



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL
SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previa a la obtención del Título de:
INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: ROBERTO MACÍAS NEIRA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – SANTA ELENA

2014 - 2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL
SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: ROBERTO MACÍAS NEIRA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc

LA LIBERTAD – SANTA ELENA

2014 – 2015

La Libertad, 20 de agosto del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”. Elaborado por el Sr. ROBERTO FAVIO MACIAS NEIRA, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previa a la obtención del Título de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que han hecho posible este sueño, a mi amada y querida esposa que ha estado presente brindándome su apoyo incondicional, a toda mi familia quienes son parte de mi vida, a mis buenos amigos los cuales me han alentado a seguir de pie en la lucha día a día. A mi mamá y a mi abuelita a quienes les dedico mi esfuerzo y mis triunfos, los amo a todos.

Roberto Macías Neira

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a DIOS, por darme la oportunidad de vivir cada día manteniendo mi esperanza en Él y en los sueños que ha plantado en mi vida.

Agradezco a mi amada, bella y esforzada esposa Josseline Villamar por ser parte de mi vida y de mis anhelos por alentarme a ser un buen hombre y esposo y sobre todo por ser una mujer virtuosa.

A toda mi gran familia, a mi hermano Daniel a mi madre Angelita a mi amigo Juan Alarcón quienes han formado parte de mi vida, a mi papá Roberto Macías y mi tío Raúl Macías que han invertido en este humilde servidor y que han puesto su mirada en el cambio de pensamiento y crecimiento intelectual y espiritual de mi persona.

A la Fundación Tercer Milenio a mi gran amiga Lupita y a su hermana Jenny que me alentaron a seguir y culminar con este trabajo. Y a la Universidad Estatal Península de Santa Elena quien me ha formado e instruido como un profesional y como un ente productivo para la provincia.

Roberto Macías Neira

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Ec. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. German Mosquera Soriano, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS****ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL****CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, año 2015.”

Autor: Roberto Favio Macías Neira

Tutor: Johnny Reyes De la Cruz, MSc.

RESUMEN

El presente proyecto titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, expresa un mediante los distintos estudios permitidos para determinar la viabilidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústicas dentro del mercado potencial establecido, este análisis se presenta mediante el establecimiento de varias etapas las cuales se definen junto a una propuesta en la cual se determinan varias instrucciones que comprometen al trabajo de investigación a un análisis profundo y minucioso de los gastos, costos y egresos emitidos por la propuesta, estos estudios se definen de la siguiente manera: estudio de mercado en el cual se presenta una encuesta realizada para el conocimiento del mercado existente considerando a su vez los cánones enarbolados para la distinción de los estereotipos implantados directa o indirectamente, un estudio técnico organizacional en donde se definen los estatutos y lineamientos de la empresa y los requerimientos que la misma necesita en cuanto a personal apto y calificado para el correcto funcionamiento de la empresa combinados con las técnicas de marketing obtenidas a través de la capacitación continua del personal, el estudio financiero en donde se detallan los costos, gastos e ingresos que la empresa genera y como estos proyectados estimarían una posible viabilidad y a su vez sostenibilidad de la misma, por último la propuesta en donde se determina el nombre, la descripción y el enfoque necesario para la puesta en marcha y la funcionalidad de la empresa, en cuanto a su parte sensitiva y su colaboración con el entorno la empresa se enmarca en un rumbo social, turístico y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
A PROBABACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
INTRODUCCIÓN.	
MARCO CONTEXTUAL	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	5
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	5
JUSTIFICACIÓN.	6
OBJETIVO GENERAL.	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	7
HIPÓTESIS.	8
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	8
CAPÍTULO I	11
MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.	11
1.1. LAS CABAÑAS.	11
1.1.1. Antecedentes de las cabañas semi-rústicas.	11
1.1.2. Características de las cabañas semi-rústicas.	12
1.1.3. Importancia de las cabañas semi-rústicas.	12
1.1.4. Impacto ambiental de las cabañas semi-rústicas.	13
1.1.5. Recursos del centro de cabañas semi-rústicas.	13

