se utilizara para el desarrollo del presente proyecto es el método deductivo que partirá de una investigación general a lo particular y el método inductivo que se desarrollara a partir d una investigación minuciosa a lo general , llevarse a cabo una etapa de observación y registro de los hechos que reflejan la veracidad del proyecto.

1.9.2. Métodos

Dentro de los métodos a tomar para la elaboración del presente proyecto están:

- **Método Inductivo.-** Este método está relacionado con la experimentación, es decir las experiencias vividas de un fenómeno pueden integrarse a la teoría, la cual los acepta o los rechaza. La inducción es una forma de raciocinio, que va de un grado menor de conocimiento a otro mayor. Este método se lo utilizará al momento de realizar la investigación de campo con el objetivo de conocer algunos aspectos importantes del servicio a ofrecer por parte de los clientes actuales y potenciales (gustos, necesidades y preferencias).
- **Método Analítico.-**Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera integral.

Este método será aplicando una vez realizado el estudio financiero en cada estado financiero, que se obtendrá por medio de los rubros que involucran la creación de la empresa para luego analizar la factibilidad del proyecto por medio de los indicadores financieros (VAN, TEMAR, TIR).

1.9.2.1. Fuentes Primarias

- **Encuesta.-** Es una técnica destinada a obtener opiniones de varias personas o de un grupo de personas con comportamiento homogéneo o heterogéneo. Aquí utilizaremos un cuestionario estructurado que irán dirigidas a los integrantes de la institución que nos servirán para elaborar el diagnóstico situacional.
- **Entrevista.-** Es un dialogo entre dos personas (entrevistado y entrevistador), puede realizarse libre y espontáneamente; se la llevará a cabo con las principales autoridades y funcionarios de la institución para obtener información que no se pudo obtener anteriormente.
- **Observación Directa.-**Consiste en observar atentamente los hechos que suceden en la institución.

1.9.2.2. Fuentes Secundarias

- Libros
- Registros
- Internet
- Folletos
- Publicaciones

1.9.3. Técnicas para el Análisis de la Información

Se utilizará la Técnica del Fichaje para registrar los datos que se van obteniendo. Los resultados obtenidos se presentarán en cuadros estadísticos que posteriormente se analizarán e interpretarán para formular una propuesta. La presentación de la información se la realizará mediante gráficos que muestren la optimización de los procesos y su valor agregado.

1.9.3.1. Técnicas

El proceso de recolección de información utilizara las técnicas de observación y entrevistas a grupos focales y un análisis detallado a las empresas que brinden servicio hospedaje en el cantón Rocafuerte. De manera que se pueda tomar referencia del servicio que se brinda en Eco-turismo para realizar el mejoramiento del mismo.

- **Observación directa.-** Se utiliza esta técnica para identificar el tipo de servicio que es brindado por las empresas que brindan servicio de hospedaje en la región de Manabí , de manera que se identifiquen los procesos y se mejoren, generando valor agregado al servicio brindado por la competencia en el nuevo y moderno complejo turístico.
- **Entrevista a Grupos focales.-** esta técnica se la realizara mediante una conversación de un grupo de turistas o huéspedes que hagan uso de los diferentes hoteles de la región tiene como finalidad poner en contacto y confrontar diferentes puntos de vista a través de un proceso abierto y emergente centrado en el tema objeto de la investigación.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público a través de la información, la cual se utiliza para identificar, definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercado y para mejorar la competencia del proceso del mismo.

También siendo una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultado que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramienta estadística y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. El país requiere inversión en

proyectos que fomenten el turismo receptor e interno ya que es considerado un segmento importante de los ingresos en la economía nacional.

Objetivo del estudio

Identificar los atributos del servicio a ofrecer, el entorno natural, social y cultural de la zona y los atractivos que lo constituyen como producto turístico.

Tabla 3 Matriz de Encuesta

Variables	Preguntas
Socioeconómicas	Se analizan variables como Ocupación Nivel de ingresos Edad
Geográficas	Se analizan variables como: <ul style="list-style-type: none"> • País • Región • Provincia • Parroquia • Densidad Están variables aportan información para analizar el segmento donde se puede llevar a cabo un proyecto de Eco- turismo en su fase de introducción.
Motivacionales	Proporciona información para los criterios de localización de la inversión, lo más importante para el diseño de las instalaciones del nuevo complejo Eco-Turístico.
Hábitos de consumo	Se refiere a las formas habituales que el consumidor , utiliza un servicio de un complejo Eco- Turístico, los hábitos de consumo así se analiza el uso del mismo que puede ser Individual Grupal Precio Calidad Forma de pago crédito, efectivo
Gustos y preferencias	En un complejo Eco – Turístico se refiere a conocer gustos como Comida típica Canchas Múltiples Juegos Recreativos Pista de Bicicrós Jardines Botánicos Cabalgata

	Piscina /Spa
--	--------------

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.1. Investigación de Mercado

2.1.1. Definición del servicio

El Complejo Eco-Turístico será legalmente registrados y categorizado por el Ministerio de Turismo y Cámara de Turismo; entidades que son las encargadas de permisos necesarios para el funcionamiento.

Los servicios que pretende brindar la hostería ecológica a los turistas, son los siguientes:

- **Alojamiento.**-Esta área constará con un número de 12 cabañas, las mismas que pueden albergar entre 5 y 8 personas cada una.
- **Bar – Restaurante.**-Dentro del bar – restaurant, los visitantes tendrán una variedad de comidas típicas de la región costera y de igual forma degustarán de bebidas en el bar de la hostería ecológica.
- **Parqueadero.**-Los clientes tendrán a su disposición el parqueadero delimitado para cada habitación, permitiendo tener un orden de accesibilidad y control de sus vehículos.
- **Canchas Múltiples.**-El complejo contará con 2 canchas de futbol y 2 voleibol,
- **Spa/ Piscina:** Los turistas tendrán acceso a la piscina en cualquier momento del día.
- **Actividades Eco Turísticas.**– Deportivas.-Las actividades eco turístico y deportivo se realizarán en torno a las características naturales de la zona, es así que:

Caminatas, observación de especies, tarabitas, deporte extremo y cabalgatas, se delimitarán según la geología y condiciones del suelo, características panorámicas y condiciones naturales en diferentes puntos estratégicos a lo largo del terreno.

2.1.1.2. Segmentación de Mercados

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares, en el caso de la implementación de eco-turismo se brindará un servicio de comodidad para nuestros turistas nacionales y extranjeros.

Beneficios de la Segmentación de Mercados

- Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un sub-mercado y el diseño eficaz en la mezcla de marketing para satisfacerlas.
- Las empresas de tamaño mediano pueden crecer más rápidos si obtiene una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.
- La empresa crea una oferta de producto servicio más afinado al precio apropiado para el público objetivo.
- La empresa enfrenta menos competidores en un segmento específico.
- Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable.

2.1.2. Determinación del Mercado Objetivo

Los mercados están constituidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos o servicios.

El mercado potencial para el presente proyecto se divide en dos: un mercado nacional el cual lo constituyen (turistas regionales y locales) y en un mercado internacional el cual está compuesto en (turistas extranjeros de cualquier parte del mundo).

2.1.3. Segmentación del Mercado Potencial

La segmentación de mercados es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmento.

La segmentación del mercado permite analizar las oportunidades del segmento a los que se enfrenta el comercial, para esto es muy importante evaluar las categorías de los diferentes segmentos a fin de poder identificar al grupo de consumidores potenciales a quienes se puede ofrecer el producto.

2.1.3.1. Segmentación Geográfica

El Ecuador consta de cuatro regiones geográficas: Sierra, Costa, Oriente e Insular, es así que el mercado se dividirá de la siguiente manera:

Tabla 4 Segmentación Geografía

Criterios de Segmentación	Segmentos
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Manabí
Parroquia	Rocafuerte
Densidad	Rural

Elaborado por: Estefanía Benavides



Figura 4. Provincia de Manabí Cantón Rocafuerte

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.1.3.2. Segmentación Demográfica

En la ciudad de Quito del distrito metropolitano de Quito de la provincia de Pichincha se identificará a los consumidores potenciales del servicio turístico a ofrecer, para lo cual se utilizara, las siguientes variables:

Tabla 5 Segmentación Demográfica

Criterios de segmentación	
✓ Ingresos	+ \$354,00
✓ Edad	Entre 18 a 65 años
✓ Genero	masculino y femenino
✓ Ciclo de vida familiar	soltero, casado, divorciado
✓ Clase social	Baja, media y alta
✓ Escolaridad	Primaria, secundaria, superior
✓ Condición	Pobladores y Turistas

Elaborado por: Estefanía Benavides

El estudio de mercado se realizara en base de los gustos y preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros.


2.1.3.3. Segmentación Psicográfica:

- Personas que sean atraídas por la naturaleza, turismo rural, cultural.
- Personas que prefieran, la aventura, lo tradicional

2.1.4. Tamaño del Universo

Como universo del proyecto para la investigación de campo se tomará en cuenta el número de la población de Quito, de acuerdo a datos de (Proyección según el censo poblacional del INEC).

Tabla 6 Tamaño del Universo

Entidad	Capital
• País	 Ecuador
• Total	352 (Urbana)km ² 4 183 (Metropolitana) km ²
Distancias	420 km a Guayaquil 450 km a Cuenca 133 km a Santo Domingo 518 km a Machala 208 km a Pasto (Colombia)
Población (2014)	Puesto 2.º
• Total	2 239 853 hab. ³
• Densidad	5563 hab/km ²
• Pobl. metropolitana	2 505 344 hab.

Elaborado por: Estefanía Benavides

Se realiza con el universo de la población de Quito, para obtener información de cuantos turistas nacionales o extranjeros viajan desde Quito a las distintas maravillas del país.



Figura 5. Turistas que viajan dentro del Ecuador

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.1.4.1. Poblacion

Población es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra.

2.1.4.2. Muestra

Es una parte o subconjunto de una población normalmente seleccionada de tal modo que ponga de manifiesto las propiedades de la población. Su característica más importante es la representatividad, es decir, que sea una parte típica de la población en la o las características que son relevantes para la investigación.

2.1.4.3.1. Cálculo del Tamaño de la Muestra

Después de revisar las variables de segmentación del mercado, para obtener la muestra para la creación del Complejo Eco-Turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte se empleará la encuesta por muestreo, de esta se conseguirá información a través de entrevistadores que harán preguntas a una parte representativa de la población o universo del estudio con el fin de buscar fenómenos sociales y extraer información necesaria para la elaboración del presente proyecto.

Se toma cuenta este libro ya que presenta de forma estructurada una colección de problemas relativos a las técnicas de muestreo estadístico en poblaciones finitas y su utilización para el diseño de encuestas y la selección de muestras. Partiendo de las

herramientas básicas del muestreo y de los fundamentos y aplicaciones de cada tipo de muestreo se resuelven una serie de ejercicios hasta cubrir los tipos de encuestas más utilizados en las aplicaciones prácticas reales en campos como la economía, el marketing directo, la investigación de mercados, las ciencias ambientales, el control de calidad, la estadística pública, etc. (Cesar, 2007, pág. 130)

Debido a la información requerida, sobre la población que va a ser objeto del estudio se utilizará el muestreo aleatorio simple, que permite que cada posible muestra tenga igual probabilidad de ser seleccionada y que cada elemento de la población total tenga una oportunidad igual de ser incluido dentro de la muestra a realizar.

Simbología

N= Población de la ciudad de Quito	2.239.853
Z ² = Nivel de confianza (95%)	1.96
P= Proporción real estimada de éxito	50%
Q= Proporción real estimada de fracaso	50%
e= Error	9%

Fórmula:

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96^2)(0,5)(0,5)(2'239.853)}{(0,09)^2 (2239853 - 1) + (1.96^2)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,841)(0,25)(2'239.853)}{(0,0081)(2239852) + (3,841)(0,25)}$$

$$n = \frac{2'151.155}{(18142,8) + (0,96025)}$$

$$n = \frac{2'151.155}{18143.76}$$

$$n = 118.56 \approx 119 \text{ encuestados}$$

2.1.5. Diseño de la Encuesta

2.1.5.1. Formato de la Encuesta

El formato de la encuesta que se utilizó en el desarrollo de la investigación de campo dentro del presente proyecto para la creación del Complejo Eco-Turístico está conformado por ocho preguntas.

Para el procesamiento de la información es muy importante la obtención de datos que ayuden a la correcta toma de decisiones del proyecto, este deberá ser minucioso y evitando errores al máximo nivel. Para la tabulación y procesamiento de los resultados de los datos obtenidos, se utilizarán herramientas estadísticas, en bases a un análisis cuantitativo y cualitativo de cada una de las preguntas que se plantearon. (Ver anexo N° 1)

2.1.6. Tabulación

Tabla 7 Edad

Detalle	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
18-25	15	13%
26-35	22	18%
36-45	35	29%
Más 45	47	39%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

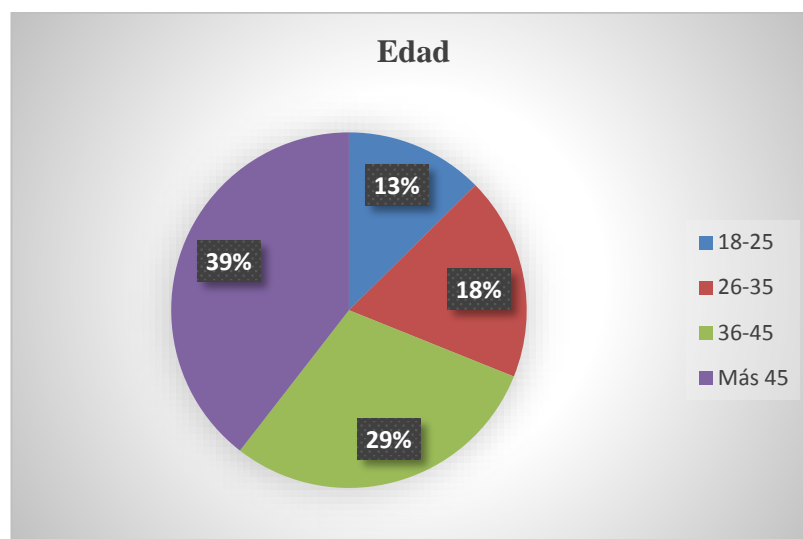


Figura 6. Edad

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 39 % tienen de las personas encuestadas son mayores de 45 años, con un menor porcentaje con un 13% tienen una edad entre 18-25 años. Dato que permite validar que el complejo Eco-Turístico este servicio de toda la población, ya que es un servicio direccionado a la familia otro indicio más para llegar a cabo el proyecto.

Tabla 8 Ingreso Mensual

Detalle	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
350 - 400	37	31%
401- 700	35	29%
701 En adelante	47	39%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

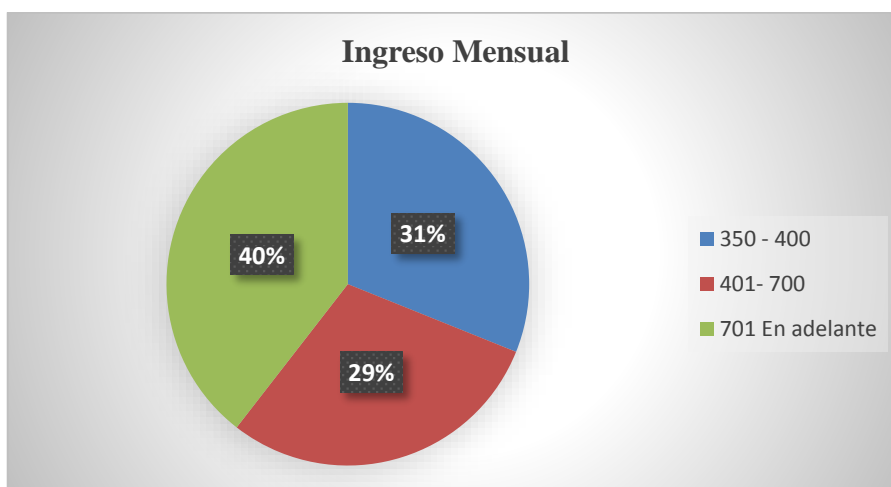


Figura 7. Ingreso Mensual
Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 40% presentan superiores a los 700 dólares, mientras que el 31% de las personas encuestadas tienen ingresos en promedio de 300 a 400 dólares, siendo el 29 % con ingresos promedios de 40 a 700 dólares mensuales.

Información que permite analizar los ingresos de los futuros clientes del complejo Eco- Turístico, se puede validar o detallar al tipo de turistas que visitaran el mismo, los cuales presentan ingresos mayores al sueldo básico, y puedan disfrutar de lugares hermosas que presenta Ecuador como el Cantón Rocafuerte, un indicio más que conlleva a realizar el proyecto Eco- Turístico.

Tabla 9 Ocupación/ Trabajo

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Empresa Publica	35	29%
Empresa Privada	63	53%
Propio Negocio	13	11%
Otros	8	7%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

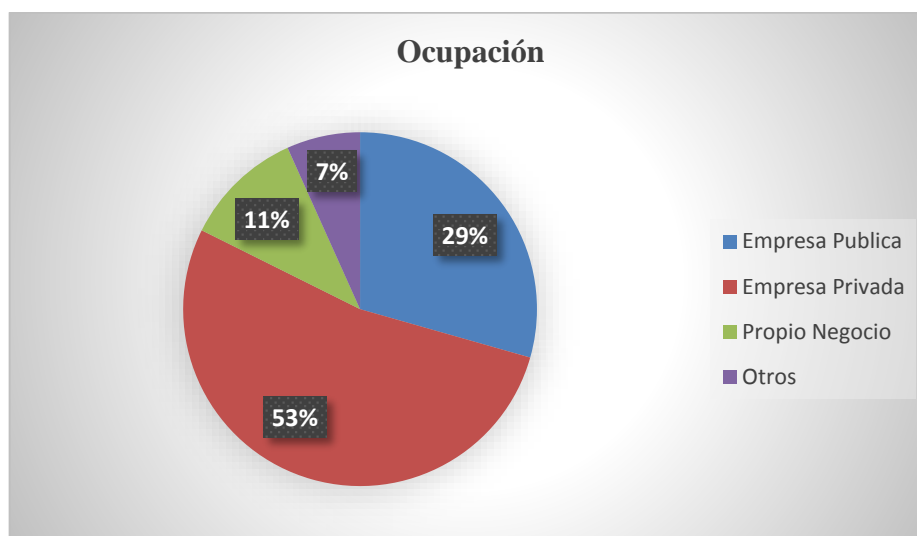


Figura 8. Ocupación/ Trabajo
Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos, en la encuesta se valida que el 53 % trabajan en empresas privadas, representando el 29% de las personas encuestadas al sector público mientras que el 11% mantienen negocios propios.

La información de la encuesta arroja mayores datos, que permitirá lanzar nuestro servicio Eco - Turístico con mayor firmeza se observa que un porcentaje alto de personas presentan un trabajo estable en instituciones privadas y públicas.

1. ¿Ha visitado usted lugares eco- turísticos (Hosterías, cabañas, atractivos turísticos etc.?)

Tabla 10 Visita lugares eco-turísticos

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
SI	119	100%

NO	0	0%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

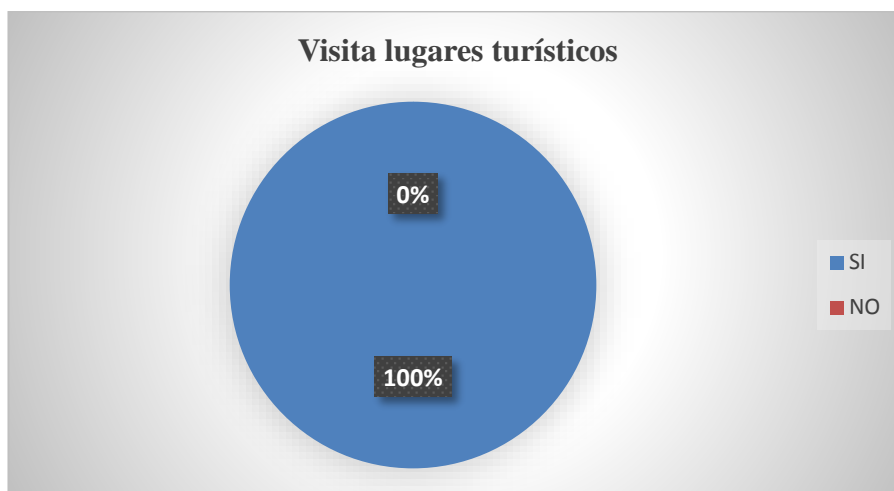


Figura 9. Ha visitado usted lugares eco- turísticos

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 100% de las 119 personas encuestadas si ha visitado lugares Eco-Turístico.

Información importante que permite direccionar el desarrollo del nuevo complejo, pues se puede determinar que las personas si podían visitar el nuevo complejo eco-turístico.

3. ¿Con que frecuencia usted visita estos lugares?

Tabla 11 Frecuencia de visita

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Semanal	5	4%
Quincenal	8	7%
Mensual	28	24%

Semestral	60	50%
Anual	18	15%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

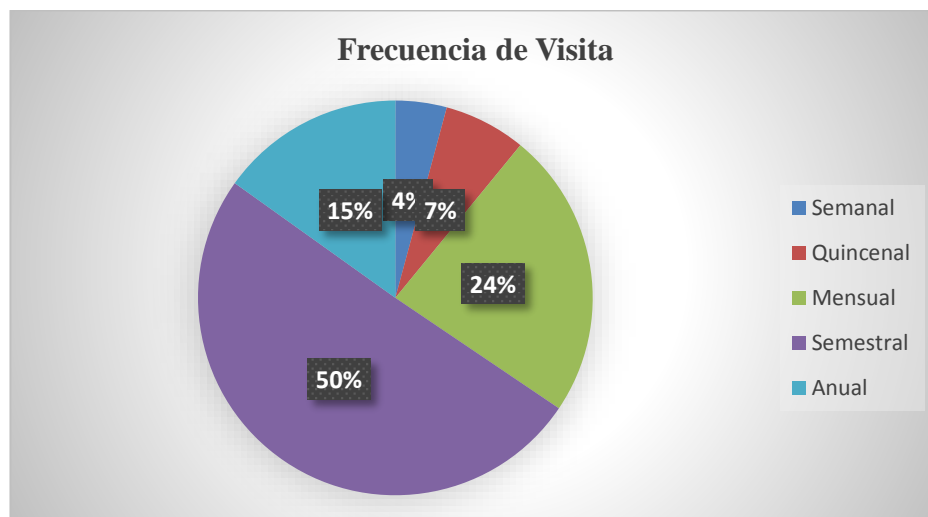


Figura 10. Con que frecuencia usted visita estos lugares

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 50% visita semestralmente un lugar eco-turístico, que equivale a 60 personas de la población, el 24% de las personas encuestadas realizan sus visitas de manera mensual, con un menor porcentaje con un 4% visitan semanalmente.

Otro punto a considerar la información de la muestra, permite obtener mayores datos, que permitirá lanzar nuestro servicio Eco. Turístico con mayor firmeza se observa que las mayores visitas se turistas es de forma semestral, dando un indicio más sobre la factibilidad del presente proyecto.

4. ¿Los lugares que usted visita para su diversión y recreación cuentan con una variedad de servicios?

Tabla 12 Los lugares que usted visita para su diversión y recreación

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	42	35%
No	77	65%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

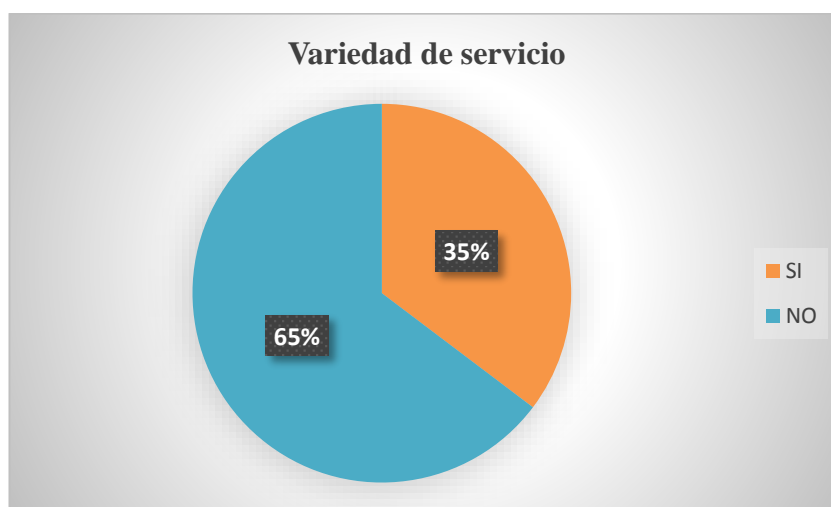


Figura 11. Los lugares que usted visita

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta se valida que el 65% informa que no cuentan con una variedad de servicios, que equivale a 77 personas de la población, con un porcentaje menor con un 35% indica que si cuentan con todos los servicios de un complejo Eco -Turístico. Dato adicional que permite verificar las necesidades que presenta el turista, y poder implementar los servicios necesarios para la satisfacción del mismo.

5. ¿De los siguientes servicios elija cual (es) de ellos le gustaría que exista(n) en un complejo eco-turístico?

Tabla 13 De los siguientes servicios elija cuál de ellos le gustaría que exista.

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Hospedaje	15	8,33%
Restaurante	10	5,56%
Canchas Múltiples	15	8,33%
Juegos Recreativos	12	6,67%
Pista de Bicicrós	15	8,33%
Guía Turístico	13	7,22%
Jardines Botánicos	12	6,67%
Cabalgata	25	13,89%
Deportes extremos	20	11,11%
Visita arqueológicas/ culturales	21	11,67%
Piscina /Spa	22	12,22%
TOTAL	180	100

Elaborado por: Estefanía Benavides

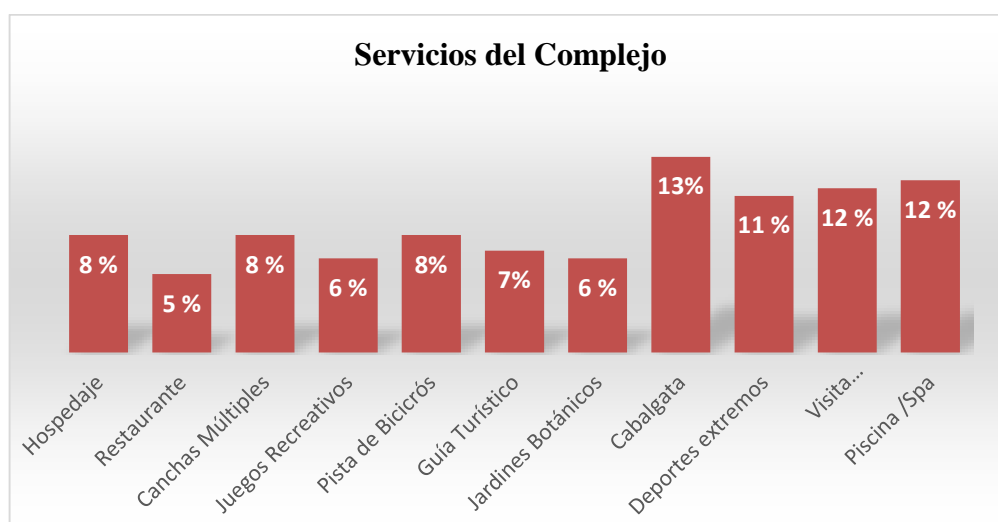


Figura 12. De los siguientes servicios elija cuál de ellos le gustaría que exista

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que con un valor similar del 12 % informan que los servicios que les gustaría en un complejo Eco- Turístico es

Piscina /SPA, Visita Arqueológicas que equivalen a 22 personas de la población, y un porcentaje menor del 5% informan que les gustaría que exista restaurant.

6. Si tuviese oportunidad de que exista un complejo eco- turístico con los servicios que le gustaría señalados anteriormente ¿Cómo sería su estadía?
¿Cuándo?

Tabla 14 Cómo sería su estadía

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Por horas	49	41%
Por días	70	59%
TOTAL	119	100%
Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Días entre semana	9	8%
Fin de semana	69	58%
Vacaciones	41	34%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

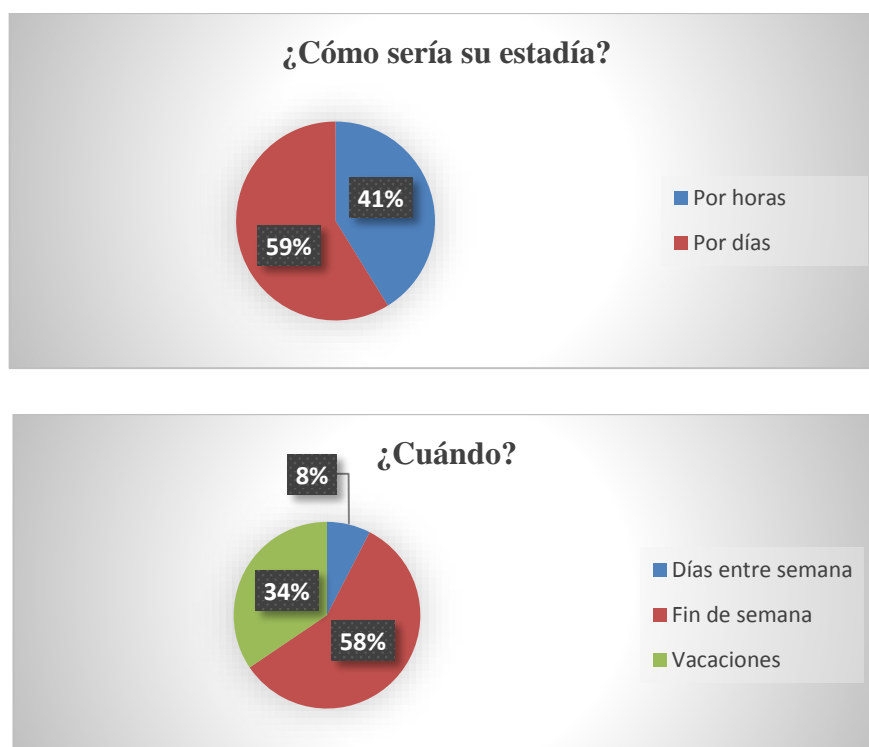


Figura 13. Cómo sería su estadía
Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 41% informan que su estadía sería por horas, que equivale a 49 personas de la población, mientras que el 59% de las personas encuestadas indican que su estadía sería por días, lo que nos permite identificar que el complejo eco turístico tendrá aceptación por lo turistas y tendrán permanencia en el complejo, por tanto será viable la venta de paquetes turísticos para 3 días. A la vez se puede identificar que el 58% de encuestados visitaría en complejo los fines de semana mientras que el 34% visitaría el complejo en vacaciones, por tanto se evidencia la factibilidad de crear un complejo pues la mayor parte del tiempo estaría con visitantes.

7. ¿Con cuántas personas visita usted con frecuencia estos lugares de Ecoturismo?

Tabla 15 Con cuantas personas visita usted con frecuencia estos lugares.

Personas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
De 1 a 5	36	30%
de 6 a 10	58	49%
10 en adelante	25	21%
Total	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

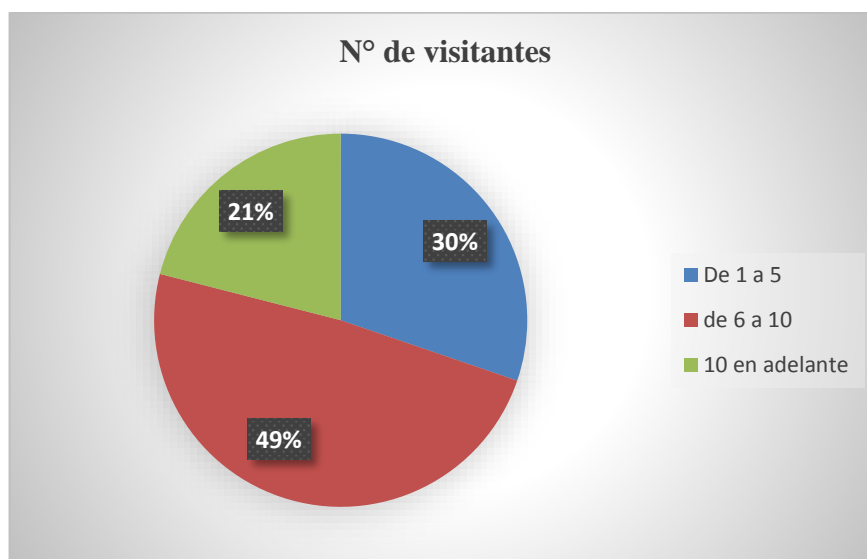


Figura 14. Con cuantas personas visita usted

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los datos obtenidos de la encuesta, se valida que el 49% visitan un complejo Eco –Turístico entre de 6 a 10 individuos, que equivale a 58 personas de la población, mientras que el 30% de las personas encuestadas visitan complejos con un numero de 1 a 5 personas y el 21% indica que su visita a complejos las realiza en compañía de más de 10 personas.

Información que va permitir, catalogar que las visitas a un complejo ecoturístico son en grupos que puede ser familiar, estudiantil, o de trabajo, otro indicio que hace favorable para la creación del mismo, pues cada cabaña tendrá capacidad para 8 personas en promedio.

8. ¿Cree beneficioso la creación de un complejo Eco- turístico en la provincia de Manabí Cantón Rocafuerte que brinde servicios de recreación y diversión?

Tabla 16 Cree beneficioso la creación de un complejo Eco- turístico

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	95	80%
No	24	20%
TOTAL	119	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

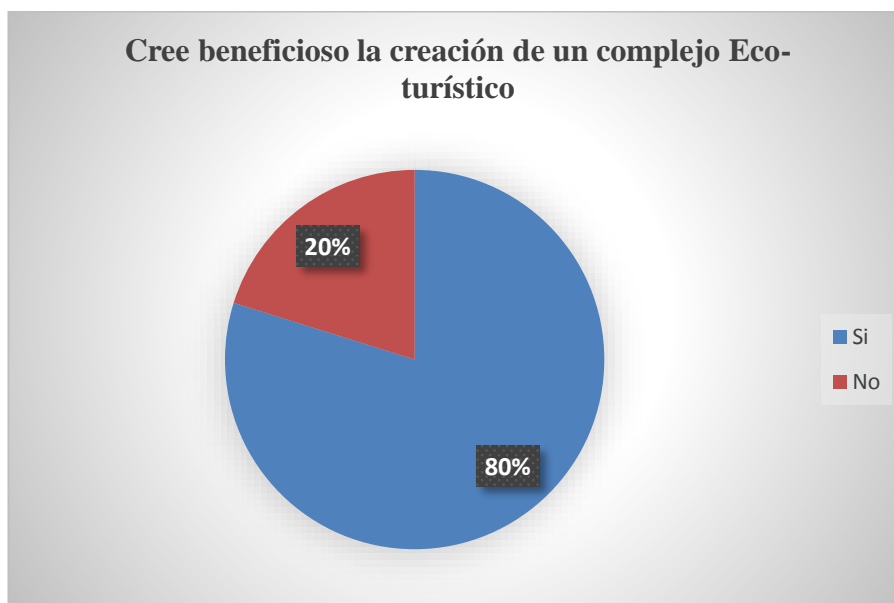


Figura 15. Cree beneficioso la creación de un complejo

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 80% si está de acuerdo con la creación de un complejo Eco-Turístico, que equivale a 95 personas de la población, mientras que el 20% de los encuestados siendo un mínimo porcentaje ha indicado que no.

Dato optimo que permite tener un indicio más para la creación del complejo Eco-Turístico, se valida que un porcentaje alto cree beneficioso la creación del mismo en la provincia de Manabí cantón Rocafuerte.

9. ¿Estaría dispuesto a considerar como una opción para vacacionar al nuevo complejo turístico?

Tabla 17 Opción para vacacionar

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
SI	93	98%
NO	2	2%

TOTAL	95	100%
--------------	-----------	-------------

Elaborado por: Estefanía Benavides

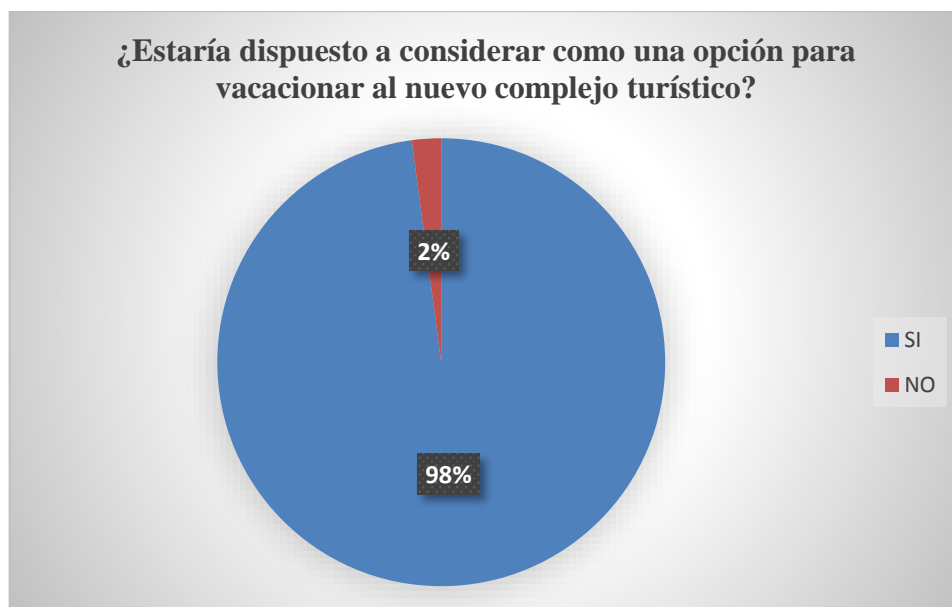


Figura 16. Estaría dispuesto a tomar en cuenta este nuevo complejo

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los datos obtenidos de la encuesta, se valida que el 98% si está dispuesto a tomar en cuenta un nuevo complejo turístico, en menor porcentaje con un 2% no tomaría en cuenta un nuevo complejo Eco -Turístico.

Información importante que permite tener un punto favorable para la creación del complejo Eco-Turístico, en un porcentaje alto de personas mencionaron que están dispuestos a tomar en cuenta un nuevo complejo como una opción para disfrutar de sus vacaciones.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete Eco-turístico de (3 días 2 noches)?

Tabla 18 Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete.

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$ 110 a \$130	66	71%
\$ 151 a \$180	23	25%

\$180 en adelante	4	4%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

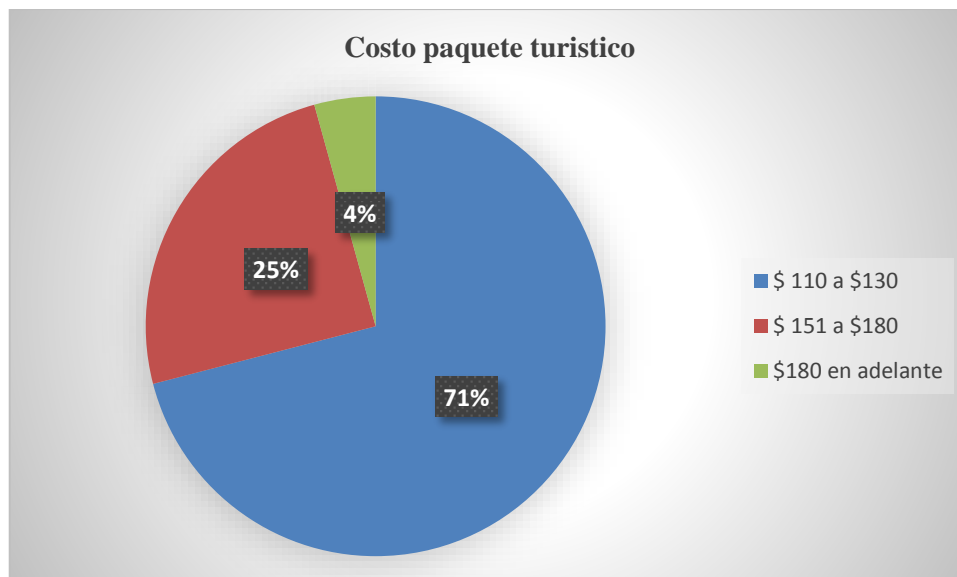


Figura 17. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los datos obtenidos de la encuesta, se valida que el 71% estaría de acuerdo a pagar de \$ 110 a \$ 130 con un paquete Eco-Turístico, mientras que el 25% estaría a pagar un valor entre \$ 151 a \$180, tan solo el 4% de las personas encuestadas estaría dispuestos a pagar un valor superior a los \$180 dólares.

Información que permite analizar, el valor que está dispuesto a pagar por un paquete turístico el futuro cliente, al relacionar con el ingreso que son valores mayores al sueldo básico, esta correlación permite tener un indicio más que puede establecer los valores para el servicio del complejo, porcentajes analizados que conlleva a presentar el proyecto para su ejecución.

11. ¿Qué precio cree usted sería el indicado para la utilización del complejo turístico, incluye solo el uso de las instalaciones?

Tabla 19 Qué precio cree usted sería el indicado para la utilización del complejo.

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$10 a \$20	79	85%
\$21 a \$25	11	12%
Otro	3	3%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

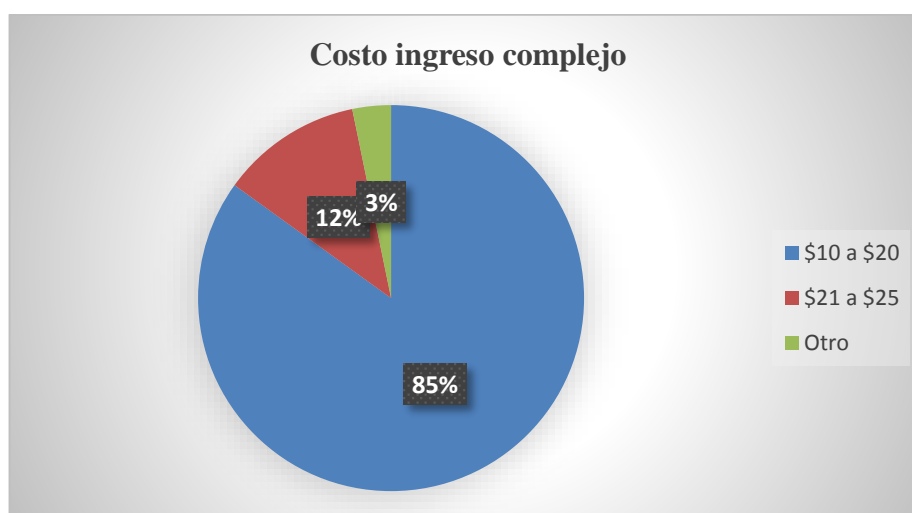


Figura 18. Qué precio cree usted sería el indicado

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados, obtenidos de la encuesta, se valida que el 85% estarían dispuestos a pagar entre \$ 10 a \$ 20 por la utilización del complejo, mientras que 12% estaría dispuesto a pagar un valor superior a los 20 dólares.

Información que permite establecer un rubro por el uso de las instalaciones en función del poder adquisitivo de los posibles clientes.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?

Tabla 20 Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje.

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$ 15 a \$20 por persona	80	86%
\$ 20 a \$ 30 por persona	13	14%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

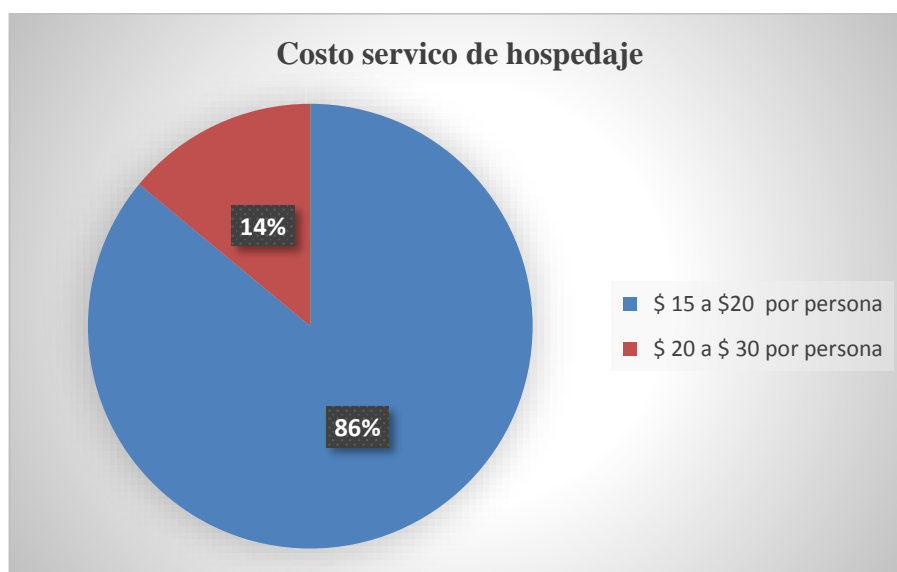


Figura 19. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 86 % pagarían por una habitación entre \$ 15 a \$ 20, que equivale a 80 personas de la población, con un 14 % gastarían entre \$20 a \$30 por una noche de hospedaje.

Datos que permite tomar en cuenta la preferencia que tienen los futuros clientes en cuanto al hospedaje valor que se incluiría en una única tarifa a quienes no hagan uso del paquete turístico.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de restaurante?

Tabla 21 Costo Desayuno

Desayuno	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
\$ 3.00 a \$ 5.00	60	65%
\$ 5.00 a \$ 8.00	22	24%
Más de \$8.00	11	12%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

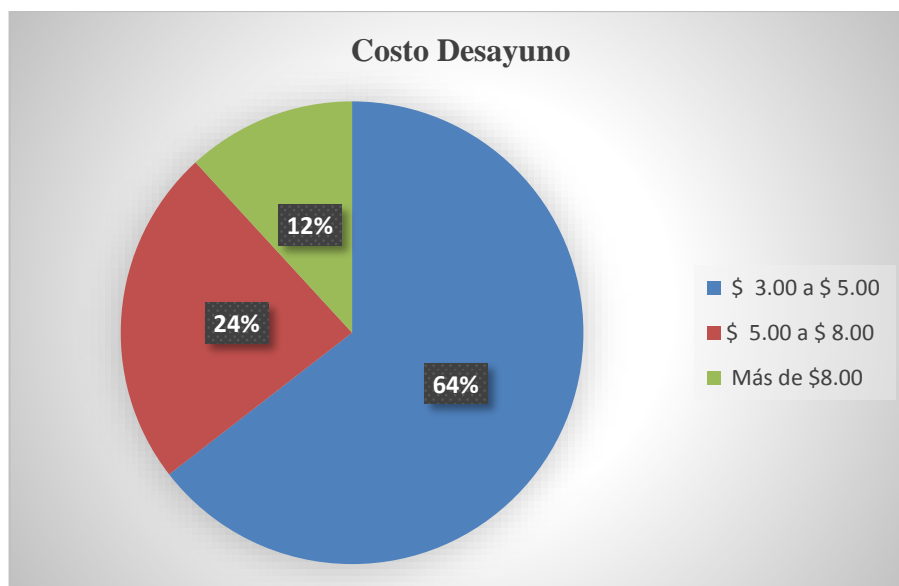


Figura 20. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un desayuno

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 64%, está dispuesto a pagar por desayuno entre \$ 3 a \$ 5, mientras que el 24% pagaría un valor entre 5,00 a 8,00 dólares, dato que nos permite establecer el costo máximo por el servicio de desayuno.

Costo de servicio de almuerzo.