1.1.6.	Servicio del centro de cabañas semi-rústicas.	15
1.1.7.	Beneficios del centro de cabañas semi-rústicas.	15
1.2.	PUNTA CARNERO.	16
1.2.1.	Antecedentes de Punta Carnero.	16
1.2.2.	Superficie de Punta Carnero.	17
1.2.3.	Características climáticas.	18
1.2.4.	Atractivos turísticos de Punta Carnero.	18
1.2.5.	Análisis económico.	19
1.2.5.1.	PIB del sector.	19
1.2.5.2.	Inflación.	20
1.3.	SALINAS.	22
1.3.1.	Antecedentes de Salinas.	22
1.3.2.	Organización poblacional de Salinas.	22
1.3.3.	Características climáticas de Salinas.	23
1.3.4.	Análisis económico de Salinas.	24
1.3.5.	Actividades productivas de Salinas.	24
1.3.6.	Características demográficas.	25
1.4.	PROVINCIA DE SANTA ELENA.	27
1.4.1.	Antecedentes de Santa Elena.	27
1.4.2.	Población y superficie de Santa Elena.	28
1.4.3.	Características demográficas.	28
1.4.4.	Costumbres y culturas de Santa Elena.	28
1.4.5.	Sectores productivos de Santa Elena.	29
1.5.	MARCO LEGAL.	30
1.5.1.	Constitución de la República del Ecuador.	30
1.5.2.	Plan nacional del buen vivir.	30
1.5.3.	Normativa regulatoria.	32
1.5.4.	Normas ISO.	33
1.6.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	35
1.6.1.	Aspectos generales de un estudio de factibilidad.	35
2.6.1.	Etapas de un estudio de factibilidad.	36

1.6.1. Análisis de mercado.	37
1.7. COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO.	40
1.8. ANÁLISIS TÉCNICO.	47
1.8.1. Tamaño del proyecto.	47
1.8.2. Localización.	48
1.8.3. Estudio organizacional.	49
1.9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.	49
CAPÍTULO II	51
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	51
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	51
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.	52
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.	53
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.	53
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	55
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.	55
2.7.1. Población.	55
2.7.2. Muestra.	56
CAPÍTULO III	59
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	59
3.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO.	59
3.2. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO.	59
3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA.	76

CAPÍTULO IV 78

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL SECTOR MAR BRAVO, PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA 78

4.1. PRESENTACIÓN.	78
4.2. NATURALEZA DEL PROYECTO	79
4.2.1. Descripción de la empresa.	79
4.2.2. Determinación del nombre del negocio.	79
4.2.3. Ubicación.	80
4.2.4. Misión.	82
4.2.5. Visión.	82
4.2.6. Objetivo general.	82
4.2.7. Objetivos específicos.	82
4.2.8. Justificación e importancia.	83
4.2.9. Condiciones generales del servicio.	83
4.3. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD EJECUTORA O EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO.	85
4.3.1. Responsable.	85
4.3.2. Actividad económica.	85
4.3.3. Estructura organizativa y jurídica.	86
4.3.3.1. Estructura organizativa.	86
4.3.3.2. Descripción y funciones.	87
4.3.3.3. Estructura jurídica.	90
4.4. MERCADO.	91
4.4.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.	91
4.4.2. Clientes.	92
4.4.3. Análisis de la competencia actual y potencial.	93

4.4.4. Valoración de la demanda.	94
4.4.5. Análisis situacional.	95
4.4.6. Encuesta de investigación de mercado.	95
4.4.7. Conclusiones.	110
4.4.8. Recomendaciones.	110
4.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.	111
4.6. ESTRATEGIA DE MERCADEO.	112
4.7. ESTUDIO TÉCNICO.	114
4.7.1. Tamaño de planta seleccionado.	114
4.7.2. Núcleo De Operaciones	114
4.7.3. Instalaciones físicas.	115
4.8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.	116
4.8.1. Plan de inversiones.	117
4.8.2. Inversión fija tangible.	117
4.8.3. Capital de trabajo.	120
4.8.4. Resumen inversión inicial.	122
4.8.5. Plan de financiamiento.	123
4.8.6. Amortización de la deuda.	124
4.8.7. Proyección de ventas.	126
4.8.8. Depreciaciones.	127
4.8.9. Rol de pagos.	128
4.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.	129
4.9.1. Estados financieros proyectados.	129
4.9.2. Estado de pérdidas y ganancias.	129
4.9.3. Balance general.	131
4.9.4. Flujo de efectivo proyectado.	132
4.9.5. Recuperación de la inversión.	133
4.10. INDICADORES DE RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN.	134
4.10.1. Tasa interna de retorno.	134
4.10.2. Valor presente neto.	134
4.10.3. Análisis de sensibilidad.	135