Tabla 22 Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo

Almuerzo	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
\$4.00 a \$ 7.00	56	60%
\$7.00 a \$ 10.00	29	31%
Más de \$10.00	8	9%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

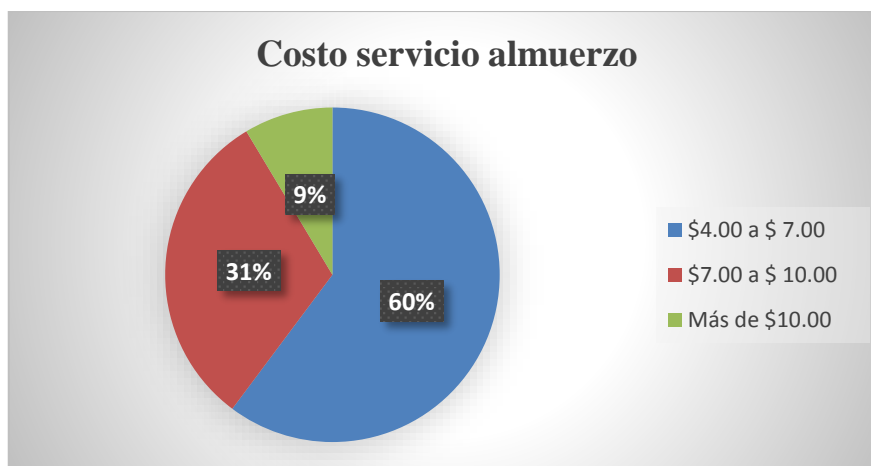


Figura 21. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo

Elaborado por: Estefanía Benavides

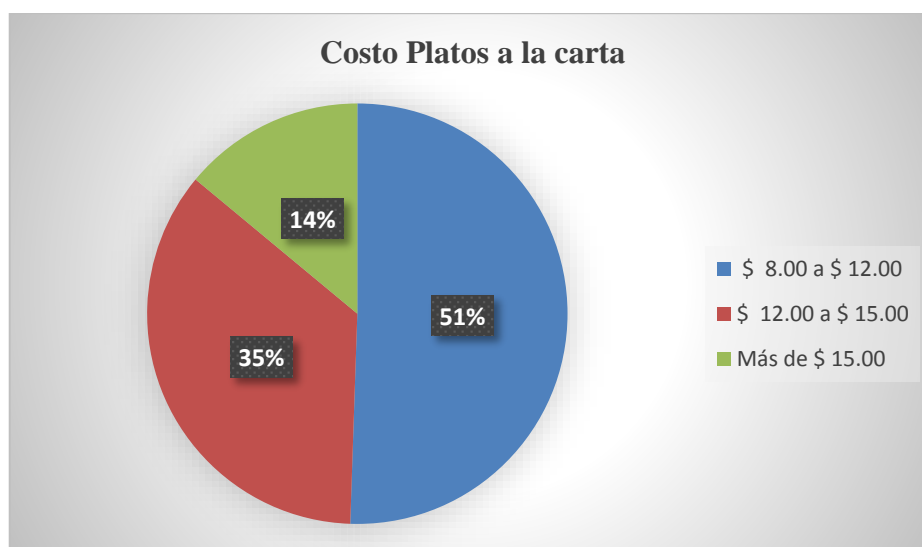
Según los resultados obtenidos de la encuesta se valida que el 60% está dispuesto a pagar por un almuerzo el valor de \$ 4 a \$ 7, representando el 31% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por un almuerzo un valor entre 7 a 10 dólares, por tanto para el cálculo de los precios de almuerzo se considera un valor máximo de costo de hasta 10 dólares.

Costo de servicios de platos a la carta

Tabla 23 Costo Platos a la Carta

Platos a la carta	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$ 8.00 a \$ 12.00	47	51%
\$ 12.00 a \$ 15.00	33	35%
Más de \$ 15.00	13	14%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

**Figura 22. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato a la carta**

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 51 % estaría dispuesto a pagar entre \$ 8 a \$12 por platos a la carta, mientras que el 35% estaría dispuesto a pagar un valor entre \$12 a \$15 dólares por plato, por tanto se puede definir que los valores oscilaran entre los 8 y 15 dólares.

Costo de servicios de meriendas.

Tabla 24 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una merienda

Meriendas	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$ 4.00 a \$ 6.00	56	60,22%

\$ 6.00 a \$ 8.00	15	16,13%
Más de \$8.00	22	23,66%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

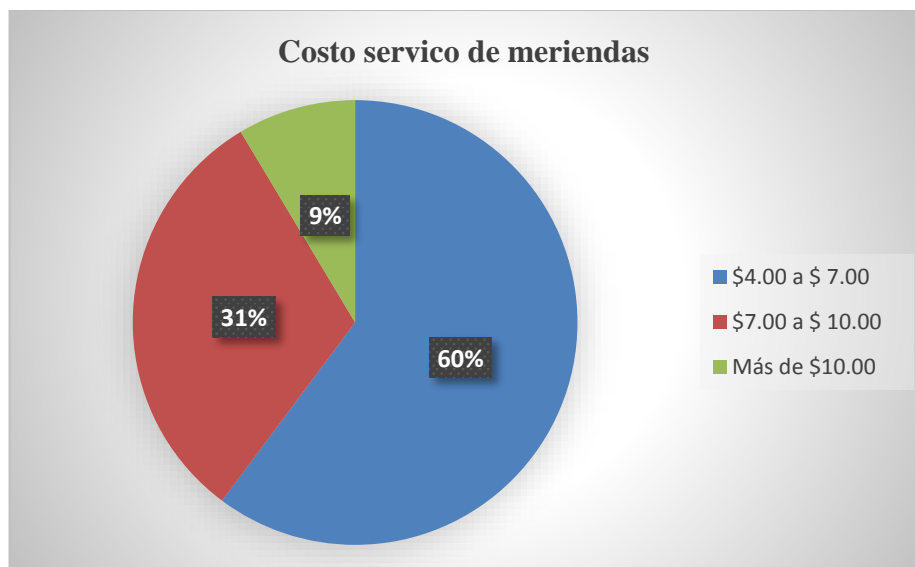


Figura 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una merienda

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 60 % estaría dispuesto a pagar entre \$ 4 a \$6 por una merienda, el 31% estaría dispuesto a pagar entre \$6 a \$ 8 dólares, por tanto el valor estará determinado con un costo que variará entre los 4 a 8 dólares.

Costo de servicio de break

Tabla 25 Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de break

Break	Frecuencia absoluta	Porcentaje
\$ 3,00 a \$ 5,00	48	52%
\$ 5.00 a \$ 8.00	29	31%
Más de \$8.00	16	17%

TOTAL	93	100%
--------------	-----------	-------------

Elaborado por: Estefanía Benavides

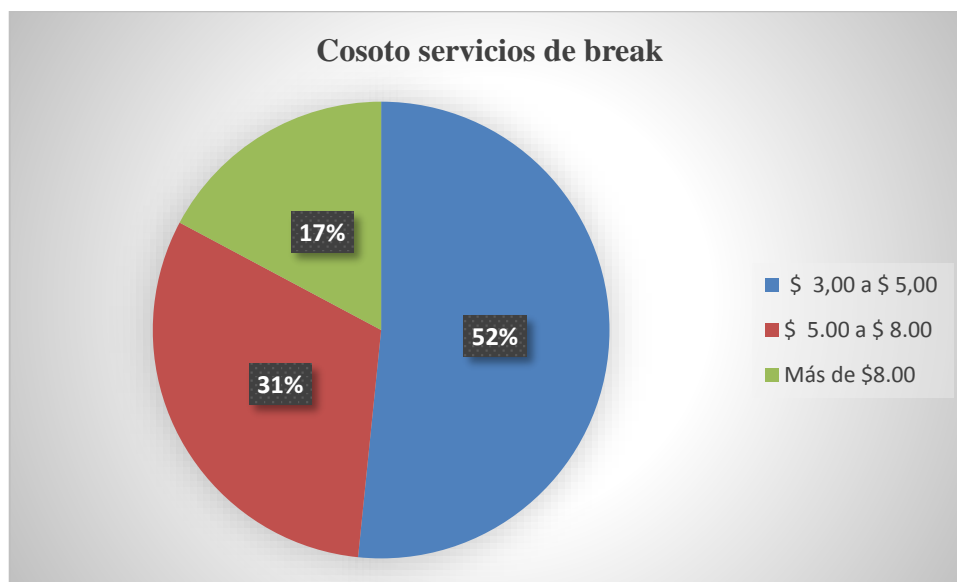


Figura 24. Cuánto estaría dispuesto a pagar por unos servicios de break

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 52% estaría dispuesto a pagar entre \$ 3 a \$ 5 por un Break, mientras que el 31% pagaría un valor comprendido entre \$ 5 a \$ 8 dólares.

Información importante que permite validar, las preferencias alimenticias que tienen los futuros clientes y punto a favor, para establecer los precios del servicio de, desayunos almuerzos, meriendas, break.

13. ¿Con que medio de comunicación desearía conocer el complejo turístico a crearse?

Tabla 26 Con que medio de comunicación desearía conocer el complejo

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje
---------	---------------------	------------

Internet (página web, redes sociales)	30	32%
Vallas publicitarias	16	17%
Periódicos	20	22%
Radio	15	16%
Volantes	12	13%
TOTAL	93	100%

Elaborado por: Estefanía Benavides

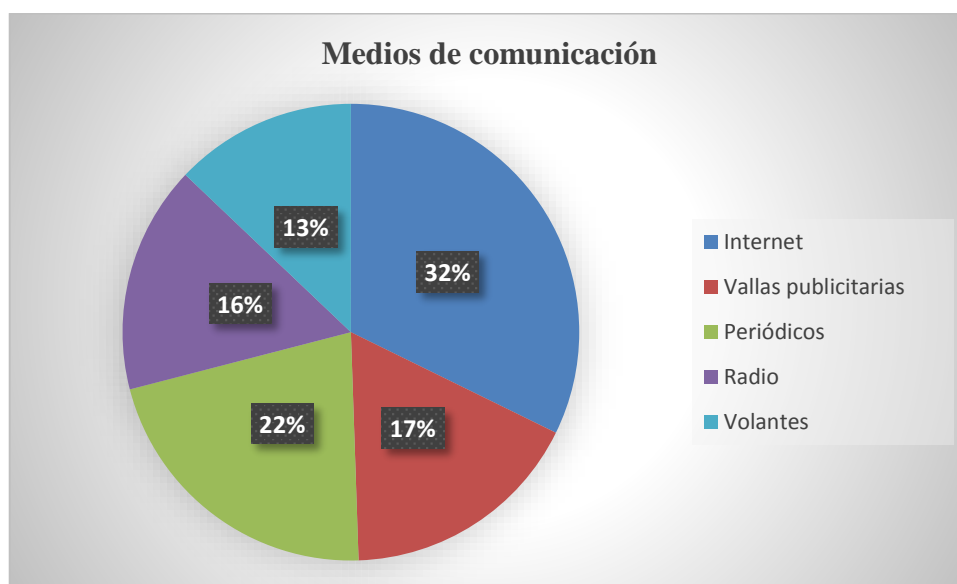


Figura 25. Con que medio de comunicación desearía conocer el complejo

Elaborado por: Estefanía Benavides

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se valida que el 32% de los encuestados botaría como medio de comunicación para obtener información sobre el complejo eco turístico a través de página web y redes sociales que en la actualidad son el principal medio de información y comunicación.

Datos importantes que permite conocer, cuál es medio que los futuros cliente utilizan para buscar información sobre el servicio de Eco-Turístico, investigación que permite tomar en cuenta para poder realizar la publicidad en diferentes medios.

2.2. Análisis del Mercado

2.2.1. Demanda

(Obando, 2000, pág. 25) Mencionó “Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado”.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado pretende o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

2.2.2. Demanda Actual o Histórica

La demanda está conformada por los turistas que visitan la provincia de Manabí y desean ir a un complejo turístico en el cual hospedarse. En los siguientes cuadros se muestra el comportamiento del turismo en Ecuador de los últimos 5 años. También se identifica los principales lugares turísticos del Ecuador que son visitados por el turista y su correspondiente porcentaje de participación frente a la demanda receptiva.

Tabla 27 Llegada de extranjeros ///# de personas

MES	2011	2012	2013	2014	2015	VAR%

						2013/2014
Ene	105.548	127.119	153. 102	222. 087	267481,58	20,44%
Feb	86.421	99.551	114. 673	152. 156	175268,50	15,19%
Mar	87.495	96.975	107. 477	132. 018	146315,55	10,83%
Abr	87.507	92.627	98 046	109. 853	116279,40	5,85%
May	82.870	92.646	103. 578	129. 465	144741,87	11,8%
Jun	99.949	118.293	140. 000	196 094	232077,25	18,35%
Jul	117.966	130.783	144. 986	178 187	197538,11	10,86%
Ago	98.962	106.368	114. 324	132 067	141945,61	7,48%
Sep	80.090	85.986	92 315	106 403	114234,26	7,36%
Oct	88.357	99.145	111. 251	140. 077	157180,40 133958,71	12,21%
Nov	92.573	99.676	107. 321	124 416	169347,63	7,67%
Dic	113.299	122.784	133. 061	156. 268	141945,61	8,37%
Total	1.141.030	1.271.953	1.420.134	1.567.091	1.996.368,87	

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Según estadísticas del Ministerio de Turismo se muestra que el ingreso de turistas al Ecuador ha sido significativa, demostrando que el país es un destino importante del turista internacional, con un crecimiento significativo en los últimos 4 años, debido al proceso de cambio de la matriz productiva y el impulso que se ha generado al sector turístico/hotelero fomenta mayor desarrollo e incremento de turistas que visitan Ecuador, por tanto tan el turismo local como internacional son fuente de grandes ingresos para el país.

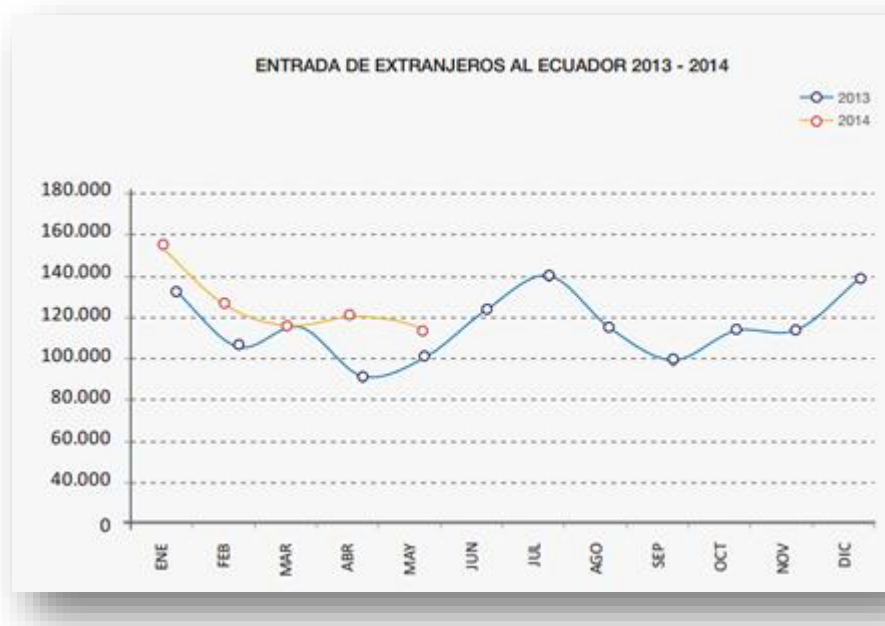


Figura 26. Llegada de extranjeros

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Tabla 28 Demanda Receptiva Ecuador

Años	Turistas	% Crecimiento
2011	1,141,030	-
2012	1,271,953	10%
2013	1,420,134	10%
2014	1,567,091	9%
2015	1,996,368	22%

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Elaborado por: Estefanía Benavides

El turismo en Ecuador se revela como un sector de constante crecimiento, del cual se generan diversas fuentes de trabajo y genera una importante fuente de ingreso para el país, pues Ecuador posee una gran biodiversidad con diversos ecosistemas en sus regiones lo que cautiva y hace atractivo al turismo, el siguiente cuadro representa los principales lugares turísticos más visitados y su correspondiente participación.

Tabla 29 Demanda Receptiva Principales Lugares Turísticos Visitados

Lugares visitados	Participación (%)
Quito	85,07%
Guayaquil	43,88%
Otavalo	38,06%
Cuenca	31,12%
Galápagos	29,85%
Baños	28,66%
Amazonía	28,13%
Ambato	18,43%
Riobamba	17,61%
Ibarra	16,12%
Esmeraldas	14,25%
Manabí	9,03%

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Tabla 30 Demanda Interna

Destino principal del viaje	Visitas/ personas
Salinas	68.222
Atacamas	59.350
Manta	58.695
Guayaquil	54.424
Quito	50.068
Santo Domingo De Los Tsáchilas	36.638
Cuenca	31.898
General Villamil (Playas)	31.345
Ambato	30.216

Fuente: (Ministerio de Turismo)

2.2.3. Demanda futura

Para realizar una proyección de la demanda se ha utilizado como el método la Regresión Lineal debido a que este método es una técnica estadística utilizada para estudiar la relación entre variables, se adapta a un amplio rango de diversas situaciones como: proyecciones económicas, hasta diferentes aspectos de comportamiento humano, debido a ello es un método muy confiable entre muchos ya que esta técnica permite obtener una ecuación en donde minimiza la suma de sus cuadrado de las distancias entre los datos verdaderos y los proyectados de manera que permite minimizar errores.

Para utilizar el cálculo mediante el método de la regresión lineal se debe obtener los siguientes datos:

- Una serie de tiempo se define por los valores Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5 , de una variable Y (ventas mensuales, producción total, etc.) en tiempos t_1, t_2, t_3, t_4, t_5 . Si se reemplaza a X por la variable tiempo, estas series se definen como distribuciones de pares ordenados (X, Y) en el plano cartesiano, siendo Y una función de X ; esto se denota por:



$$Y = ax + b$$

Entonces $Y =$

Llegada de extranjeros				
1.141.030	1.271.953	1.420.134	1.567.091	1.996.368

$X =$

Años				
2011	2012	2013	2014	2015

El cálculo se lo realiza mediante la fórmula de tendencia mediante el sistema de Microsoft Excel.

La principal meta de las series de tiempo es realizar proyecciones o pronósticos sobre una actividad futura, suponiendo estables las condiciones y

variaciones registradas hasta la fecha, lo cual permite planear y tomar decisiones a corto o largo plazo a nivel de país o institución.

De esta manera en este proyecto se ha estimado la demanda en función de la demanda receptiva y la demanda interna de los últimos 5 años del Cantón Manta debido a que no se han registrado datos de demanda interna del Cantón Rocafuerte, pues hace parte de la provincia de Manabí y es el cantón más próximo a Rocafuerte, la proyección se ha realizado para los próximos 10 años. En la siguiente Tabla se muestra la proyección para los próximos 10 años con el método antes mencionado.

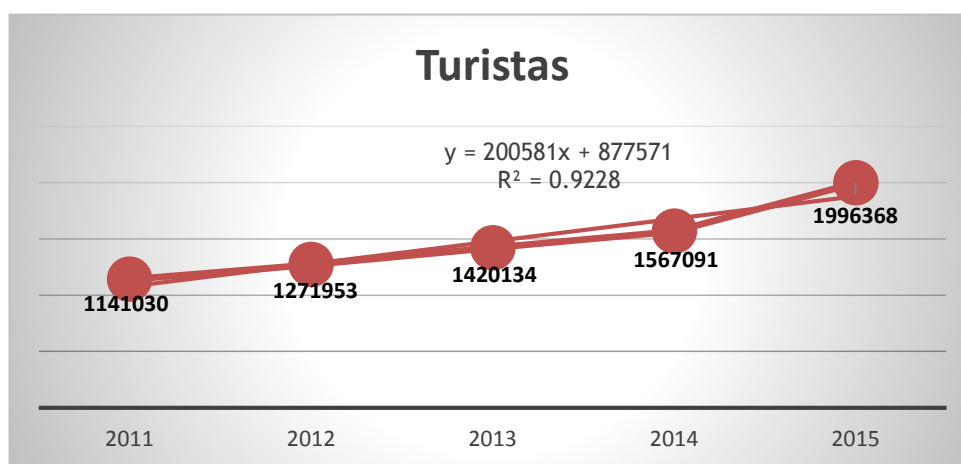


Tabla 31 Proyección de demanda

Años	Proyección	Demanda interna	Demanda total
2015	1.996.368	58.695	2.055.063
2016	2.081.059	58.695	2.139.754
2017	2.281.640	58.695	2.340.335
2018	2.482.222	58.695	2.540.917
2019	2.682.803	58.695	2.741.498
2020	2.883.385	58.695	2.942.080
2021	3.083.966	58.695	3.142.661
2022	3.284.547	58.695	3.343.242
2023	3.485.129	58.695	3.543.824

CONTINÚA →

2024	3.685.710	58.695	3.744.405
-------------	-----------	--------	-----------

Elaborado por: Estefanía Benavides



Figura 27. Proyección de la demanda

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.2.4. Oferta

La oferta está reflejada en función de los hoteles de la provincia de Manabí que ofrecen servicio principalmente de hospedaje en los distintos cantones, de esta manera se puede identificar la competencia y a la vez se puede identificar diversos factores como son: precios, participación en el mercado, capacidad de la competencia entre otros.

En la Provincia de Manabí según datos del Ministerio de Turismo se encuentran registrados 39 Hoteles distribuidos en los distintos cantones de la provincia, en el siguiente cuadro se muestra la distribución de los hoteles, cabañas o residencias registradas y que hacen parte de la oferta hotelera en la Provincia de Manabí.

Tabla 32 Hospedaje en la Provincia de Manabí

Cantón	Nombre del hotel	Habitaciones
Bahía de Caraquez	Hotel Italia	50

	Hotel La Herradura	60
	Hotel La Piedra	80
Hostal jipijapa	Hostal Jipijapa	35
	Barbasquillo Centro	90
	Turístico Hotelero	
	Hostal Piazzolla	56
	Hostal Yara María	50
	Hostería Barbasquillo	85
Hoteles Manta	Hotel Cabañas Balandra	90
	Hotel Costa del Sol	80
	Hotel Haddad Manabí	50
	Hotel María José	110
	Hotel Oro Verde	50
	Hotel Plaza Manta	40
	Howard Johnson	
Hoteles Portoviejo	Hostal Ecuador	23
	Hostal El Gato	20
	Hostal Euro Hostal	34
	Hostal Mary Loor	22
	Hostal Quito Manabí	15
	Hostal Rosita	45
	Hostal Victoria	34
	Hostería Quito	20
	Hostería Venecia	30
	Hotel Concorde	45
	Hotel Ejecutivo	20
	Hotel Girasol	15
	Hotel Goleta	12
	Hotel Hipocampo	22
	Hotel Máximo	25
	Hotel Portoviejo	13

	Hotel Portoviejo Plaza	26
	Hotel San Marco	20
	Motel Los Corazones	25
	Quinta Recreacional Maribel	22
Hoteles Puerto López	Hostal Plaza Real	119
	Hotel Mandála	52
	Hotel Mantarraya Lodge	30
	Hotel La Terraza	20
Pedernales	Samvara Ecolodge Camping	90
	TOTAL	1625

Elaborado por: Estefanía Benavides

La oferta está dada por la cantidad de habitaciones que poseen dichos establecimientos que brindan principalmente el servicio de hospedaje al turista, por ello la capacidad instalada para la provincia de Manabí es de 1615 habitaciones. Otro factor importante que se puede destacar es que el cantón de Rocafuerte no cuenta con competencia ya que no existe registro de Hoteles dedicados a eco - turismo, por ellos se presenta una oportunidad para el presente proyecto.

La mayor participación de mercado está dada por los cantones de Manta y Portoviejo debido a que tienen mayor demanda turística y esto se ve reflejado por la oferta de establecimientos hoteleros que brindan servicio de hospedaje. Los precios de la competencia bordean los entre 15 y 35 dólares en promedio la estadía por noche, dependiendo del tipo de hotel al que se dirija pues existe hoteles 5 estrellas que van dirigidos a una clase media- alta pro ello no se puede comparar precios ni relacionarlos con los demás.

La oferta hotelera de la provincia de Manabí está distribuida en mayor magnitud en relación a los principales lugares turísticos como son: Puerto López, Manta, Portoviejo; pero no existe un complejo en toda la región que ofrezca una gran variedad de servicios turísticos que impulsen factores como: cultura, gastronomía,

biodiversidad, pues estos establecimientos se enfocan principalmente en ofrecer hospedaje y alimentación en ciertas ocasiones, es por ello el presente proyecto pretende cautivar al turista de manera que su principal atracción no sean solo playas si no, reconozcan otro tipo de turismo y se identifiquen con el maravilloso país.

2.3. Demanda Insatisfecha

Se entiende como demanda insatisfecha como aquella parte de la demanda que excede la capacidad de la oferta, para lo cual en el presente proyecto se ha determinado que si existe demanda insatisfecha debido a que la oferta hotelera y complejos turísticos en la Provincia de Manabí no abastece a toda la demanda turística tanto receptiva como interna, es por ello que se ve la oportunidad de crear un nuevo complejo eco- turístico en la provincia de Manabí pues el presente complejo tiene la plena oportunidad de captar dicha demanda.

Debido a la factibilidad que presenta el proyecto al existir demanda insatisfecha, en la siguiente tabla se muestra claramente la capacidad instalada hotelera en habitaciones en la provincia de Manabí con relación a la demanda de habitaciones. Es por ello que para determinar dicha demanda insatisfecha se ha optado por utilizar una fórmula matemática muy útil que ayuda a transformar las personas en demanda de habitaciones, sabiendo que el promedio de ocupación de habitaciones es de 42% en la provincia de Manabí según datos del Ministerio de Turismo y la relación camas ocupadas es de 4 a 2. De esta manera se ha utilizado la siguiente fórmula:

Habitaciones demandadas.

(Cebrian, 2008, pág. 123) Mencionó “Para realizar el cálculo de habitaciones, se lo desarrolla mediante el siguiente indicador que permite, estimar la demanda potencial de habitaciones de un establecimiento hotelero, o del conjunto de establecimientos hoteleros”.

$$DH = \frac{(VE \times E)}{(P \times R \times LA)}$$

En donde:

- VE = Visitantes esperados

- E = Estadía o permanencia
- P = Promedio de ocupación aceptable
- R = Relación Camas Ocupadas / Habitaciones
- LA = Días de permanencia abiertos por año
- DH = Demanda de Habitaciones.

Se realiza el cálculo para obtener la demanda de habitaciones de cada año.

Datos:

$$VE = 1.996.368$$

$$E = 3$$

$$P = 0,42$$

$$R = 4$$

$$LA = 365$$

$$DH = 9766 \text{ N}^\circ \text{ de habitaciones}$$

$$DH = \frac{1.996.368 * 3}{0,42 * 4 * 365}$$

$$DH = (9767)$$

Tabla 33 Demanda insatisfecha

Años	Demanda habitaciones	Oferta habitaciones	Demanda insatisfecha
2015	9767	1.625	-8.142
2016	10181	1.690	-8.491
2017	11163	1.758	-9.405

2018	12144	1.828	-10.316
2019	13125	1.901	-11.224
2020	14107	1.977	-12.130
2021	15088	2.056	-13.032
2022	16069	2.138	-13.931
2023	17051	2.224	-14.827
2024	18032	2.313	-15.719

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.4. Análisis del Marketing Mix

Marketing Mix mantiene plena vigencia en lo que respecta a los aspectos estratégicos tácticos de la gestión de marketing, sin embargo también se ha visto que, así como sus cuatro elementos definen las estrategias y las tácticas de marketing, en la misma medida afectan la decisión de compra del consumidor. (Soriano, 2006, pág. 74).

2.4.1. Estrategias del Producto/Servicios

Es una combinación o conjunto de características unidas en forma fácilmente identificables, que el consumidor acepta como algo que le permite satisfacer sus deseos o necesidad.

Objetivo.

Dar a conocer el servicio que está en disposición para satisfacer las necesidades del turista, con todas las seguridades que debe presentar un lugar de Eco- Turismo.

Tabla 34 Estrategias de servicios

Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo
Ofrecer servicios con valor agregado.	Ofrece al cliente servicio de restaurant por cabaña si necesidad que el cliente se acerque al restaurant.	Brindar mayor comodidad al cliente	GERENTE GENERAL	2 MESES
	Identificar a los clientes frecuentes y no frecuentes de la hostería,	Atraer nuevos clientes	JEFE DE VENTAS	

	brindar un coctel de bienvenida.	Motiva al cliente		
Realizar alianzas estratégicas con otras entidades.	Desarrollar convenios con escuelas, colegios universidades siendo promotores de sus vacaciones,	Conocer las sugerencias de los clientes	GERENTE GENERAL	1 MES
	Desarrollar un programa de acciones con instituciones públicas y privadas, permitiendo generar aportaciones mensuales con derecho a un vez año acceso al complejo.	Evaluar y proponer acciones estratégicas	JEFE DE VENTAS	
Desarrollo de nuevos servicios turísticos (recreacionales)	Realizar un estudio de mercado acerca de nuevos servicios.	Nuevos servicios	GERENTE GENERAL	6 MESES
	Realizar un estudio técnico y financiero	Satisfacción plena del cliente	JEFE DE VENTAS	
Mejoramiento continuo de la calidad	Determinar cada una de las debilidades en conocimientos de los empleados	Procesos eficientes	GERENTE GENERAL JEFE DE VENTAS	3 MESES
	Levantamiento y localización de los fallos en cada proceso interno de la hostería	Optimización de recursos		
	Diseñar e implementar programas de capacitación en temas administrativos y atención al cliente.	Resultados eficaces Conocimientos actualizados		

Elaborado por: Estefanía Benavides

El servicio de turismo recreacional, donde se utilizará materiales que no afecten el ambiente,

- a) **Paseos a caballo.**- Los paseos se realizaran en los alrededores del complejo Eco – Turístico y se contara con la ayuda de guías especializados para la actividad.
- b) **Practica de Futbol.**- Existen canchas para realizar campeonatos, juegos amistosos y practica familiar.

- c) **Juegos infantiles.**- Los juegos infantiles son construidos con materiales de la zona como caña guadua como, columpios, resbaladeras, hamacas de caña, casa en el árbol.

Tabla 35 Paquete Turístico Itinerario

Paquete Turístico Itinerario			
Tiempo	Mañana	Tarde	Noche
Día 1	<p>a) Llegada turistas al complejo.</p> <p>b) Bienvenida</p> <p>c) Los turistas se sirven un café.</p> <p>d) Se da información de todas las actividades que se puede realizar en el complejo con un paseo por las instalaciones.</p>	<p>a) El almuerzo está compuesto por comidas tradicionales de la zona, o la comida que prefiera el turista.</p> <p>b) Puede disfrutar de la piscina del complejo.</p> <p>c) Pesca deportiva</p> <p>d) Deportes Recreacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> - futbol - Básquet etc. - Deportes extremos -- bici Cross 	<p>a) La merienda estará acorde a lo que solicite el turista.</p> <p>b) Caminata nocturna por las áreas verdes del complejo</p> <p>c) Los turistas que desean pueden utilizar el bar.</p>
Día 2	<p>a) Los turistas se sirven el café.</p> <p>b) Se forman grupos con el guía turista para salir a la excursión.</p> <p>c) En la excursión se puede tomar fotos, visitar cascadas, las tradiciones de la zona</p> <p>Se regresa al complejo</p>	<p>a) El almuerzo será el plato más tradicional de la zona.</p> <p>b) Turista puede disfrutar de paseo a caballo o relajarse en nuestras áreas verdes</p> <p>c) Se da la despedida correspondiente a nuestros visitantes</p> <p>d) Se obsequia llavero de diseños llamativos de la zona o camisetas</p>	

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 36 Atractivos Turísticos de la Zona

#	Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Conservación	Entorno	Actividades
1	Virgen blanca de las peñas	Manifestación cultural	Historia	Sitios religiosos	II	Conservado	Alterado	<p>a) Interpretación religiosa</p> <p>b) Fotografías</p>

2	Artesanías	Arte	Histórico	Adornos de la zona	II	Tradición	Alterado	a)Comprar b)Fotografías
3	Sitios arqueológicos	Manifestación cultural	Histórico	Sitios Arqueológicos	II	Aleatorio	Conservado	a)Fotografías b) Interpretación cultural
4	Casa de los cachos	Manifestación de arte	Tradicional	Tradicional	II	Conservado	Conservado	a)fotografías historia b)drama – comedia

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.4.2. Estrategias de Precio

El precio representa la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el servicio. Toda empresa o proyecto debe enfrentar el reto de la fijación de precio para su producto o servicio. El precio del producto determina la cantidad demandada, pero también el número de compradores, la expectativa sobre ingresos y precios futuros.

Objetivo

Brindar al turista alternativas de precios que estén enfocados en la diferenciación de la competencia siempre con un servicio de calidad y valor agregado.

Tabla 37 Estrategia de Precio

Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo
Establecer descuentos a los nuevos clientes.	Realizar descuentos de hasta el 15% por paquete turístico a	Disminución de costos de producción y	Gerente General Jefe De Ventas	

	las primeras 50 primeras personas.	aumenta la capacidad de producción		1 MES
	Calculo del margen de utilidad para la hostería			
	Seleccionar proveedores de productos y servicios al menos precio			
El precio del servicio se lo relacionará con la competencia en base a servicios similares.	Elaboración de un estudio de mercado a la competencia	Preferencias de la hostería por tener un costo bajo, en su introducción.	Gerente General Jefe De Ventas	1 MES
	Determinar y clasificar los precios referenciales			
	Concretar costos de paquetes turísticos y reducirlos.			
Brindar facilidades de pago al cliente.	Los clientes podrán pagar en efectivo con un descuento del 5%.	Facilidades de pago	Gerente General Jefe De Ventas	2 MESES
	Podrán diferir sus pagos hasta 12 meses sin interés.			

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.4.3. Estrategias de Plaza o Canales de Distribución

En las estrategias de servicio la primera situación puede ser que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse, otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo, que puede ser cuando una persona hace una reservación de un complejo Eco-Turístico, podría decirse que el

servicio ya está comprado y producido, pero llegara a ser utilizado hasta que el demandante o consumidor final lo decida.

Objetivo.

Entregar de manera oportuna los productos y servicios turísticos que se ofrecen, ajustándose a las condiciones establecidas entre el turista y la hostería.

Tabla 38 Estrategia de Plaza

Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo
Desarrollar un canal directo con el cliente.	Determinación de medio de trabajo	Sin intermediarios	Gerente General Jefe De Ventas	1 MES
	Contactos directos con el cliente (vía mail, físico)	Utilidades directas Se trabaja directamente con el consumidor final		
Presentación formal de la empresa	Diseñar uniformes al personal administrativo y operativo de la hostería	Buena imagen de la hostería	Gerente General Jefe De Ventas	1 MES
	Dar mantenimiento cada 3 veces a la semana las instalaciones de la hostería			

Elaborado por: Estefanía Benavides

2.4.4. Estrategia de Promoción y Publicidad

Promoción un conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya manejo se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo.

Objetivo

Implementar los medios adecuados acorde a los datos obtenidos, en el estudio de mercado para dar a conocer por medios electrónico o físicos el servicio Eco-Turístico

Tabla 39 Estrategia promoción

Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo
Hacer publicidad en medios masivos a nivel provincial y nacional	Diseñar el formato de la publicidad con información de la hostería	Conocimiento directo de la hostería	Gerente General	2 MESES
	Contratar medios de tv, periódico y radio.	Diseño visual	Jefe De Ventas	
	Difundir cada 2 meses la publicidad.			
Diseño de una página web, donde los clientes potenciales puedan conocer las promociones del servicio.	Contratar eventualmente un profesional en sistemas para el diseño de la página.	Mayor número de clientes	Jefe De Ventas	3 MESES
	Determinar el tipo de promociones que se describirán en la página	Dar a conocer el servicio nacional e internacional.		
	Controlar el número de clientes potenciales que visitan la página web.			
Dar a conocer el servicio mediante eventos y ferias.	Definir el lugar de las ferias y los eventos.	Dar a conocer el servicio de forma local.	Gerente General	6 MESES
	Establecer el stand en los lugares determinados para los eventos.		Jefe De Ventas	

CONTINÚA →

	Evaluar el número de clientes que visitarían el stand.			
Descuentos del 10% para parejas y grupos que presenten publicidad del complejo.	Realizar una lista de todos los clientes que pueden acceder al descuento.	Captar mayor participación del mercado.	GERENTE GENERAL JEFE DE VENTAS	6 MESES
	Informar a los clientes seleccionados el descuento, mediante mensajes de texto vía móvil.			
	Evaluar los descuentos otorgados en comparación con las ventas realizadas.			

Elaborado por: Estefanía Benavides

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Análisis de la Localización

(Pimenta, 2014, pág. 54) Mencionó “La importancia de esta decisión viene justificada principalmente por dos hechos, el alto costo que se supone su construcción y su influencia en la capacidad competitiva de la empresa”

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una perspectiva de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es esencial y de resultados a largo plazo, ya que una vez ubicada la empresa, no es cosa simple cambiar de lugar.

3.1.1. Macro localización

(Meza, 2013, pág. 24) Mencionó “La Macro localización tienen en cuenta aspectos sociales y nacionales basándose en las condiciones regionales, y debe indicarse con un mapa del país o región dependiente del área de influencia del proyecto”.

Tabla 40 Macro localización

Factores	Esmeraldas	Manabí	Guayaquil
Costo Transporte	La distancia de recorrido Quito – Esmeraldas es de cuatro horas y catorce minutos el recorrido es de (288) km El costo del pasaje es de \$ 10 dólares	La distancia de recorrido Quito- Manabí es de cuatro horas 31 minutos el recorrido es de (298) km el costo de pasaje es de \$9	La distancia de recorrido Quito – Guayaquil es de seis horas y veinte y tres minutos el recorrido es de (420,5) km El Costo del transporte es de \$12 dólares.
Costo Insumos	Al ser una ciudad llena de riquezas naturales no presentaría problemas al adquirir insumos de primera necesidad, pero si incrementaría costo al adquirir insumos para el desarrollo del complejo pues la provincia no cuenta con gran capacidad comercial.	Al ser una ciudad productiva, no alteraría mayor costo al adquirir los productos, o insumos para el complejo Eco-Turístico. Los insumos de acceso debido al puerto ubicado en el cantón Manta.	Los costos de insumos no representarían un elevado costo ya que es una ciudad llena de riquezas naturales.

CONTINÚA →

Recurso Humano	El factor humano es el eje principal para esta ciudad ya que contribuye al crecimiento de la ciudad.	El recurso humano constituye en el proyecto, la principal, oportunidad para crecer.	El factor humano es el eje fundamental, para salir a flote, en cualquier actividades ya sea ajicola o de servicios.
Diversidad Natural	Esmeraldas es una de las ciudades que presenta hermosas playas, mas no una importante diversidad eco-turística.	Manabí es una de las ciudades que presenta una mayor diversidad natural en cuanto a las ciudades que se están analizando, siendo esta una de las más visitadas por su bella natural.	Guayaquil es una ciudad hermosa que presenta su lugar más turístico como es el Malecón, sin embargo no es más visitada por la diversidad natural.

Elaborado por: Estefanía Benavides

Es comparar opciones entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto, los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son, costo de transporte, insumos, recursos humanos, se busca una calificación acorde a las ventajas de cada ciudad se califica 1 al 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 la más alta.

Tabla 41 Macro localización

CIUDAD	PESO	ESMERALDAS	MANABI	GUAYAQUIL
Costo Transporte	0,35	9	10	10
Costo Insumos	0,25	10	9	10
Recurso Humano	0,20	9	10	10
Diversidad Natural	0,20	8	10	8
Vialidad				
TOTAL	1,00	9,33	9,75	9,5

Elaborado por: Estefanía Benavides

Se puede observar que obtuvo una calificación mayor de 9,75 la ciudad de Manabí, que cumple con los aspectos para disfrutar de una estadía acogedora.



Figura 28. Macro localización
Elaborado por: Estefanía Benavides

3.1.2. Micro localización

(Meza, 2013, pág. 24) Mencionó “Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costo para cada alternativa, se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad”

La micro localización define el espacio físico donde la empresa se va a localizar con esto se refiere al sector.



Figura 29. Micro localización
Elaborado por: Estefanía Benavides

3.1.3. Localización óptima

Tabla 42 Localización óptima

Factores	Cantón Rocafuerte	Cantón Chone	Cantón El Carmen
Cercanía Clientes	Es factor es positivo para los turistas ya que no toma mucho Tiempo desde quito llegar a este cantón	Es factor es positivo para los turistas ya que no toma mucho Tiempo desde quito llegar a este cantón	Es factor es positivo para los turistas ya que no toma mucho Tiempo desde quito llegar a este cantón
Proveedores	No constituye ningún problema , para el complejo ya que la ciudad principal se encuentra a pocos minuto de la misma	Constituye un factor, no tan complicado ya que se encuentras dentro de la ciudad	Constituye un factor, no tan complicado ya que se encuentras dentro de la ciudad
Local Propio	Constituye un factor positivo, ya que es propiedad del complejo	Constituye un factor positivo, ya que es propiedad del complejo	Constituye un factor positivo, ya que es propiedad del complejo
Servicios Básicos	Presentan los servicios básicos sin interferencia	Presentan los servicios básicos sin interferencia	Presentan los servicios básicos sin interferencia
Policía	El servicio policial se encuentra a poca distancia del complejo.	Existe vigilancia y respaldo de la policía	Existe vigilancia y respaldo de la policía
Bomberos	Seguridad Para el complejo ya que se encuentra a poco minutos	Importante dentro de una población, se encuentra a los alre cualq	Importante dentro de una población, se encuentra a los
		CONTINÚA	
		la zona	la zona
Comunicación	Se da a conocer, con mayor frecuencia, por medio del ministerio de turismo, sobre los lugares eco. Turísticos a nivel nacional	Se da a conocer, con mayor frecuencia, por medio del ministerio de turismo, sobre los lugares eco. Turísticos a nivel nacional	Se da a conocer, con mayor frecuencia, por medio del ministerio de turismo, sobre los lugares eco. Turísticos a nivel nacional
Categoría Comercial	Se recibe turistas de en forma frecuente, que nos visitan por nuestra gran diversidad natural	La categoría comercial , es positiva se revise a turísticas en los últimos años en mayor porcentaje	La categoría comercial , es positiva se revise a turísticas en los últimos años en mayor porcentaje

Elaborado por: Estefanía Benavides

Al diseñar la matriz de localización se buscó la mayor calificación de los factores más determinantes que puedan afectar directamente al proyecto, los mismos fueron dados por una calificación del 1 al 10 según la importancia, donde está situada la empresa.

Tabla 43 Ponderación Localización Óptima

Factores	Peso	Cantón Rocafuerte	Cantón Chone	Cantón El Carmen
		Calificación	Calificación	Calificación
Cercanía Clientes	0,12	8	8	8
Proveedores	0,10	9	9	9
Local Propio	0,16	10	8	8
Servicios Básicos	0,18	10	8	10
Policía	0,10	10	8	10
Bomberos	0,12	10	10	8
Comunicación	0,10	10	10	10
Categoría Comercial	0,12	10	10	8
TOTAL	1,00	9,63	8,88	8,87

Elaborado por: Estefanía Benavides

La localización es óptima para el complejo Eco – Turístico, representa gran ventaja competitiva, pues su ubicación es privilegiada, cuenta con todos los servicios básicos primordiales para brindar mayor comodidad y expectativa del servicio con una calificación de 9,63.

3.2. Tamaño del Proyecto

(Posas, 2010, pág. 117) Menciono “El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo del proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que al final limitaran su tamaño de acorde al servicio o producto”.

Para determinar el tamaño del proyecto, resulta inevitable identificar los requerimientos materiales y mano de obra que se utilizarán durante la ejecución de cada una de las actividades que se realicen en el área operativa, posteriormente la

capacidad instalada se fundamenta por el número de unidades de producción a elaborarse.

3.2.1. Unidad de Medida

Para el presente proyecto, la unidad de medida estará basada en el número de habitaciones que tendrá el nuevo complejo eco-turístico, en función de la capacidad de respuesta y espacio de los demás servicios como son: piscina, deportes extremos, canchas, restaurante, las instalaciones del complejo eco turístico funcionarán los 365 días al año.

3.3. Capacidad de Producción

3.3.1. Capacidad Instalada

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se ha tomado como referencia el promedio de la capacidad instalada hotelera en la provincia de Manabí.

De tal manera que la capacidad instalada del complejo eco – turístico tendrá una capacidad de 12 cabañas con 8 personas por cada cabaña, dando un total de 96 personas. Por tanto cada cabaña contará con 2 habitaciones dándonos un total de 24 habitaciones con una estimación anual de 8142.

Tabla 44 Capacidad Instalada

N° de Cabañas	12
Habitaciones por cabaña	2
Total habitaciones	24
Total habitaciones anuales	8.142
Capacidad personas por cabaña	8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Total de habitaciones que en el año 2015 que podrían visitar el complejo es de 4924, dato que se obtuvo sobre la demanda insatisfecha por el porcentaje de gustos que presentan los futuros clientes.

Tabla 45 Capacidad Instalada Año 1

Anual	Hospedaje cabañas 8%	Restaurant 5 %	Canchas múltiples el 8%	Juegos creativos 6%	Piscina 12%	Cabalgata 13 %	Juegos extremos 8 %	Visitas ecológicas 6%	TOTAL
8142	651	407	651	489	977	1058	651	39	4924

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

La capacidad de los servicios está en relación a los porcentajes de los servicios que utilizan con mayor frecuencia al visitar un complejo Eco- Turístico, permitiendo conocer la capacidad con la cual debe iniciar el mismo.

Por lo tanto, el complejo Eco- Turístico tendrá como capacidad instalada de atender a 4924 habitaciones anuales.

3.3.2. Capacidad Utilizada

Si bien es cierto la capacidad instalada es el número de habitaciones con las que contará el complejo Eco- Turísticos, se sabe que resultaría realmente difícil atender desde el primer año el 100% de la capacidad del complejo, es por ello en la siguiente tabla se observan cada uno de los porcentajes que se utilizarán para cada año.

Tabla 46 Capacidad Utilizada Varios Servicios

Turistas que visitan el complejo eco - turístico y utilizarían diferentes servicios	CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		60%	70%	80%	90%	95%
# de Turistas	4924	2954	3446	3939	4431	4678
TOTAL # DE TURISTAS	4924	2954	3446	3939	4431	4678

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

En la tabla se observa que a partir desde el año 1 se empezará utilizando el 60% de la capacidad instalada debido a que el incremento de los visitantes dependerá de las condiciones del mercado, de manera que se espera para que al quinto año se utilice el 95% de la capacidad del complejo en función de habitaciones.

3.4. Ingeniería del Proyecto

El objetivo principal de la ingeniería del proyecto trata de resolver todo lo concerniente a la instalación, adecuación, funcionamiento del Complejo Eco – Turístico.

3.4.1. Tecnología

La tecnología a utilizar para el presente complejo eco turístico es básica, principalmente se utilizará un sistema anti - repelente en cada cabaña mediante ondas que ahuyenten a insectos que podrían causar malestar a los huéspedes. También se utilizará un sistema en cada cabaña en donde el huésped tendrá la opción de pedir servicio inmediato de transporte, alimentación entre otros con tan solo pulsar un botón. Además se contará con un sistema de automático de limpieza de las piscinas y toboganes.

3.4.2. Maquinarias y Equipos

El complejo Eco-Turístico contará con maquinaria y equipos de punta, los cuales servirán para el correcto funcionamiento, de manera que se logre satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas.

3.4.3. Determinación de Maquinaria y Equipos para el Proyecto

Tabla 47 Infraestructura

Construcción Cabañas (14*70 M2)
Cerramientos
Jardines
Piscina
Establo
Canchas Deportivas
Pista Bici Cross

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 48 Muebles y enseres

Escritorio
Archivador pequeño
Cama Litera
Cama dos plazas
Veladores

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 49 Equipos de oficina

Teléfono inalámbrico
Calculadora estándar

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 50 Equipo de alojamiento

Ventiladores
Sistema aire acondicionado
Minibares
Televisor sansung Led 32"
Lámparas

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 51 Equipos y muebles de cocina

Cocina (Inducción) Industriales
Congelador
Microondas
Licuada
Batidora
Mesas (4 personas)
Sillas de madera

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 52 Equipos de Computación

Computadora Escritorio
Lapto
Impresora Estandar

Elaborado por: Estefanía Benavides**Tabla 53 Útiles de oficina**

Perforadora
Grapadora
Carpetas doble arco
Cuadernos pequeños
Resmas de papel bond
Clips (100 unidades)
Esferos (docena)

Elaborado por: Estefanía Benavides**Tabla 54 Suministros de Hospedaje**

Sábanas (paquete completo)
Cortinas
Almohadas
Colchón (dos plazas)
Colchon (litera)
Toallas
Espejos para peinadoras
Peinadoras

Elaborado por: Estefanía Benavides**Tabla 55 Útiles de aseo**

Juegos de accesorios de limpieza (paquete)
Ambiental (galón)
Desinfectantes (galón)
Cloro (galón)
Escobas grandes
Fundas de Basura (docenas)
Basureros pequeños plásticos

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 56 Utensilios de restaurante

Servilletas (paquetes de 100)
Manteles para mesa
Juegos de Vajilla completo
Vasos de vidrio liso 15 onzas docena
Copas de cristal docena
Tenedores docenas
Cuchillos docena
Cuchara docena
Cucharita para postre docena
Plato base de 30 cm. De diámetro
Plato medio de 18 cm de diámetro
Plato hondo de 18 cm de diámetro
Tasa

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 57 Utensilios de cocina

Aislante de calor grande
Escurreidor plástico multiuso 27 cm.
Balde plástico de 8 lts.
Sartén asador Umco 50 cm
Ensaladera de acero inoxidable
Jarra plástica 1 litro
Jarra plástica 2 litro
Sartén mediado de teflón
Cuchillos medianos
Cuchillos grandes
Paila gruesa
Olla marca Umco número 28

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 58 Útiles de baño

Jabon
Shampoo

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 59 Servicios básicos

Agua potable
Energía eléctrica
Teléfono fijo
Internet

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 60 Terrenos

Terrenos

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 61 Semovientes

Caballos

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 62 Transporte

Van Hyundai
Bicicletas

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 63 Estudios de proyecto

Investigacion de Campo
Materiales de Estudio
Transporte de Investigadores

Elaborado por: Estefanía Benavides

3.4.4. Edificios e infraestructura

El complejo eco – turístico tendrá una área aproximada 3000 metros cuadrados, en la siguiente tabla se detalla cómo estará distribuida.

Tabla 64 Infraestructura

Detalle	Metros (m)	Valor unitario	Valor total
Construcción de Cabañas (14*70 M2)	980	165,00	161.700,00
Cerramientos	3000	110,00	330.000,00
Jardines	1000	25,00	25.000,00
Piscina	450	32,00	14.400,00
Establo	100	45,00	4.500,00
Canchas Deportivas	1000	65,00	65.000,00
PISTA Bici Cross	500	65,00	32.500,00
VALOR TOTAL			633.100,00

Elaborado por: Estefanía Benavides

3.4.5. Distribución del espacio físico

Las diferentes áreas del complejo eco - turístico se han distribuido de tal manera que muestre instalaciones acogedoras en medio de la naturaleza por tanto su distribución será la más apropiada, se encontrará el parqueadero el cual tendrá una serie de caminos que llevaran a las distintas cabañas las cuales estarán ubicadas y distribuidas en toda la parte central.

3.4.5.1. Distribución del complejo

Datos: 3 hectáreas, que equivale a 30.000 m²

Tabla 65 Distribución del complejo

Nº	Áreas	Medidas 3000 m ²
1	Cabañas	14*70 M
2	Establo	10m*15m
3	Restaurant	10m*15m
4	Juegos Recreativos	18*15m
5	Pista De Bici Cross	15m*15m
6	Piscina	10m*10m

7	Área Administrativa	15m*30m
8	Pesca Deportiva	10m*15m
9	Recepción	10m*10m
10	Estacionamiento	20m*15m
11	Bodega	8m*12m
11	Baños	10m*10m

Elaborado por: Estefanía Benavides

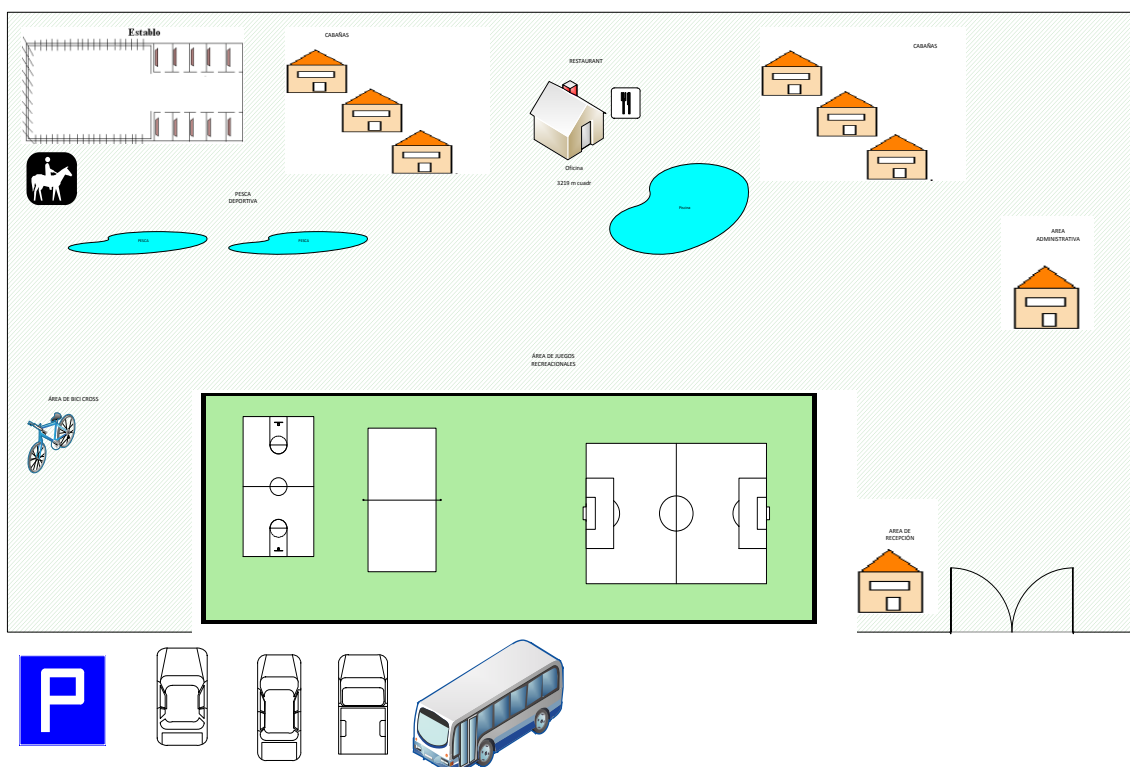


Figura 30. Distribución de Planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

3.4.5.2. Ubicación del complejo eco-turístico

- **ZONA 1**, zona de pesca estará ubicada junto a la laguna a unos 500 metros de distancia aproximadamente de cada cabaña.
- **ZONA 2**, la zona de Restaurant, Bar discoteca, Zona 3

- **ZONA 3**, zona de recreación que estará distribuida por 1 canchas de voleibol, 1 cachas de basquetbol, 1 cachas de fútbol, deportes extremos como bici cross.
- **ZONA 4**, cabalgatas a caballo en la cuales las personas tendrá la opción de pesca montar a caballo por la zona destinada. /
- **ZONA 5**, Esta área corresponderá al área de piscinas, hidromasajes, sauna, turco.
- **ZONA 6**, En esta área estarán situadas la cabañas, indistintamente pues todas tendrán la misma estructura y diseño y serán enumeradas para mayor control.

3.5. Impacto Ambiental

El complejo eco – turístico no representan gran impacto ambiental debido a que se basa en realizar turismo ecológico, respetando el medio ambiente, por tanto es un proyecto amigable con la biodiversidad de la zona del cantón Rocafuerte.

3.6. Líneas de Servicio

Tabla 66 Líneas de Servicio

Líneas	Productos	Artículos
Hospedaje	Cabañas	Cabañas Múltiples
Alimentación	Desayuno	Buffet/
	Almuerzo	Buffet// comidas tradicionales
	Cena	Buffet
	Break (comida rápido)	
Servicios adicionales	Spa	Masajes, Aromaterapia
		Tratamientos Geotermales
	Bar - Discoteca	Licores, Cocteles, Jugos, Agua, Batidos
		Snacks
		Comida Rápida
Piscinas, Sauna Turco, Hidromasaje		

	Canchas recreacionales, pista Bici Cross	Alquiler de balones, bicicletas
	Pesca deportiva	Cana de pesca
	Cabalgata	
	Paseo biodiversidad	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

El hospedaje y Alimentación son principalmente los servicios más comunes utilizados con mayor frecuencia por los turistas, mientras que los servicios adicionales se utilizarán según las necesidades de cada persona.

3.7. Flujogramas de Procesos

3.7.1. Proceso del servicio Eco - Turístico

Para realizar el proceso de servicio del complejo Eco- Turístico se ejecutarán las siguientes actividades en las que intervendrán, la recepcionista, el administrador, el guía turístico, el cliente, quienes serán las personas principales que participen en la reservación para utilizar el mismo.

FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

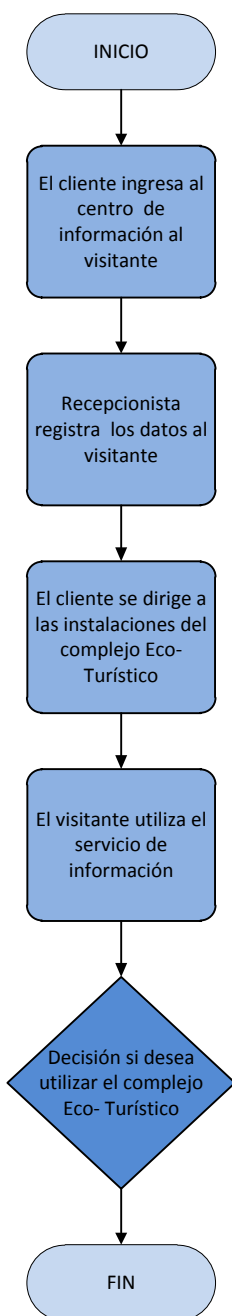


Figura 31. Flujo grama de atención al cliente

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

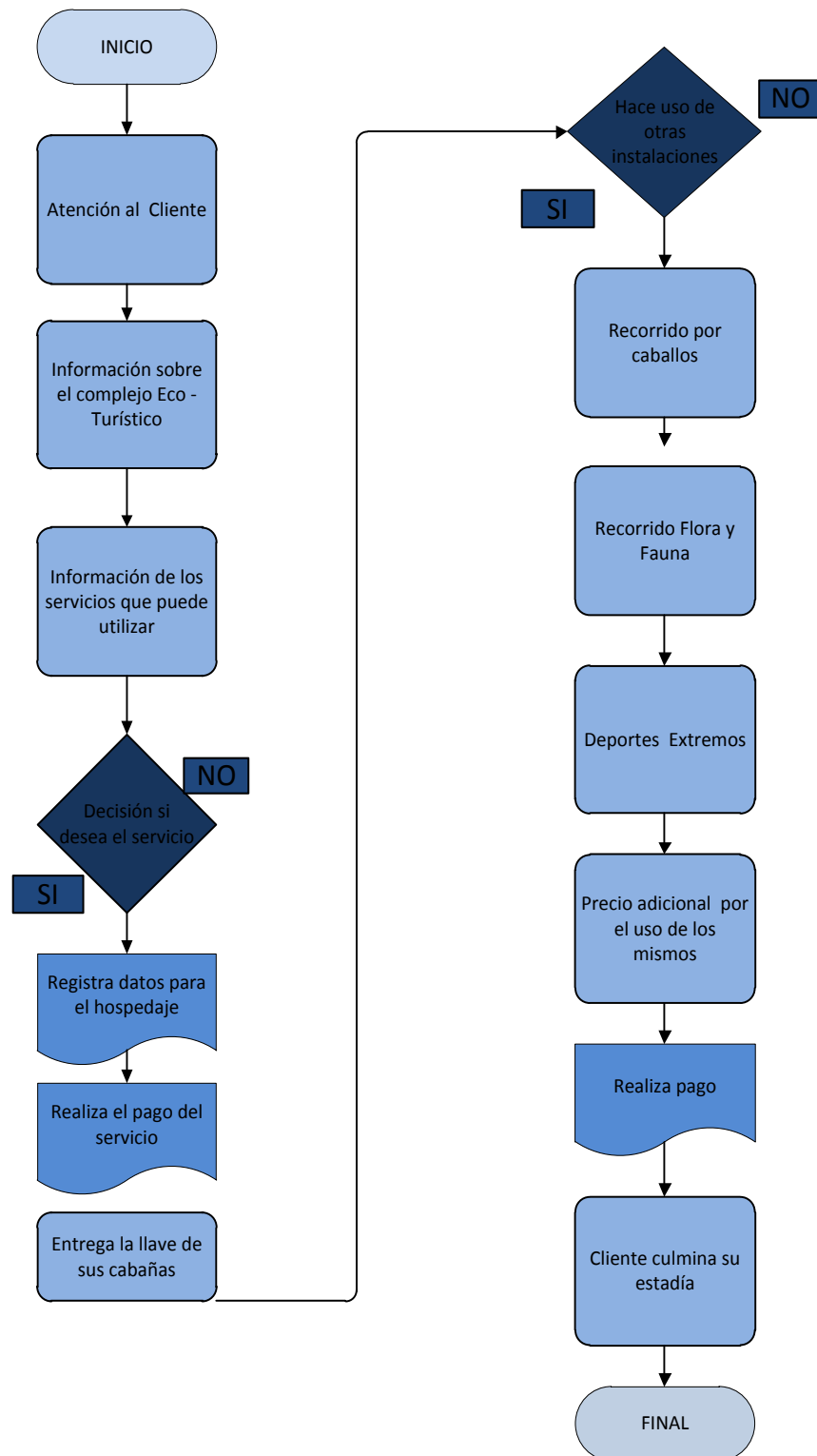
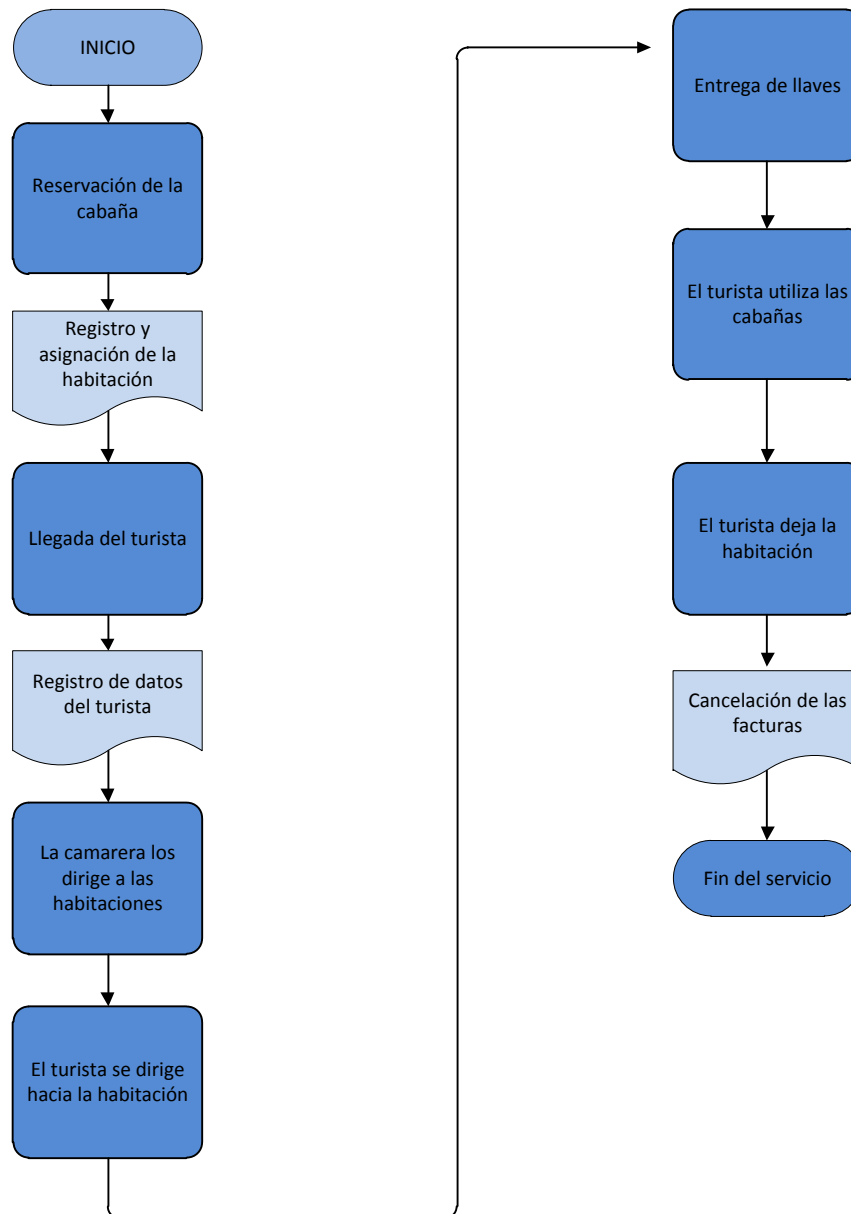


Figura 32. Flujograma del proceso productivo del complejo eco – turístico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO

**Figura 33. Flujo grama del servicio alojamiento****Fuente: Investigación propia****Elaborado por: Estefanía Benavides**

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE DE FORMA INDIRECTA

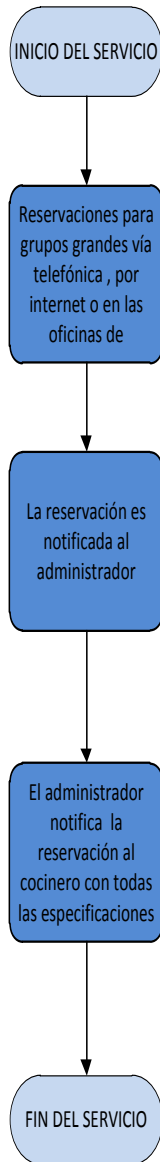


Figura 34. Flujo grama del servicio restaurante de forma indirecta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

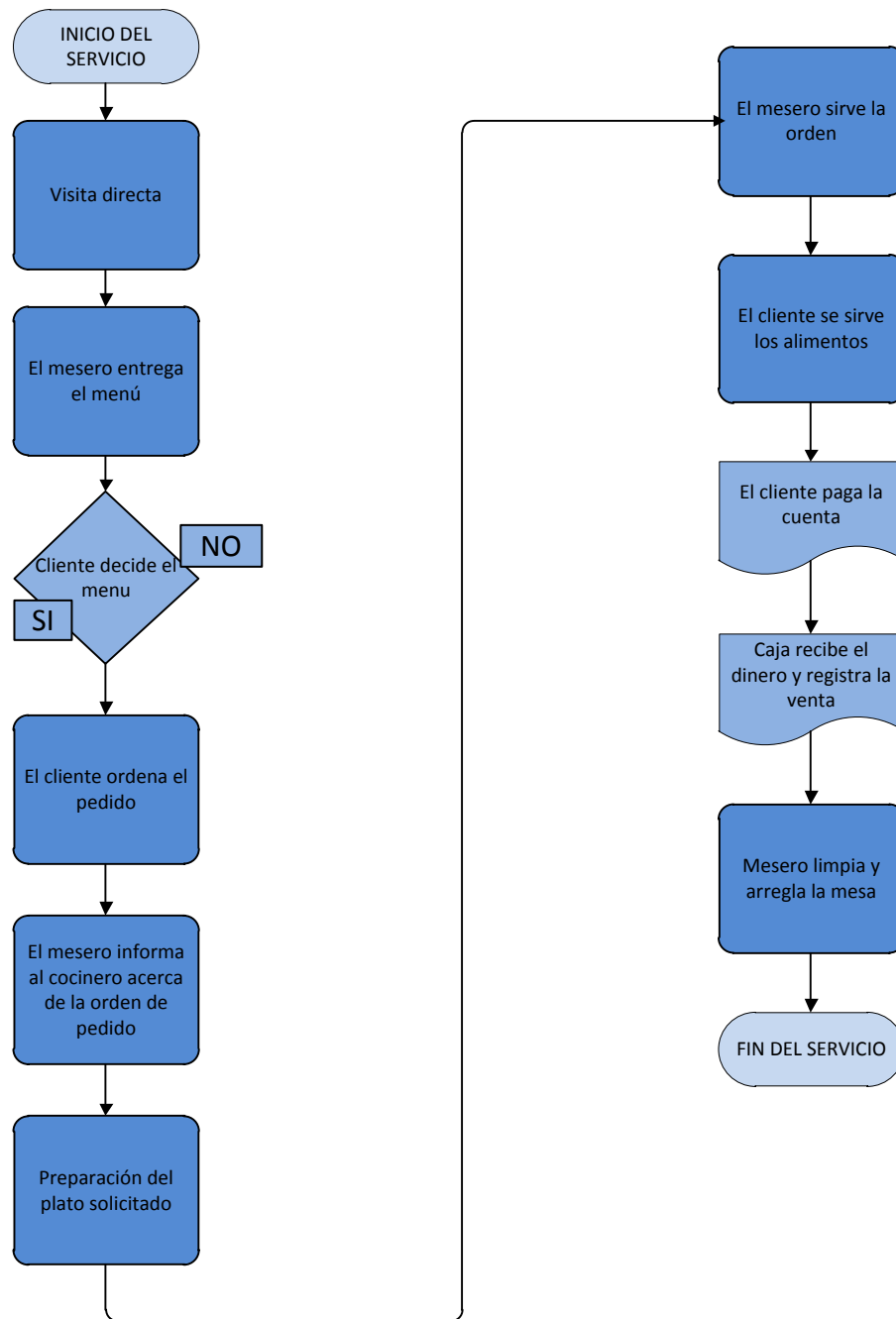


Figura 35. Flujograma de servicio del restaurante de forma directa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

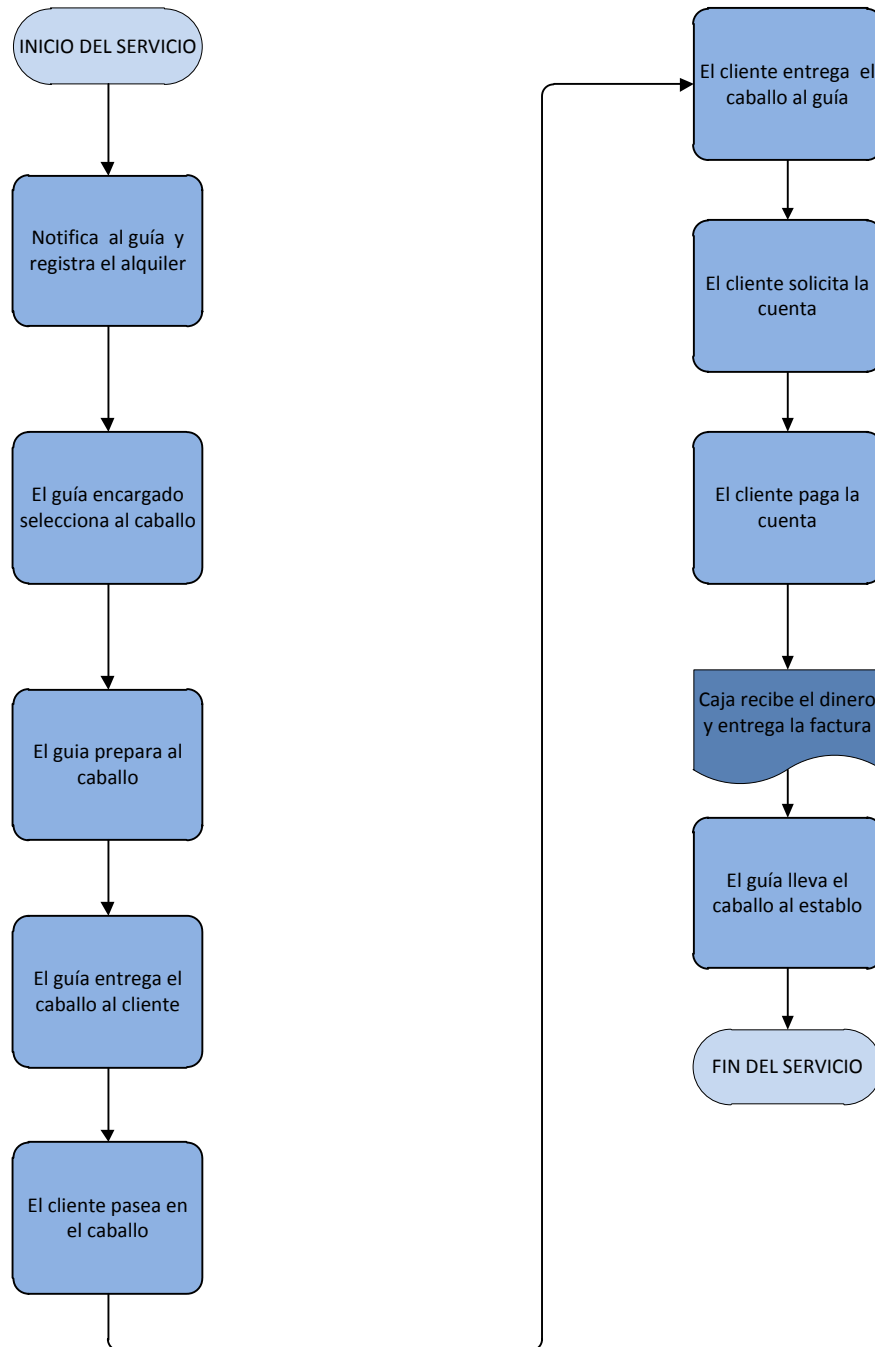


Figura 36. Flujograma del servicio de paseo a caballo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

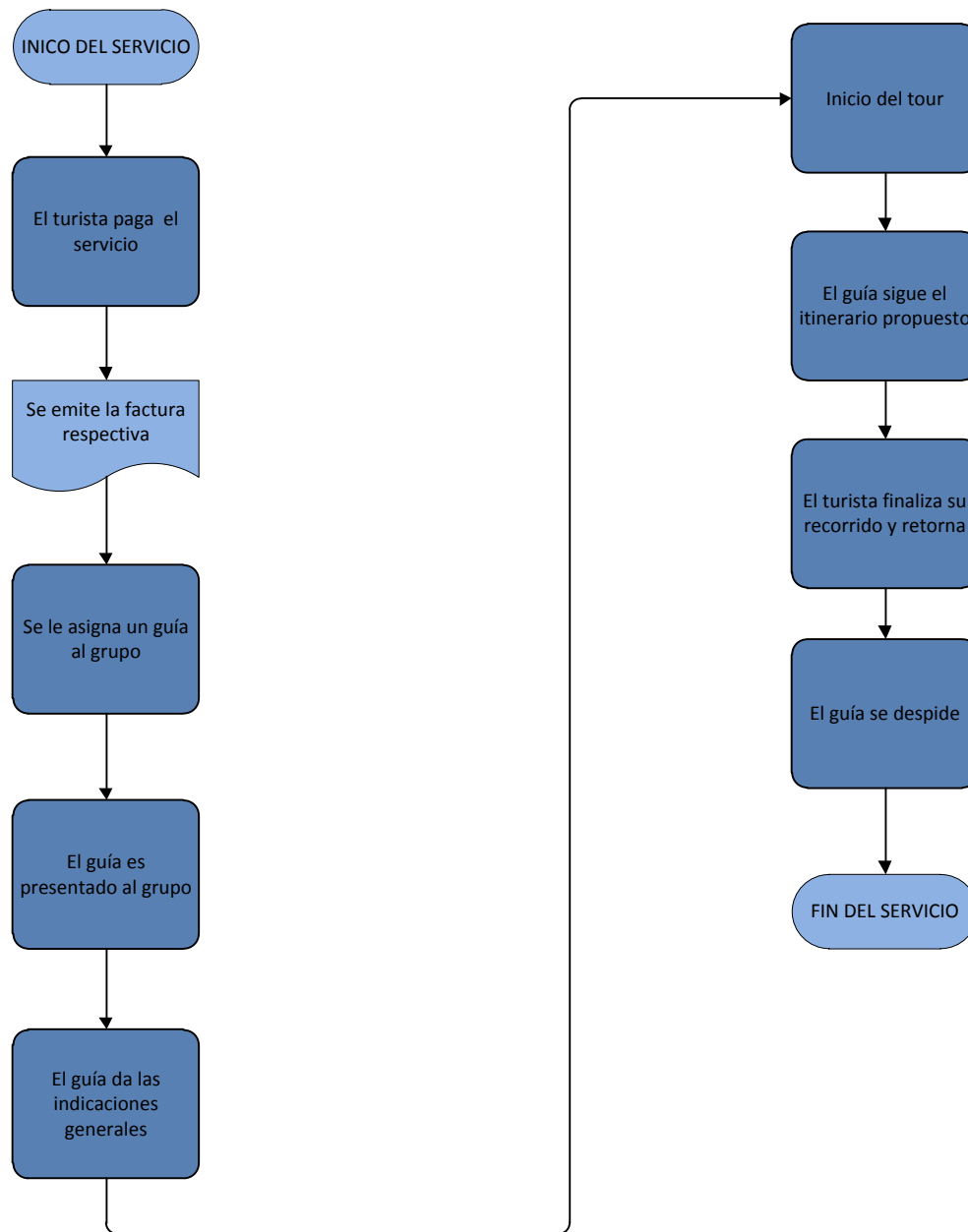


Figura 37. Flujograma de servicio del guía turístico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

CAPITULO IV

ESTUDIO ORGANIZACIONAL LEGAL

4.1. Tipo de Empresa

EL Complejo Eco-Turístico en el cantón Rocafuerte, a crearse en el presente proyecto es una empresa que se dedicara a servicios turísticos, la cual pertenece al sector privado dada la procedencia de las aportaciones económicos a invertir, el cual proviene del trabajo mancomunado de personas particulares. La misma que se registrá a las leyes y reglamentos del Ministerio de Turismo y los estatutos de Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC).

La legislación ecuatoriana define algunos tipos de compañías, entre los principales que se pueden conformaren un negocio son:

- Corporaciones o Sociedad Anónimas
- Compañías de Responsabilidad Limitada
- Compañía en Nombre Colectivo
- Compañía en Comandita Simple
- Compañía de Economía Mixta

4.1.1. Constitución de la Empresa- base legal

El complejo eco-turístico en el cantón Rocafuerte se constituirá como una Sociedad Anónima, debidamente registrada en la Institución, como es la Superintendencia de Compañías, y ante las autoridades legales competentes para lo cual se someterá a las leyes de la Constitución de la república del Ecuador, a las leyes de turismo y a las leyes ambientales cumpliendo con todas normas para un manejo eficaz de la empresa.

En esta compañía, el capital social se encuentra representado por títulos negociables y que poseen un mecanismo jurídico propio y dinámico por lo cual la acción es la parte alícuota del capital de una Compañía Anónima, la ventaja de

constituir la empresa como una sociedad anónima es que los accionistas no responden personalmente a las deudas sociales, sino únicamente, por el monto de sus acciones, además que los acreedores tiene derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.

Características

➤ Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

➤ Socios

La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista.

Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.

➤ Responsabilidad

Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

➤ Constitución

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

➤ Capital

Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.

➤ **Capital autorizado**

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

➤ **Capital mínimo**

El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

➤ **Aportaciones**

Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

➤ **Aportaciones en especie**

En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán valuados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.

En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

En la constitución simultánea las especies aportadas serán valuadas por los fundadores o por los peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes.

Estas disposiciones, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada solo por los propietarios de ese aporte.

4.1.2. Razón social

En este tipo de empresas, el nombre puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Por lo tanto el nombre del complejo Eco-turístico será: " **EL DESCANSO.**"

4.2. Requisitos para la Obtención de Documentos Legales

1. Registro Único del Contribuyente

Identificar al contribuyente ante la Administración Tributaria. Este permiso se obtiene en el SRI (Servicio de Rentas Internas) y para su obtención es necesarios los siguientes documentos:

- Escrituras de constitución de la compañía.
- Llenar el formulario 1O1A.
- Nombramiento que otorga la Superintendencia de Compañías de Representante Legal.
- Copia de Cédula de Identidad y papeleta de votación del representante legal.

- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad), o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Carta con los pagos de agua, luz o teléfono, de no más de 3 meses de antigüedad.

2. Obtención de Permiso para la Constitución de Establecimientos de Alojamiento

A continuación se presentan los permisos que debe cumplir el Complejo Eco-turístico al inicio de sus actividades y durante su periodo de funcionamiento.

a) Registro de Actividad Turística

El Registro de Turismo, consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo. (Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, art. 9).

Prescribiendo un plazo máximo de 30 días después del inicio de la actividad para obtener el Registro de Turismo, en el Ministerio de Turismo, siendo sancionado hasta con la clausura del lugar de no cumplir con tal obligación.

Para su obtención son necesarios los siguientes documentos.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C
- Copia de la Cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada

b) Licencia Funcionamiento de Turismo

“Se requerirá renovar Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o Municipio, según corresponda, además se indica como plazo: hasta el 2 de febrero de cada año” (Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, art. 8, art 9)

c) Permiso Sanitario

Se deberá renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud según el Código de la salud; Reglamento de Tasas en un Plazo de hasta el 31 de marzo de cada año.

Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de Inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado tiene validez de 1 año desde su emisión).
- Copia de la Cedula certificado de votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

d) Patente Municipal

Este permiso municipal es obligatorio y se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Municipio. Para su obtención es necesario los siguientes requisitos (todo documento deberá ser original o copia).

- Escritura de constitución de la compañía.
- Resolución de la superintendencia de Compañías.
- Cédula de identidad del representante legal.
- Papeleta de votación del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

“El pago de patentes deberá hacerse en forma anual hasta el 31 de enero, en el respectivo Municipio”. (Según la Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón).

e) Certificación del Cuerpo de Bomberos

Requisitos:

- Una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud a la que pertenece el domicilio del establecimiento, en la que debe constar.
- Nombre del propietario o Representante Legal (de ser el caso).

f) Afiliación a la Cámara de turismo CAPTUR

Para la obtención del certificado de afiliación se requerirá los siguientes documentos:

- Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta.
- Copia del último aumento de capital (sí hubiese)
- Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del Registro único de Contribuyentes (R.U.C)
- Cancelar la cuota de afiliación.
- Llenar formulario de afiliación

4.3. Filosofía Empresarial

4.3.1. Misión

Lo que una empresa trata de hacer por sus clientes se conoce como *Misión*, por lo cual el siguiente complejo turístico tendrá:

“Somos una empresa que se dedica a ofertar servicios turísticos de calidad, mediante un equipo de trabajo capacitado para detectar, analizar y resolver cualquier tipo de inconveniente de nuestros clientes, brindando un ambiente de armonía y relajación con el medio ambiente fuera de la vida cotidiana de la ciudad dentro de nuestras amplias y modernas instalaciones.”

4.3.2. Visión

La visión es el camino en el cual se debe direccionar la empresa para un crecimiento sostenible dentro del mercado, por lo cual el complejo turístico tendrá la siguiente visión:

“Para el año 2020 ser uno de los más prestigiados complejos turísticos dentro de la provincia de Manabí innovando y mejorando continuamente los servicios y productos ofrecidos alcanzando la satisfacción total de las necesidades y gustos del cliente, basándonos en los principios de calidad y responsabilidad social.”

4.3.3. Objetivos

Entre los objetivos propuestos del complejo turístico a crearse se establecen los siguientes:

- Alcanzar una de la demanda insatisfecha de los turistas que visitan el cantón Rocafuerte cada año.
- Ser una de las principales alternativas turísticas para los turistas que visitan el sector.
- Ofrecer servicios y productos de calidad.
- Solucionar cada problema o sugerencia que tenga el cliente al momento de contratar los servicios turísticos.
- Ser reconocidos a nivel nacional e internacional como uno de los mejores complejos turísticos del Ecuador.
- Satisfacer a cada uno de nuestros clientes.
- Utilizar recursos de materia prima de calidad para la implementación de los procesos empresariales.

- Alcanzar la fidelización de los clientes mediante la implementación de las estrategias de marketing adecuadas.
- Proporcionar una atención diferenciada a los clientes que demandan de los bienes y servicios del complejo turísticos.

4.3.4. Principios

Un principio constituye cada una de las ideas o normas por las que un individuo rige su conducta, es un valor adaptado.

- **Calidad:** Identificando las necesidades de los clientes y de las condiciones del contexto en que se va a proporcionar este servicio.
- **Compromiso Social:** Con el desarrollo de una empresa Innovadora, fuerte y responsable, que genere fuentes de empleo, que otorgue calidad y competitividad en los productos y servicios.
- **Trabajo en Equipo:** Es lo que le permite a la empresa obtener el desarrollo y progreso que necesita, por lo que todos los miembros de la empresa deben luchar por un mismo objetivo.
- **Protección al Medio Ambiente:** Significa respetar y mantener en buenas condiciones el lugar donde estará ubicado el complejo turístico.
- **Prosperidad:** Se compromete la empresa totalmente con los clientes, orientados al cumplimiento de sus necesidades.
- **Productividad:** Incentivos a los integrantes de la empresa al desarrollar su trabajo en equipo para el logro en conjunto de metas generales e individuales.

4.3.5. Valores

Los valores se convierten en la forma como la empresa se percibe a sí misma y a quienes la integran y rodean.

- **Eficiencia:** Estamos orientados a prestar un excelente servicio, es por ello que mejoramos continuamente.
- **Excelencia:** Se Trabaja cada día mejor con eficientes procesos de retroalimentación orientados al mejoramiento continuo.
- **Competitividad:** Significa cumplir con los lapsos de entrega pautados con cada cliente de manera segura, eficaz y puntual siendo muy competitivos.
- **Ética:** Trabajar bajo las más estrictas normas de ética e impecabilidad tanto interna como externamente.
- **Respeto:** Entre los trabajadores de todas las áreas funcionales de la empresa y con los clientes.
- **La Responsabilidad:** Es un factor fundamental, cada uno de los involucrados de la empresa deben cumplir con responsabilidad las actividades encomendadas, con la finalidad de que el cliente se sienta a gusto con el producto ofrecido.

4.3.6. Políticas Empresariales

- Recibir al cliente con una actitud de cordialidad y amabilidad.
- Utilizar normas de calidad al momento de preparar y servir los alimentos en el restaurante.
- Todos los empleados del complejo turístico llevarán uniformes dentro del horario de trabajo.
- Cada 2 meses establecer e implementar estrategias de comunicación para ofertar los servicios del complejo turístico.
- Contar con proveedores que suministren productos y servicios con calidad y que estén comprometidos con el medio ambiente, seguridad y salud ocupacional.

- Tener en cuenta el respecto por el ser humano, su entorno y el trabajo en equipo.

4.4. Estructura Organizacional

El sistema de organización del complejo eco turístico es sencillo de tal manera que se puede, identificar con claridad las funciones de los involucrados en el proceso productivo del servicio hacia el turista.

La estructura organizacional, permite que exista mayor interacción entre todos los miembros, con la finalidad que tolo los planes, metas y objetivos se desarrollen en conjunto todos enfocados en un mismo punto, logrando así crear un ambiente confortable y acogedor para el huésped.

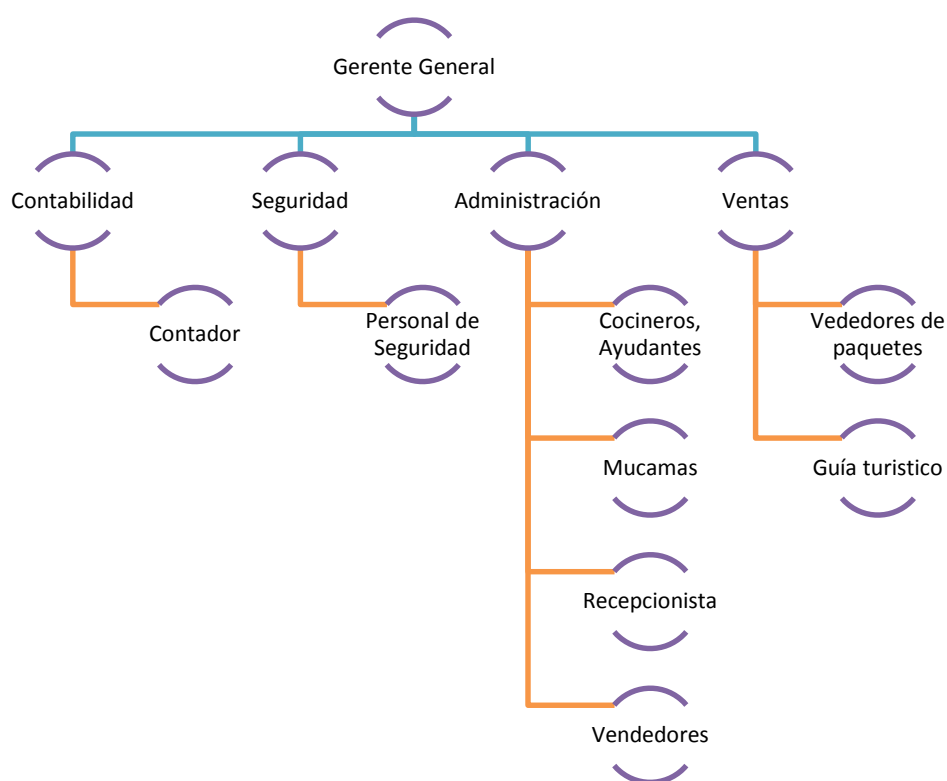


Figura 38. Estructura Organizacional Complejo eco –turístico “Eco Amanecer”

Elaborado por: Estefanía Benavides

4.4.1. Descripción de Funciones del Personal (Responsabilidades y Competencias)

CARGO: Gerente General

Funciones:

- Representar legalmente al Complejo Eco- Turístico.
- Manejar la gestión del negocio y la marcha administrativa del complejo.
- Definir y hacer una planificación de las metas y objetivos del complejo.
- Seleccionar al talento humano de la organización de forma profesional.
- Autorizar los desembolsos de caja de efectivo que la empresa tenga que realizar así como supervisar los gastos.
- Atención personal a turistas y proveedores.
- Planear y controlar de forma integral las funciones de los diferentes departamentos como son: Financiero, Mantenimiento y Seguridad, Alimentos y Bebidas.
- Realizar los presupuestos de acorde a la necesidad del complejo Eco-Turístico

Requisitos del Puesto:

- Género masculino o femenino. Edad: 28 años en adelante. Experiencia mínima 2 años en cargos similares.
- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas). Manejo de paquetes computacionales. Conocimiento de las leyes del país. Liderazgo.

Capacidades:

- Capacidad para la toma de decisiones.
- Trabajo bajo presión.
- Manejo de personal con habilidades para negociar, organizar y planear.
- Trabajo en equipo.

CARGO: Asistente Administrativo – Recepcionista

Funciones:

- Asistir tanto al gerente general así como a todo el personal administrativo cuando corresponda.
- Brindar la información oportuna requerida por los miembros de la empresa así como para los clientes en general.
- Emitir reportes a gerencia.
- Atención personal y telefónica al público y proveedores.
- Recepción y envío de correspondencia.
- Redacción de correspondencia interna y externa.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.
- Manejo de fondo para caja chica.
- Dirigir las operaciones relacionadas con la contabilidad general.
- Registrar entradas y salidas de los huéspedes.
- Realizar reservaciones.
- Atender inquietudes y reclamos.
- Realizar caja.
- Conocer todos los servicios ofertados.
- Informar al cliente sobre instalaciones.
- Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax o correos electrónicos.
- Coordinación con el departamento de limpieza para las habitaciones.
- Controlar llaves de las habitaciones.
- Realizar reportes de ocupación.

Requisitos del puesto:

- Estudios en administración hotelería (mínimo licenciada en turismo).
- Conocimientos en Inglés alto.
- Buena presencia
- Manejo del paquete Microsoft Office. Windows Vista.
- Género: femenino
- Edad: 25-33 años.
- Excelentes relaciones Humanas.
- Experiencia laboral 2 años (mínimo) en cargos similares.

Capacidades:

- Orden y esmero en el trabajo.
- Facilidad para relacionarse
- Rapidez de comprensión.
- Discreción y cuidada atención en el trato personal y telefónico.
- Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades.

CARGO: Contador**Funciones:**

- Llevar la contabilidad de la empresa
- Pagar los impuestos y manejar la nómina de empleados.
- Control de las compras de mercancías realizadas por los distintos departamentos.
- Control del inventario de las distintas áreas.
- Control de compras y adquisiciones.
- Elaboración de presupuestos.
- Pagos y cobros.
- Gestiones bancarias.
- Liquidaciones de impuestos y tasas.
- Presentar los Estados Financieros de la entidad.
- Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la Hostería.

Requisitos del puesto:

- Género: masculino o femenino.
- Edad: 24 a 33 años.
- Ingeniero en Auditoría y Contabilidad.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Orientado al cumplimiento de objetivos.
- Manejo de paquetes de Microsoft Office

- Conocimiento de paquetes contables.
- Experiencia mínima 3 años en cargos similares.

Capacidades:

- Ser un profesional integral, actualizado y bien fundamentado en la ciencia Administrativa y contable, que le permita la planeación, organización, dirección y ejercer el control de problemas empresariales.
- Tener un amplio sentido de libertad e independencia mental y capacidad crítica para solventar los problemas.

CARGO: Camarero**Funciones:**

- Responsable de la limpieza de ciertas áreas del complejo.
- Mantener limpia la entrada del complejo.
- Limpieza de las oficinas del complejo.
- Limpieza del parqueadero.
- Limpieza de calles laterales.
- Limpieza de áreas verdes del complejo.
- Realizar las actividades de planchar, coser, lavar.
- Limpiar, ordenar las cabañas.

Requisitos del puesto:

- Mínimo ser bachiller en cualquier rama.
- Edad: 19 – 32 años
- Sexo: Indistinto
- Experiencia mínima 6 meses
- Tener conocimiento en tipos de habitaciones

Capacidades:

- Sentido para relacionarse con la gente.

- Manejo de máquinas a utilizarse en la lavandería y planchadora.
- Conocimiento en fontanería, entre otras aplicaciones.
- Ser responsables en todas las tareas asignadas.

CARGO: Guardia

Funciones:

- Vigilar y supervisar las instalaciones del complejo.
- Ejecutar medidas de seguridad para proteger a los turistas y empleados.
- Estar pendiente de todas las personas que ingresen y realicen la salida del complejo.
- Evitar cualquier hecho delictivo.
- Reportarse a la hora estipulada ante el jefe administrativo.
- Intervenir en evitación y extinción de incendios, siniestros y accidentes en general.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Masculino
- Edad: 25 años a 40 años
- No tener antecedentes penales.
- Reunir las condiciones físicas y psicológicas para desempeñar el puesto de vigilante o agente de seguridad.
- Haber realizado el premilitar.
- Ser mínimo bachiller.
- Manejo de armas.
- Primeros auxilios.
- Combate contra incendios.
- Defensa personal
- Experiencia mínima 2 años.

Capacidades:

- Ser responsable.

- Ser Puntual.
- Tener carácter fuerte.

CARGO: Chef

Funciones:

- Preservación de los alimentos.
- Supervisar y dirigir ayudantes de cocina.
- Supervisar la existencia de insumos para los alimentos.
- Elaboración de requisición de productos.
- Velar por la impecabilidad del equipo de cocina.
- Es el responsable del detalle de entradas y salidas de la mercancía y de la materia prima.
- Es el responsable de la calidad tanto de los productos como de que la materia prima, este en las condiciones establecidas.
- Es el responsable de que la comida del comedor de empleados, sea realizada y se prepare en tiempo y forma.
- Es el responsable de que los utensilios de cocina, estén en perfecto estado, y en el caso de algún problema, sea reportado a mantenimiento.
- Es el responsable de manejar la rotación y rol del personal del área de cocina.
- Es el responsable de que sea reportado a mantenimiento, si existe alguna fuga de agua o gas.
- Es el responsable de la presentación y producción de los platillos.
- Es el responsable de la limpieza de la cocina.
- Es el responsable de la revisión de la higiene del personal de cocina.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Indistinto
- Edad: 25 a 35
- Experto en gastronomía o carrera técnica en alimentos y bebidas.
- Idioma ingles un 50%
- Disponibilidad de tiempo

- Experiencia mínimo 2 años.
- Tener habilidad manuales e intelectuales para manipular alimentos y organizar tareas.
- Ser limpio, ordenado y atento para supervisar al personal.

Capacidades:

- Tener Liderazgo.
- Ser Ordenado.
- Ser Respetuoso.
- Tener Iniciativa.
- Tener Actitud de servicios
- Administrar
- Ser Comunicativo.
- Saber Enseñar.
- Tener Tolerancia a la frustración.
- Saber trabajar en equipo.

CARGO: Asistente de Cocina**Funciones:**

- Auxiliar al chef en todo lo relacionado con la preparación de los alimentos.
- Ayudar a preparar platillos apetitosos y bien sazonados, combinando texturas y colores en su presentación.
- Distribuir los alimentos en platos de acuerdo con los menús
- Adornar y aderezar los platillos y sus guarniciones.
- Controlar las porciones y supervisar que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos.
- Conocer los procedimientos para la preparación y combinación de los alimentos.
- Mantener con perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos.
- Controlar la vajilla, cubiertos, etc.

- Aplicar los estándares de higiene y calidad.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Indistinto
- Edad entre los 20 – 40 años.
- Experiencia mínima 2 años
- Conocimientos en nutrición y manejo de aparatos de cocina.
- Conocimiento en conservación de alimentos
- Conocimiento en normas de higiene y seguridad integral.
- Mínimo en carrera técnica en gastronomía o equivalente.

Capacidades:

- Destreza manual para manipular aparatos e instrumentos de cocina.
- Trabajo en equipo
- Ser Responsable
- Establecer relaciones interpersonales.
- Captar instrucciones.
- Calcular raciones o cantidades para preparar los alimentos.

CARGO: Mesero**Funciones:**

- Atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia.
- Presentarse al trabajo debidamente aseado, tanto del cuerpo como del uniforme.
- Limpiar mesas, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charolas, etc.
- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía.
- Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.
- Cuando el cliente lo solicita, presentar la cuenta de pago.

- Asistir al cliente cuando se retira del restaurante.
- Indicarles donde están los sanitarios, e información precisa ante cualquier duda.
- Sacar la basura al concluir su jornada.

Requisitos del puesto:

- Mínimo Bachillerato
- Sexo: Indistinto
- Edad: entre los 20 a 30 años
- Experiencia mínima 1 año

Capacidades:

- Ser Puntual
- Ser Responsable
- Disponibilidad de horarios
- Ser proactivo

CARGO: Guía Turístico**Funciones:**

- Presentarse ante el turista con amabilidad y cortesía.
- Dar a conocer al cliente la historia del cantón Rocafuerte, su cultura y tradición.
- Informar al turista sobre las actividades que puede realizar en el complejo, así como también los horarios para poder hacer uso de las mismas.
- Presentar la hoja de rutas de las actividades que se puede realizar en el complejo como es cabalgatas o caminatas, o deportes extremos.
- Formar grupos de personas para realizar la caminata y conocer la biodiversidad de la zona.
- Llegar un informe de las actividades que realiza con las turísticas, notificar la misma con el administrador.

Requisitos del puesto:

- Título en Licenciada en Ecoturismo, Administración o afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: entre los 25 a 33 años
- Experiencia mínima 1 año
- Idioma ingles al 100%

Capacidades:

- Ser Puntual
- Ser Responsable
- Disponibilidad de horarios
- Ser proactivo
- Conocimiento de actividades turísticas
- Manejo de personal y equipos de trabajo
- Toma de decisiones

CARGO: Vendedor

Funciones:

- Difundir la publicidad mediante los sistemas computarizados, como son redes sociales.
- Ejecutar un plan estratégico para captar de mejor manera el mercado.
- Realizar un plan de marketing para obtener resultados deseados en el mercado.
- Es el encargado de brindar toda la información al turista sobre el servicio que presenta el complejo.
- Dar a conocer al turista sobre los paquetes, disponibles en el complejo, los valores y descuentos al que estaría sujeto al momento de adquirir un servicio.
- Puntualizar las formas de pago que puede realizar, o tarjetas con las cuales puede diferir.
- Entregar los informes de venta al administrador, para que pueda coordinar con sus colaboradores la fecha y hora de llegada de los turistas.

Requisitos del puesto:

- Título en Administración de Empresas o afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: entre los 25 a 35 años
- Experiencia mínima 2 años
- Idioma ingles al 100%

Capacidades:

- Ser Puntual
- Ser Responsable
- Disponibilidad de horarios
- Ser proactivo
- Conocimiento de actividades turísticas
- Manejo de personal y equipos de trabajo
- Toma de decisiones
- Conocimientos de Publicidad

4.4.2. Administración de los Recursos Humanos

4.4.2.1. Requerimientos de Personal

Las diferentes áreas del Complejo Eco-Turístico, contarán con las siguientes personas responsables de realzar de manera eficiente y eficaz sus actividades encomendadas.

Tabla 67 Requerimientos de personal

Área	Cargo	N° responsables
------	-------	--------------------

Contabilidad	Contador	1
	Administrador	1
Administración	Chef	1
	Cocinero	1
	Mesero	1
	Chofer	1
	Camarero	2
Ventas	Guía Turístico	1
	Vendedor	1
	Recepcionista	1
Seguridad	Guardia	1
	Total	12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión Requerida

Para el cumplimiento del presente proyecto, se requerirá de una inversión para la adquisición de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, se detalla los valores en forma global en el siguiente cuadro

Tabla 68 Inversión Requerida

Detalle	Valores	%
Activos Fijos	792 194,55	98%
Activos Diferidos	3 412,50	0,4%
Capital de Trabajo	16 157,51	2%
Inversión total	811 764,56	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.1. Inversión en Activos Fijos

Para la implementación del presente proyecto, los activos fijos que se requieren son: muebles, equipos de oficina, equipos de computación, equipos de alojamiento, muebles de cocina, semovientes, vehículos, terrenos, infraestructura, tanto para el área administrativa como el área de operación del complejo Eco-Turístico.

Tabla 69 Inversión en Activos Fijos

Detalle	Valores
Infraestructura	664755,00
Muebles Y Enseres	6 902,70
Equipos De Oficina	1 850,10
Equipos De Alojamiento	21798,00
Equipos Y Muebles De Cocina	3496,50
Equipos De Computación	2 262,75
Semovientes	2 100,00
Vehiculos	36 529,50
Terrenos	52 500,00
Total activos fijos	792 194,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.2. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres se requieren tanto para el departamento administrativo como para el área de alojamiento.

Tabla 70 Muebles de Enseres

Concepto	Departamento			Total unidades	Valor unitario	Valor total
	Administrativo	Restaurante	Alojamiento			
Escritorio	2			2	180,00	360,00
Archivador pequeño	1			1	94,00	94,00
Cama Litera			24	24	100,00	2400,00
Cama dos plazas			24	24	130,00	3120,00
Veladores			24	24	25,00	600,00
Subtotal					529,00	6574,00
Imprevistos					5%	328,70
Total						6902,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.3. Equipos de Oficina

Se detallan los equipos a utilizar tanto en el departamento administrativo, como el área de restaurant y alojamiento.

Tabla 71 Equipos de Oficina

Concepto	Departamento			Total unidades	Valor unitario	Valor total
	Administrativo	Restaurante	Alojamiento			
Teléfono inalámbrico	1	1	24	26	65,00	1690,00
Calculadora estándar	2	2	2	6	12,00	72,00
Subtotal					77,00	1762,00

Imprevistos			5%	88,10
TOTAL				1850,10

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.4. Equipos de Computación

Los equipos de computación estarán compuestos solamente por un computador de escritorio, una laptop, y una impresora multifunción.

Tabla 72 Equipos de Computación

Concepto	Departamento				
	Administrativo	Alojamiento	Total unidades	Valor unitario	Valor total
Computadora escritorio	1		1	810,00	810,00
Laptop	1		1	1200,00	1200,00
Impresora estándar	1		1	145,00	145,00
Subtotal				2155,00	2155,00
Imprevistos				5%	107,75
Total					2262,75

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.5. Vehículos

Para el presente proyecto se considera las bicicletas con vehículos, se necesitara 8 como inversión fija, la cual estará destinado para el área de bici Cross. Y una buseta marca Hyundai H1 para el área de operaciones.

Tabla 73 Vehículos

Concepto	Departamento				
	Administrativo	Operaciones		Valor unitario	Valor total
Buseta Hyundai H1	0	1		0,00	33990,00
BICICLETAS		8		100,00	800,00
Subtotal				0,00	34790,00
Imprevistos				5%	1739,50

Total	36529,50
--------------	-----------------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.6. Semovientes

Para el presente proyecto, se considera como semoviente a los caballos que están destinados para el área de cabalgata.

Tabla 74 Semovientes

Concepto	Departamento		Valor unitario	Valor total
	Administrativo	Operaciones		
Caballos	0	4	500,00	2000,00
Subtotal			500,00	2000,00
Imprevistos			5%	100,00
Total				2100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.7. Infraestructura

Para el presente proyecto, para las cabañas, cerramientos, jardines parqueaderos, se utilizará lo siguiente para su construcción.

Tabla 75 Infraestructura

Concepto	unidad (m2)	Costo m2	Valor total
Construcción Cabañas (14*70 M2)	980	165,00	161 700,00
Cerramientos	3000	110,00	330 000,00
Jardines	1000	25,00	25 000,00
Piscina	450	32,00	14 400,00
Establo	100	45,00	4 500,00
Canchas Deportivas	1000	65,00	65 000,00
PISTA Bici Cross	500	65,00	32 500,00
Subtotal			633 100,00
Imprevistos		5%	31 655,00
Total			664 755,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.8. Equipos de Alojamiento

Se detalla los equipos con los cuales constara las habitaciones del complejo Eco_Turistico que seran de 12 cabañas.

Tabla 76 Equipos de Alojamiento

Concepto	Departamento	Servicios		Total Unidades	Valor unitario	Valor total
	Administrativo	Restaurante	Alojamiento			
Ventiladores	1	3	24	28	70,00	\$ 1 960,00
Sistema aire acondicionado	1	1	24	26	40,00	\$ 1 040,00
Minibares			12	12	30,00	\$ 360,00
Televisor samsung Led 32"	1	2	24	27	550,00	\$ 14 850,00
Lámparas	2	4	24	30	85,00	\$ 2 550,00
Subtotal					775,00	\$ 20 760,00
Imprevistos					5%	1038,00
TOTAL						\$ 21 798,00

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.9. Equipos de Cocina

Se detalla los equipos con los cuales constara el area de restaurant del Complejo Eco-Turistico.

Tabla 77 Equipos de Cocina

Concepto	Servicios		Total unidades	Valor unitario	Valor total
	Restaurante				
Cocina (INDUCCION) Industriales	2		2	450,00	900,00
Congelador	1		1	250,00	250,00
Microondas	1		1	120,00	120,00
Licuadaora	2		2	85,00	170,00
Batidora	2		2	45,00	90,00
Mesas (4 personas)	12		12	75,00	900,00
Sillas de madera	36		36	25,00	900,00
Subtotal				1050,00	3330,00

Imprevistos	5%	166,50
Total		3496,50

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.1.1.1. Terrenos

El terreno sera de 30.000 m2 que nos permitira construir y distribuir las instalaciones del complejo Eco- Turistico de la mejor forma.

Tabla 78 Terrenos

Gastos	Valor mensual	Valor anual
Terrenos		50 000,00
subtotal	0,00	50 000,00
Imprevistos	5%	2 500,00
Total		52 500,00

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.2. Inversión Diferida

La inversión diferida se estructura por los egresos o gastos que forman parte de la constitución de la empresa, tanto en la elaboración de la escritura pública, como en la obtención de la patente.

Tabla 79 Inversión Diferida

Concepto	Valor total
Constitución de la empresa	2500,00
Patente municipal, Inscripción de registro mercantil, RUC, Cuerpo de Bomberos	750,00
Subtotal	3250,00
imprevistos 5%	162,50
Total de activos diferidos	3 412,50

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.2.1. Inversión en Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo está dada por los valores y rubros de materia prima, útiles de aseo y de oficina, insumos de fábrica, cuentas pre-pagadas, suministros de hospedaje, utensilios de restaurant, utensilios de cocina.

Tabla 80 Inversión en Capital de Trabajo

Concepto	Valor
Caja - bancos	9 436,39
Inv. utiles de oficina	27,58
Inv. suministros de hospedaje	2094,75
Inv. utiles de aseo	365,93
Inv. utensilios de restaurante	1 863,49
Inv. utensilios de cocina	474,86
Inv. utiles de baño	42
Seguro prepagado	1 143,77
Publicidad prepagada	708,75
Total capital trabajo	16 157,51

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.2.1.1. Cálculo del capital de trabajo mediante el método contable

El capital de trabajo es considerado, como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, en este sentido el capital de trabajo es lo que generalmente conocemos (efectivo, inversiones a corto plazo, inventarios, cartera, y mano de obra), el complejo Eco - Turístico para poder operar, requiere de recursos para cubrir de insumos, mano de obra, inversión a corto plazo etc., estos recursos deben estar disponibles para cubrir las necesidades del complejo a tiempo para lo cual se utiliza el método contable para su cálculo.

Para el cálculo de los valores que se registran en la inversión del capital de trabajo, se aplica el método contable, en el que es fundamental detallar el número de días y fórmulas para cada una de las cuentas que se presentan a continuación:

Tabla 81 Capital de Trabajo

Detalle	Días (mínimo)
Caja - bancos	10
Inventario (otros)	90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Las variable que utilizaremos para el presente proyecto será de acuerdo al giro del negocio se ha previsto que se mantendrá una caja promedio de 10 días dado que los día entre semana no existirá gran afluencia de visitantes.

Para la rotación de inventario se ha previsto una rotación de 90 días pues el giro del negocio con un enfoque de hospedaje no necesitará la compra de insumos de manera constante, pues cada trimestre nos daremos de stock suficiente para abastecer la demanda.

Fórmulas que se utilizan en cálculo del capital de trabajo para el método contable

Tabla 82 Calculo Capital de Trabajo

Detalle	Fórmula
caja - bancos	$CAJA = \frac{VENTAS \text{ AÑO } 1}{360 \text{ DIAS}} * No. DIAS$
Inventarios	$ROT. INV = \frac{INVENTARIO}{CTO DE VENTAS} * 360 \text{ DIAS}$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.2.1.2. Detalle del Capital de Trabajo

Los valores que se registran en el capital de trabajo, también se deben calcular de forma anual en el departamento administrativo y de operaciones en la implementación del nuevo negocio. Estos rubros se reflejan de forma detallada en las siguientes tablas.

Tabla 83 Útiles de Oficina

Concepto	Departamento		Valor Unitario	Valor Total
	Administrativo	Total Unidades		
Perforadora	3	3	6,50	19,50
Grapadora	3	3	6,00	18,00
Carpetas doble arco	3	3	1,75	5,25
Cuadernos pequeños	6	6	0,80	4,80
Resmas de papel bond	2	2	5,50	11,00
Clips (100 unidades)	3	3	6,50	19,50
Esferos (docena)	6	6	4,50	27,00
Subtotal			31,55	105,05
Imprevistos			5%	5,25
Total				110,30

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 84 Útiles de Aseo

Concepto	Departamento		Alojamiento	Total unidades	Valor unitario	Valor total
	Administrativo	Operaciones				
Juegos de accesorios de limpieza (paquete)	26			26	8,00	208,00
Ambiental (galón)	26			26	7,00	182,00
Desinfectantes (galón)	26			26	14,00	364,00
Cloro (galón)	26			26	6,00	156,00
Escobas grandes	28			28	4,00	112,00
Fundas de Basura (docenas)	100			100	3,00	300,00
Basureros pequeños plásticos	12		24	36	2,00	72,00
Subtotal					44,00	1394,00
Imprevistos					5%	69,70
Total						1463,70

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 85 Suministros de Hospedaje

Concepto			Valor unitario	Valor total
	Alojamiento	Total unidades		
Sábanas (paquete completo)	48	48	7,00	336,00
Cortinas	32	32	6,00	192,00
Almohadas	192	192	5,00	960,00
Colchón (dos plazas)	24	24	90,00	2160,00
Colchon (litera)	48	48	75,00	3600,00
Toallas	96	96	5,00	480,00
Espejos para peinadoras	24	24	6,50	156,00
Peinadoras	24	24	4,00	96,00
Subtotal			198,50	7980,00
Imprevistos			5%	399,00
Total				8379,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 86 Utensillos de restaurante

Concepto	Servicios		Valor unitario	Valor total
	Restaurante	Total unidades		
Servilletas (paquetes de 100)	20	20	2,25	45,00
Manteles para mesa	22	22	4,00	88,00
Juegos de Vajilla completo	36	36	28,00	1008,00
Vasos de vidrio liso 15 onzas docena	44	44	16,00	704,00
Copas de cristal docena	44	44	14,75	649,00
Tenedores docenas	44	44	14,50	638,00
Cuchillos docena	44	44	17,00	748,00
Cuchara docena	44	44	15,00	660,00
Cucharita para postre docena	44	44	11,00	484,00
Plato base de 30 cm. De diámetro	100	100	4,75	475,00

Plato medio de 18 cm de diámetro	100	100	4,50	450,00
Plato hondo de 18 cm de diámetro	100	100	5,00	500,00
Tasa	200	200	3,25	650,00
Subtotal			140,00	7099,00
Imprevistos			5%	354,95
Total				7453,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 87 Utensilios de cocina

Concepto	Servicios		Valor unitario	Valor total
	Restaurante	Total unidades		
Aislante de calor grande	4	4	40,00	160,00
Escurreidor plástico multiuso 27 cm.	6	6	12,00	72,00
Balde plástico de 8 lts.	5	5	10,00	50,00
Sartén asador Umco 50 cm	2	2	50,00	100,00
Ensaladera de acero inoxidable	3	3	17,00	51,00
Jarra plástica 1 litro	4	4	15,00	60,00
Jarra plástica 2 litro	4	4	25,00	100,00
Sartén mediado de teflón	8	8	45,00	360,00
Cuchillos medianos	4	4	35,00	140,00
Cuchillos grandes	4	4	30,00	120,00

Paila gruesa	4	4	35,00	140,00
Olla marca Umco número 28	8	8	32,00	256,00
Olla marca Umco número 30	8	8	25,00	200,00
Subtotal			371,00	1809,00
Imprevistos			5%	90,45
Total				1899,45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 88 Útiles de baño

Concepto			Valor unitario	Valor total
	Alojamiento	Total unidades		
Jabón	400	400	0,15	60,00
Shampoo	400	400	0,25	100,00
Subtotal			0,40	160,00
Imprevistos			5%	8,00
Total				168,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 89 Seguros Prepagados

Concepto	Valor inicial	% mensual	Valor mensual	Seguro anual
Muebles y enseres	6 902,70	1,0%	69,03	828,32
Equipos de oficina	1 850,10	1,0%	18,50	222,01
Equipos de alojamiento	21 798,00	1,0%	217,98	2 615,76
Equipos y muebles de cocina	3 496,50	1,0%	34,97	419,58
Equipos de computación	2 262,75	1,0%	22,63	271,53
Subtotal			363,10	4357,21
Imprevistos			5%	217,86
Total				4575,07

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.3. Financiamiento de Costos e Inversiones

Para poder financiar el activo fijo, activo diferido, capital de trabajo, se lo realiza de la siguiente forma, el activo diferido y capital de trabajo aportación accionistas, y el activo fijo se realiza un crédito con la CFN Corporación Financiera Nacional con una tasa de 9,75% de interés anual, se toma esta institución porque brinda las mejores opciones tanto en el monto de crédito, tasa de interés y el plazo y apoya nuevos proyectos.

Plazo

Activo Fijo: hasta 10 años.

Capital de Trabajo: hasta 3 años.

Período de gracia

Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado. .

Tasas de interés

9,75%

Financiamiento del crédito

El crédito que se facilitará por parte de la CFN (Corporación Financiera Nacional) se obtiene los siguientes valores cuya tasa de interés será del 9,75% anual a un plazo de 5 años y las cuotas de pago se cancelarían de forma semestral:

Datos del crédito

Tabla 90 Tabla de Financiamiento

1	Monto	500 000,00	
2	Período	anual	semestral
3	Interés	9,75%	4,88%
4	Plazo	5	años
5	Período de pago	Semestral	10
6	Forma de amortización	Dividendo Constante	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 91 Tabla de amortización préstamo

Periodo	Amortización del capital	Interés	Dividendo	Saldo
0				500 000,00
1	39 984,80	24 375,00	64 359,80	460 015,20
2	41 934,06	22 425,74	64 359,80	418 081,13
3	43 978,35	20 381,46	64 359,80	374 102,78
4	46 122,29	18 237,51	64 359,80	327 980,49
5	48 370,76	15 989,05	64 359,80	279 609,73
6	50 728,83	13 630,97	64 359,80	228 880,90
7	53 201,86	11 157,94	64 359,80	175 679,04
8	55 795,45	8 564,35	64 359,80	119 883,59
9	58 515,48	5 844,32	64 359,80	61 368,11
10	61 368,11	2 991,70	64 359,80	0,00
Total	500 000,00	143 598,05	643 598,05	

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.3.1. Estado de Fuentes y Usos

El estado de fuentes y usos en el presente proyecto se estructura por la inversión en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 92 Estado de Fuentes y Usos

Inversión	Valor usd.	% Inv. total	Recursos propios		Recursos terceros	
			%	valores	%	valores
Activos Fijos	792 194,55	98%	36,0%	292194,55	61,6%	500 000,00
Activos Diferidos	3 412,50	0,4%	0,42%	3 412,50	0,0%	0,00
Capital de Trabajo	16 157,51	2,0%	2,0%	16157,51	0,0%	0,00
Inversión Total	811 764,56	100,00%	38,4%	311764,56	61,6%	500 000,0

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.3.2. Estado de Situación Inicial

Después que se ha calculado los valores preliminares de la inversión, es posible elaborar el Estado de Situación Inicial en la que se detallan los activos y pasivos con los que se cuenta al momento de implementar el complejo Eco- turístico.

Tabla 93 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivos Corrientes	
Caja - bancos	9 436,39	Proveedores	-
Inv. utiles de oficina	27,58	Pasivo a largo plazo	
Inv. suministros de hospedaje	2 094,75	Préstamo por pagar	500 000,00
Inv. utiles de aseo	365,93	TOTAL PASIVO	500 000,00
Inv. utensilios de restaurante	1 863,49		
Inv. utensilios de cocina	474,86		
Inv. utiles de baño	42,00		
Seguro prepagado	1 143,77		
Publicidad prepagada	708,75		
Activo Fijo			
Muebles y enseres	6 902,70	PATRIMONIO	
Equipos de oficina	1 850,10	Capital Social	311 764,56

Equipos de alojamiento	21 798,00		
Equipos y muebles de cocina	3 496,50		
Infraestructura	664 755,00		
Semovientes	2 100,00		
Vehiculo	36 529,50		
Terreno	52 500,00		
Equipos de computación	2 262,75		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	3412,50		
Total Activos	811 764,56	Total Pasivo y Patrimonio	811 764,56

Fuente: Investigacion Propia

Elaborado por : Estefania Benavides

5.4. Gastos del Proyecto

5.4.1. Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios están dados por la retribución por el trabajo realizado tanto para los colaboradores del área administrativa como del área operativa respectivamente que en su totalidad son 12 personas. Por ende, estos valores se especifican en las tablas que se visualizan a continuación:

Tabla 94 Sueldos y Salarios

Cargo	No.	Sueldo base mensual	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Mensual	AÑO 1
Administrador	1	1 000,00	1 000,00	83,33	29,50	41,67	111,50	1 266,00	15 192,00
Contador	1	900,00	900,00	75,00	29,50	37,50	100,35	1 142,35	13 708,20
Vendedor	1	700,00	700,00	58,33	29,50	29,17	78,05	895,05	10 740,60
Recepcionista	1	700,00	700,00	58,33	29,50	29,17	78,05	895,05	10 740,60
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	4	3 300,00	3 300,00	275,00	118,00	137,50	367,95	4 198,45	50 381,40
Chef	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
Cocinero	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
Mesero	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
Camarero	2	600,00	1 200,00	100,00	59,00	50,00	133,80	1 542,80	18 513,60
Guia Turistico	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
Chofer	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
Guardia	1	600,00	600,00	50,00	29,50	25,00	66,90	771,40	9 256,80
TOTAL ÁREA DE SERVICIOS	8	4 200,00	4 800,00	400,00	236,00	200,00	535,20	6 171,20	74 054,40
TOTAL:	12	7 500,00	8 100,00	675,00	354,00	337,50	903,15	10 369,65	124 435,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

A partir del segundo año se implementa el recurso humano a 16 personas, se incorporaron al equipo de trabajo 2 camareros, un vendedor, y un guía turístico, el objetivo implementar nuestras ventas.

Tabla 95 Salarios a Partir del Segundo Año

Cargo	No.	Sueldo base mensual	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Trabajo Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 4
Administrador	1	1 028,01	1 028,01	85,67	51,40	42,83	114,62	85,67	1 408,20	16 898,43	17 371,75	17 858,34	18 358,55
Contador	1	925,21	925,21	77,10	51,40	38,55	103,16	77,10	1 272,52	15 270,27	15 697,99	16 137,69	16 589,70
Vendedor	2	719,61	1 439,21	119,93	102,80	59,97	160,47	119,93	2 002,32	24 027,88	24 700,90	25 392,78	26 104,03
Recepcionista	1	719,61	719,61	59,97	51,40	29,98	80,24	59,97	1 001,16	12 013,94	12 350,45	12 696,39	13 052,01
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	5	3 392,43	4 112,04	342,67	257,00	171,34	458,49	342,67	5 684,21	68 210,52	70 121,10	72 085,19	74 104,29
Chef	1	616,81	616,81	51,40	51,40	25,70	68,77	51,40	865,48	10 385,78	10 676,69	10 975,74	11 283,17
Cocinero	1	616,81	616,81	51,40	51,40	25,70	68,77	51,40	865,48	10 385,78	10 676,69	10 975,74	11 283,17
Mesero	1	616,81	616,81	51,40	51,40	25,70	68,77	51,40	865,48	10 385,78	10 676,69	10 975,74	11 283,17
Camarero	4	616,81	2 467,22	205,60	205,60	102,80	275,10	205,60	3 461,93	41 543,12	42 706,74	43 902,96	45 132,68
Guia Turistico	2	616,81	1 233,61	102,80	102,80	51,40	137,55	102,80	1 730,96	20 771,56	21 353,37	21 951,48	22 566,34
Chofer	1	616,81	616,81	51,40	51,40	25,70	68,77	51,40	865,48	10 385,78	10 676,69	10 975,74	11 283,17
Guardia	1	616,81	616,81	51,40	51,40	25,70	68,77	51,40	865,48	10 385,78	10 676,69	10 975,74	11 283,17
TOTAL ÁREA DE SERVICIOS	11	4 317,64	6 784,87	565,41	565,41	282,70	756,51	565,41	9 520,30	114 243,57	117 443,54	120 733,13	124 114,86
TOTAL:	16	7 710,08	10 896,91	908,08	822,41	454,04	1 215,01	908,08	15 204,51	182 454,09	187 564,63	192 818,32	198 219,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.4.2. Depreciación y Amortización

5.4.2.1. Depreciación

Al momento que se adquieren los activos fijos para el uso de la nueva empresa, es conveniente que también se calculen los valores de la depreciación, pues se constituyen como gastos o egresos del negocio y se incluyen dentro del Estado De Resultados Proyectado.

Tabla 96 Depreciación de los Activos Fijos

Concepto	Valor	%	Vida útil (años)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	6 902,70	10,00%	10	690,27	690,27	690,27	690,27	690,27
Equipos de oficina	1 850,10	10,00%	10	185,01	185,01	185,01	185,01	185,01
Equipos de alojamiento	21 798,00	10,00%	10	2 179,80	2 179,80	2 179,80	2 179,80	2 179,80
Equipos y muebles de cocina	3 496,50	10,00%	10	349,65	349,65	349,65	349,65	349,65
Infraestructura	664 755,00	5,00%	20	33 237,75	33 237,75	33 237,75	33 237,75	33 237,75
Vehiculo	36 529,50	20,00%	5	7 305,90	7 305,90	7 305,90	7 305,90	7 305,90
Equipos de computación	2 262,75	33,33%	3	754,25	754,25	754,25		
Total	737 594,55			44 702,63	44 702,63	44 702,63	43 948,38	43 948,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 97 Resumen del valor de Rescate en los Activos Fijos

Concepto	Valor	%	Vida útil (años)	Deprec. acum. 5to año	Valor Rescate 5to año
Muebles y enseres	6 902,70	10%	10	3 451,35	3 451,35
Equipos de oficina	1 850,10	10%	10	925,05	925,05
Equipos de alojamiento	21 798,00	10%	10	10 899,00	10 899,00
Equipos y muebles de cocina	3 496,50	10%	10	1 748,25	1 748,25
Infraestructura	664 755,00	20%	20	166 188,75	498 566,25
Vehiculo	36 529,50	20%	5	36 529,50	0,00
Equipos de computación	2 262,75	33%	3	2 262,75	0,00
Total	737 594,55			222 004,65	515 589,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.4.2.2. Amortización

Los valores de amortización en los activos diferidos se aplican de acuerdo a los gastos de la constitución de la empresa, y también influyen en los egresos que se registran en el Estado de Resultados Proyectado:

Tabla 98 Amortización de los Activos Diferidos

Descripción	Costo	Porcentaje	Años	Valor anual
Gasto en Activos Diferidos	682,50	20%	5	3 412,50
Total				3412,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.4.3. Otros Gastos

También se relacionan como egresos o gastos del proyecto a aquellos pequeños rubros que sobresalen en el área administrativa y operacional del negocio, no se registran cantidades exorbitantes pero deben registrarse para evitar posibles problemas de liquidez en el futuro.

Tabla 99 Servicios Básicos

Concepto	Departamento Administrativo	Servicios		Valor mensual	Valor anual
		Restaurante	Alojamiento		
Agua potable	20,00	70,00	80,00	170,00	2040,00
Energía eléctrica	25,00	30,00	70,00	125,00	1500,00
Teléfono fijo	40,00	55,00	45,00	140,00	1680,00
Internet	35,00	35,00	35,00	105,00	1260,00
Subtotal					6480,00
Imprevistos				5%	324,00
Total					6.804,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 100 Reparación y Mantenimiento

Concepto	Inversión activos fijos	Porcentaje mensual	Valor mensual	Valor anual
Muebles de oficina	6902,70	2,0%	138,05	1 656,65
Muebles y enseres	6902,70	2,0%	138,05	1 656,65
Equipos de oficina	1850,10	2,0%	37,00	444,02
Equipos de alojamiento	21798,00	2,0%	435,96	5 231,52
Equipos y muebles de cocina	3496,50	2,0%	69,93	839,16
Equipos de computación	2262,75	2,0%	45,26	543,06
Subtotal			864,26	10 371,06
Imprevistos			5%	518,55
Total				10 889,61

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 101 Gastos Publicidad

Gastos	Valor mensual	Valor semestral	Valor anual
Trípticos y hojas volantes	100,00	600,00	1.200,00
Rótulos	75,00	450,00	900,00
Pancartas	50,00	300,00	600,00
Subtotal	225,00	1.350,00	2.700,00
Imprevistos	5%	67,50	135,00
Total			2.835,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 102 Gasto Documentación Comercial

Gastos	Valor mensual	Valor semestral	Valor anual
Facturas	35,00	210,00	420,00
Subtotal	35,00	210,00	420,00
Imprevistos	5%	10,50	21,00
Total			441,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 103. Gasto Estudio del proyecto

Concepto	Valor total
Investigacion de Campo	10000
Materiales de Estudio	1000,00
Transporte de Investigadores	1000,00
Subtotal	12000,00
Imprevistos 5%	600,00
total de activos diferidos	12 600,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.5. Informes Proyectados

5.5.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos en el presente proyecto, se estructura por las ventas de los paquetes turísticos, sus diferentes tours, de tal forma que las ventas totales conforman los ingresos para cada año.

El paquete Eco-turístico tendrá las siguientes características, el tiempo es de dos días y una noche donde podrán disfrutar de todas las instalaciones y servicios, el costo por persona es de \$ 58,00 está determinado de acorde a los costos y gastos unitarios, mediante una investigación de campo, según la pregunta nueve de la encuesta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete Eco-turístico?, y la competencia se determinó el precio. De igual forma con los servicios suplementarios.

Tabla 104 Proyección de Ingresos

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete eco-turístico	2954	3446	3939	4431	4678
Precio por persona	115,00	118,22	121,53	124,94	128,44
Valor total	\$ 339 710,00	\$ 407 390,08	\$ 478 716,61	\$ 553 594,30	\$ 600798,51
ingresos totales	339710,00	407390,08	478716,61	553594,30	600798,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.5.2. Estado de Resultados proyectado

Cuando ya se han proyectado los ingresos, costos y gastos totales, es posible diseñar el Estado de Resultados el mismo que ayudará a determinar la utilidad o pérdida de cada año planificado.

Tabla 105 Estado de Resultados proyectado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 4
INGRESOS	339 710,00	407 390,08	478 716,61	553 594,30	600 798,51
PAQUETE TURISTICO	339 710,00	407 390,08	478 716,61	553 594,30	600 798,51
SUELDOS Y SALARIOS OPERATIVOS	74 054,40	114 243,57	117 443,54	120 733,13	124 114,86
COSTO UTENSILIOS DE RESTAURANTE	7 453,95	7 662,74	7 877,37	8 098,01	8 324,84
COSTO UTENSILIOS DE COCINA	1 899,45	1 952,65	2 007,35	2 063,57	2 121,37
COSTO UTILES DE BAÑO	168,00	172,71	177,54	182,52	187,63
COSTO SUMISTRO DE HOSPEDAJE	8 379,00	8 613,70	8 854,97	9 102,99	9 357,97
DEPRE.EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	2 179,80	2 179,80	2 179,80	2 179,80	2 179,80
DEPRE.VEHICULO(BICICLETAS)	7 305,90	7 305,90	7 305,90	7 305,90	7 305,90
DEPRE. INFRAESTRUCTURA	33 237,75	33 237,75	33 237,75	33 237,75	33 237,75
DEPRE. EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	349,65	349,65	349,65	349,65	349,65
(-) COSTO DE VENTAS	135 027,90	175 718,46	179 433,86	183 253,33	187 179,77

CONTINÚA



(-)GASTOS	139 212,85	149 972,72	144 028,03	136 515,87	128 857,34
GASTOS DE PUBLICIDAD	2 835,00	2 914,41	2 996,04	3 079,96	3 166,23
GASTOS DOCUMENTACIÓN COMERCIAL	441,00	453,35	466,05	479,10	492,52
GASTOS UTILES DE OFICINA	110,30	113,39	116,57	119,83	123,19
GASTOS SALARIOS ADMINISTRATIVOS	50 381,40	68 210,52	70 121,10	72 085,19	74 104,29
GASTOS FINANCIEROS	46 800,74	38 618,97	29 620,02	19 722,30	8 836,02
GASTOS UTILES DE ASEO	1 463,70	1 504,70	1 546,84	1 590,17	1 634,71
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	6 804,00	6 994,58	7 190,50	7 391,90	7 598,95
GASTOS REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	10 889,61	11 194,63	11 508,19	11 830,54	12 161,91
GASTOS ESTUDIOS DEL PROYECTO	12 600,00	12 952,93	13 315,74	13 688,71	14 072,13
GASTOS SEGUROS	4 575,07	4 703,21	4 834,95	4 970,38	5 109,60
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	690,27	690,27	690,27	690,27	690,27
DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA	185,01	185,01	185,01	185,01	185,01
DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION	754,25	754,25	754,25		
AMORTIZACIÓN GASTO CONSTITUCIÓN	682,50	682,50	682,50	682,50	682,50
= UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMP. Y PARTICIPACIÓN	65 469,25	81 698,90	155 254,72	233 825,11	284 761,39
- 15% de Participación Trabajadores	9 820,39	12 254,84	23 288,21	35 073,77	42 714,21
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	55 648,86	69 444,07	131 966,51	198 751,34	242 047,18
- 22% Impuesto a la Renta	12 242,75	15 277,69	29 032,63	43 725,29	53 250,38
= UTILIDAD NETA	43 406,11	54 166,37	102 933,88	155 026,05	188 796,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

El Estado de resultados relaciona los ingresos, los costos, los gastos, el pago de impuestos, el pago de utilidades a trabajadores y la utilidad neta, las ventas netas presentan una tendencia creciente considerando el análisis horizontal en un porcentaje del 19.93 %.

Los gastos financieros presentan una tendencia decreciente como fruto de la disminución de la deuda.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
46 800,74	38 618,97	29 620,02	19 722,30	8 836,02

La participación de las utilidades de los trabajadores y el pago del impuesto a la renta al estado presenta una tendencia creciente como resultado del éxito de la empresa.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- 15% de Participación Trabajadores	9 820,39	12 254,84	23 288,21	35 073,77	42 714,21
- 22% Impuesto a la Renta	12 242,75	15 277,69	29 032,63	43 725,29	53 250,38

5.5.3. Estado de Flujos de Caja Proyectado

Para confeccionar el Estado de Flujo de Caja se podría iniciar desde las utilidades netas que se registran en el Estado de Resultados, pero excluyendo la depreciación y los gastos de constitución del negocio.

En este documento se identifican también la inversión requerida y el crédito que se solicita para el desarrollo del proyecto, obteniendo así flujos netos de efectivo que intervendrán en la aplicación del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

5.6. Indicadores de evaluación financiera

Tabla 106 Estado de Flujos de Caja

Años	Utilidad neta	+Depreciación y Amortización	+Capital de trabajo	Inversión	Préstamo	Amortización del K	Valor de desecho	Flujo
				(-)	(+)	(-)		de efectivo (=)
0				-811 764,56	500 000,00			-311 764,56
1	43 406,11	45 385,13				81 918,87		6 872,37
2	54 166,37	45 385,13				90 100,64		9 450,86
3	102 933,88	45 385,13				99 099,59		49 219,42
4	155 026,05	44 630,88				108 997,31		90 659,61
5	188 796,80	44 630,88				119 883,59	515 589,90	629 133,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

5.6.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Previamente al cálculo del VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno) resulta necesario calcular la tasa de descuento, conocida también como costo de capital o TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), y para ello se ha determinado los siguientes porcentajes que se han desarrollado a lo largo del proyecto:

Tabla 107 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Prestamo	Tasa activa	Recursos propios	Riesgo	Inflacion
61,59%	9,75%	38,41%	12,00%	2,80%
i= 11,82% TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

De tal manera, que si se aplica la siguiente fórmula se tendría.

$$\text{TMAR} = \% \text{REC. TERCEROS}(\% \text{TASA ACTIVA}) + \% \text{REC. PROPIOS}(\% \text{RIESGO} + \% \text{INFLACION} + \% \text{RIESGO} * \% \text{INFLACION})$$

$$\text{TMAR} = 11,82\%$$

Los inversionistas para tomar una decisión relativa a la ejecución de un proyecto deberán exigir que su inversión le rinda por lo menos una tasa igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento.

Las fuentes de financiamiento pueden provenir de los inversionistas y de las instituciones de crédito, cualquiera que sea la forma de aportación cada uno tendrá un costo asociado al capital que aporta y la empresa formada tendrá un costo de capital propio.

Para el presente proyecto los accionistas participan con el 38,41% del capital y mediante crédito el 61,59%, el costo del crédito es 9,75% y el aporte de los accionistas tiene un costo del 12% (Tasa activa + Premio al riesgo), generando una tasa promedio del 11,82% que será el mínimo rendimiento que se exigirá al proyecto para que sea viable.

5.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN (Valor Actual Neto) busca calcular el valor actual en el año cero de los flujos netos de efectivo restando de su inversión inicial. De forma, que la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) se utiliza para el cálculo del VAN logrando así los siguientes valores:

Tabla 108 Valor Actual Neto (VAN)

Años	Fnc	(1+i)^n	Valor Actual
0	-311 764,56		-311 764,56
1	6 872,37	1,12	6 145,98
2	9 450,86	1,25	7 558,58
3	49 219,42	1,40	35 203,85
4	90 659,61	1,56	57 989,85
5	629 133,99	1,75	359 886,70
TOTAL			155 020,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

El valor presenta de los flujos que genera un proyecto menos la inversión puede representar un valor negativo, la inversión no es recomendable si la diferencia es 0 o positiva la inversión es aceptable.

En este sentido, al tener un VAN (Valor Actual Neto) de \$155020,40 dólares el presente proyecto resultaría factible de implementarlo de acuerdo a las características y especificaciones que se han dado anteriormente.

5.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es la tasa que se calcula para que el VAN (Valor Actual Neto) sea igual a cero, en el caso del proyecto actual se tiene una TIR del 22,08% que se ha obtenido a través de programas informáticos. En la tabla y gráfico que se contemplan a continuación facilita su entendimiento.

Tabla 109 Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR = 22,087923%	
Tasa de descuento	Valor actual neto (VAN)
5,0%	313 399,1908148110
10,0%	191 837,41
13,6%	122 721,37
22,1%	0,00
25,0%	-31 728,96
26,94%	-50 645,76
35,0%	-113 883,30
40,0%	-143 519,63
45,0%	-167 723,36
50,0%	-187 642,07
55,0%	-204 152,03
60%	-217 928,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial expresado de otra manera se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea 0, es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Un proyecto debe considerarse bueno cuando su tasa interna de retorno es superior a la tasa mínima de rendimiento requerida, evidentemente un proyecto que no reditúe cuando menos la tasa mínima requerida no debe ser aceptada. Por tanto la TIR del proyecto representa el 22.08%.

5.6.4. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación se define como el lapso que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. El periodo para el presente proyecto es de cinco años.

Partiendo de los cálculos realizados del VAN (Valor Actual Neto) se facilita calcular el período de recuperación de la inversión (PRI), que en el proyecto actual se tiene los valores que se reflejan en la tabla siguiente.

Tabla 110 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Años	FNC	FNC Actualizado	FNC Actualizado acumulado
0	-311 764,56	-311 764,56	-311 764,56
1	6 872,37	6 145,98	-305 618,58
2	9 450,86	7 558,58	-298 059,99
3	49 219,42	35 203,85	-262 856,15
4	90 659,61	57 989,85	-204 866,30
5	629 133,99	359 886,70	155 020,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Por ende, la inversión realizada al inicio de la implementación del proyecto se estaría recuperando en el quinto año, esto se debe a que los valores que se registran en las aportaciones de capital y los flujos netos de efectivo son realmente elevados en el transcurso de los cinco años de planificación del proyecto del complejo Eco-Turístico.

5.6.5. Costo beneficio

Es la relación entre los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos de efectivos actualizados.

Tabla 111 Costo beneficio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ingresos	339710,00	407390,08	478716,61	553594,30	600798,51	2380209,5
Egresos	274240,75	325691,18	323461,89	319769,20	316037,11	1559200,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

$$B/C = \frac{2.380.209,5}{1.559.200,13}$$

$$B/C = 1,52$$

Se entiende que por cada dólar invertido nos queda un beneficio de \$0,52 centavos

5.6.6. Cálculo del punto de Equilibrio

Punto de equilibrio económico o punto de nivelación, es aquel representativo del nivel de operaciones o actividad en el cual sus ingresos serán iguales a sus costos y gastos.

Tabla 112 Costos fijos

Costos fijos	Valores
Depre. equipos de alojamiento	2.179,80
Depre. Vehículo (bicicletas)	7.305,90
Depre. infraestructura	33.237,75
Depre. equipos y muebles de cocina	349,65
Gastos de publicidad	2.835,00
Gastos documentación comercial	441,00
Gastos útiles de oficina	110,30
Gastos financieros	46.800,74
Gastos útiles de aseo	1.463,70
Gastos servicios básicos	6.804,00
Gastos reparación y mantenimiento	10.889,61
Gastos seguros	4.575,07
Depreciación muebles y enseres	690,27
Depreciación equipos de oficina	185,01
Depreciación equipos de computación	754,25
Amortización gasto constitución	682,50
Total costos fijos	119.304,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Tabla 113. Costos variables

Costos variables	Valores
-------------------------	----------------

Mano de obra directa	74.054,40
Mano de obra indirecta	50.381,40
Costo utensilios de restaurante	7.453,95
Costo utensilios de cocina	1.899,45
Costo útiles de baño	168,00
Total Costos Variables	133.957,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Formula:

$$1 - \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales}}$$

En donde:

Costos Fijos	119.304,55
Costos Variables	133.957,20
Ventas Totales	2.380.209,5

Desarrollo.

$$PE = \frac{119.304,55}{0,0562791}$$

$$PE = 105.400,11$$

El análisis de Punto de equilibrio determinará el valor de ventas con el cual el ingreso total de la empresa igualará el total de los costos, Por tano este análisis muestra que la cantidad de ventas anuales debe ser de \$105.400.11 dólares para no perder ni ganar, caso contrario se podrá existir pérdida o ganancia.

5.6.7 Análisis de Sensibilidad

Tabla 114 Análisis de Sensibilidad

VARIABLES	TIR	VAN	R/C/B	PRRI	RESULTADO
Proyecto	22,08	155.020,40	1,52	5	VIABLE
Precios (-10%)	15,14	50 088,95	1,30	5	VIABLE
Sueldos y salarios(+15)	17,96	92 935,31	1,38	5	VIABLE

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Estefanía Benavides

Realizando una variación de valores a diferentes factores se puede observar que el proyecto en todas sus variaciones sigue siendo viable con un (**PRRI**) de 5 años, pues la única variación más notoria es, al cambiar el porcentaje de la variable de precios del paquete turístico en un menor porcentaje del 10 % el indicador que modifica es el (**VAN**) y el valor costo beneficio en un porcentaje que no incide en la viabilidad del proyecto.

CONCLUSIONES

- Por las características tanto físicas como turísticas que posee el Cantón, Rocafuerte se hace factible la implementación del Proyecto, siendo el mismo una alternativa innovadora y única acorde a los requerimientos del turista tanto nacional y extranjero.
- La Implementación del Complejo Eco-Turístico permitirá el incremento de turistas en el cantón Rocafuerte, como una nueva alternativa de turismo en la zona, igualmente mejorará la situación socio económica. incrementando más campos de trabajo e involucrando a los pobladores de la zona, en el aspecto turístico.
- En el estudio de mercado realizado a los, turistas y a los pobladores, se logró identificar el nivel de aceptación, las oportunidades y ventajas del proyecto que apoyan al desarrollo del Cantón en el ámbito turístico.
- Para el cálculo del estudio de mercado, demanda insatisfecha se parte desde la demanda actual, y de la oferta del complejos Eco-Turístico, que existe en este tipo de mercado, es decir, se parte de los consumidores finales que estarían dispuestos a adquirir un servicio de un complejo, dentro de un tiempo determinado.
- El proyecto busca implementar un nuevo servicio, por ende se realiza un estudio técnico, que resulta fundamental por ser un nuevo complejo Eco-Turístico se distribuirá el área administrativa operativa con la nueva tecnología, mano de obra, para brindar el servicio de la mejor forma.
- Para emprender el proyecto se requerirá de un inversión de 811. 764,56 los cuales el 38,4% se podrá financiar con recursos propios y el 61,6% mediante recursos externos otorgados por créditos de la CFN.
- En el cálculo de la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) intervienen medidas como el riesgo del negocio y la inflación, por lo que al incrementarse cualquiera de estos dos factores, se aumentaría la tasa de

descuento mínima requerida por los inversionistas para el proyecto de un complejo Eco-turístico.

- Para establecer la factibilidad de la agencias de viajes, se ha utilizado diversos indicadores de evaluación obteniendo así un VAN (Valor Actual Neto) de \$ **155020,40** dólares, y una TIR (Tasa Interna de Retorno) de **22,08%** lo que demuestra que la implementación del presente proyecto resultaría viable aplicarlo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del Proyecto, ya que a través del mismo se obtendrá resultados positivos en cuanto al incremento del desarrollo socio económico de los pobladores e impulsará el turismo del Cantón Rocafuerte.
- La administración del Complejo Eco- Turístico deberá cuidar el nivel de calidad; ya que independientemente de la categoría que se le dé al Complejo, la calidad debe ser óptima para manejar el flujo de turistas deseados.
- Si la organización en el futuro desearía ingresar un nuevo servicio en el complejo, es fundamental realizar estudios de mercado cada año en el que se analice las actitudes y preferencias de los turistas, y también estar atentos a los cambios que puede realizarla competencia para poder mejorarla.
- El realizar procesos de planificación es fundamental, para conocer con mayor amplitud las oportunidades o amenazas que se desarrollará en el futuro, del complejo Eco-turístico, por lo que al menos para cada periodo, se aconseja diseñar un nuevo plan de marketing, para que conlleve a mejorar los ingresos del complejo.
- Si en el transcurrir del tiempo se incrementan las ventas, es muy posible que se requiera de un mayor número de personal operativo especializado, por lo que se debería realizar una correcta selección de personal, pero previamente a ello, se deberá diseñar un manual de funciones para el nuevo puesto de trabajo si es que fuese necesario, en el que se detalle los niveles de jerarquía de acuerdo al organigrama planteado en el complejo Eco-Turístico
- Si se desean realizar nuevas inversiones dentro del complejo ,a largo plazo, como en la adquisición de nueva infraestructura o ampliación de la misma es fundamental que se identifique el impacto que causarían estas inversiones en los ingresos y costos totales, para que posteriormente se pueda determinar los valores correspondientes al VAN (Valor Actual Neto) y a la TIR (Tasa Interna de Retorno).

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A. (2004). *Administración De Maquinaria*. Colombia.
- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*. Argentina: Andrade.
- Baca, G. (1989). *Evaluación de proyectos* . México : Mc Graw Hill.
- Cajigas, E. R. (2004). *Formulacion y Evacuación De Proyectos de Inversión con Vision Emprendedora Estrategica*. Colombia: Palmira.
- cajigas, E. R. (2004). *Formulación Y Evaluación De Proyectos de Inversión con visión Emprendedora Estrategica*. colombia: PALMIRA.
- Cebrian, F. (2008). *Turismo Rural y Desarrollo local* . España : Universidad de Castilla .
- Cesar, P. (2007). *Muestreo Estadístico*. Mexico: Pearson Educacion.
- Colinas, L. (2008). *Económia Productiva* . México: Cepal.
- Elbar, M. R. (2004). *Formulación y Evaluación De Proyectos de Inversión con Visión Emprendedora Estrategica* . Colombia: PALMIRA.
- Erossa, V. (2004). *Proyectos de Inversión en Ingeniería* . Mexico : Limusa .
- Ferre, J. M. (2006). *Guias Practicas de Marketing* . Madrid, España : Diaz De Santos.
- Gomez, D. (s.f.). *Financiamiento Global De Proyectos*. España : Esic.
- Guardiola, I. (2001). *Temario Pra la preparacion de oposiciones* . España : MAD, S.L
- Iza, R. (06 de Noviembre de 2010). *Marco legal para una empresa* . Obtenido de es.scribd.com: <http://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal#scribd>
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2004). *Marketing*. México: Prentice Hall.

- Malagon, G. (2006). *Garantía de calidad en salud 2006*. Madrid : Ed. Médica Panamericana.
- Meza, J. (2013). *Evaluacion Financiera de proyectos* . Bogota: ECOE.
- Obando, J. (2000). *Elementos de Micro Economia*. Costa Rica : EUNED.
- Ortegon, E. (2005). *Metodologia General de Identificacion , preparacion de proyectos inversion publica*. Chile : Cepal .
- Otero, A. (2001). *Medio Ambiente y Educacion*. Mexico: Novedades Educativas.
- Perez, D. I. (2002). *La Guia Ecoturismo Como Conservar La Naturaleza a Traves Del turismo*. ESPANA: Mundi Prensa.
- Pimenta, A. (2014). *Analisis de Performance en las Empresas* . España : UOC.
- Posas, R. (2010). *La Formulación y la Evaluación de proyectos*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Revilla, R. (1994). *Manual de Factibilidad*. Colombia: Universal de Colombia.
- Sanchez, Y. (1997). *Planes de Negocios y Perfil de Inversion* . LIMA : SYSA.
- Soriano, C. (2006). *Instrumentos de Analisis de Marketing Estrategico* . España : Ediciones Díaz .
- Zuñiga Mayela, M. J. (2003). *Gestión de Proyectos De Conservación Y Manejo de Recursos Humanos*. Costa Rica: San Jose.