4.10.4. Punto de equilibrio.	136
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	139
BIBLIOGRAFÍA	140
ANEXOS	143

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO #1 Variable independiente	10
CUADRO #2 Variable dependiente.	11
CUADRO # 3 Población	57
CUADRO # 4 Muestra	58
CUADRO # 5 Visitas	62
CUADRO # 6 Tiempo de Visita	63
CUADRO # 7 Aporte al Gobierno	64
CUADRO # 8 Estancia	65
CUADRO # 9 Lugar de Esparcimiento	66
CUADRO # 10 Infraestructura	67
CUADRO # 11 Desarrollo	68
CUADRO # 12 Distribución de Fondos	69
CUADRO # 13 Distribución Equitativa	70
CUADRO # 14 Actividades	71
CUADRO # 15 Nuevas Empresas	72
CUADRO # 16 Aporte al Desarrollo	73
CUADRO # 17 Creación	74
CUADRO # 18 Falta de Centros	75
CUADRO # 19 Acogida	76
CUADRO # 20 MERCADO DE OFERTA	95
CUADRO # 21 Genero	96
CUADRO # 22 Edad	97
CUADRO # 23 Razón de visita	98
CUADRO # 24 Compañía	99
CUADRO # 25 Estancia	100
CUADRO # 26 Hospedaje	101
CUADRO # 27 Estancia en el sector	102
CUADRO # 28 Calidad	103

CUADRO # 29 Expectativas	104
CUADRO # 30 Bondades	105
CUADRO # 31 Existencia	106
CUADRO # 32 Alojamiento	107
CUADRO # 33 Disposición a pagar	108
CUADRO # 34 Fortalecimiento	109
CUADRO # 37 Publicidad	114
CUADRO # 38 Infraestructura	118
CUADRO # 39 Equipos de Oficina.	119
CUADRO # 40 Muebles de Oficina	120
CUADRO # 41 Muebles y Enseres	120
CUADRO # 42 Equipos de computación	121
CUADRO # 43 Capital de trabajo	122
CUADRO # 44 Resumen inversión inicial	123
CUADRO # 45 Fuentes de financiamiento	124
CUADRO # 46 Amortización préstamo bancario	125
CUADRO # 47 Proyección de ventas (dólares)	126
CUADRO # 48 Depreciaciones de activos fijos	127
CUADRO # 49 Depreciaciones de activos fijos	128
CUADRO # 50 Estado de resultados	130
CUADRO # 51 Balance general	131
CUADRO # 52 Flujo proyectado	132
CUADRO # 53 Recuperación de la inversión	133
CUADRO # 54 Tasa interna de retorno	134
CUADRO # 55 Valor presente neto	135
CUADRO # 56 Escenarios de sensibilidad	135
CUADRO # 57 Punto de equilibrio	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1 PIB primer semestre 2014.	22
GRÁFICO # 2 Estudio de factibilidad.	37
GRÁFICO # 3 Visitas	62
GRÁFICO # 4 Tiempo de visitas	63
GRÁFICO # 5 Aporte del gobierno	64
GRÁFICO # 6 Estancia	65
GRÁFICO #7 Lugar de Esparcimiento	66
GRÁFICO # 8 Infraestructura	67
GRÁFICO # 9 Desarrollo	68
GRÁFICO # 10 Distribución de Fondos	69
GRÁFICO # 11 Distribución Equitativa	70
GRÁFICO # 12 Actividades	71
GRÁFICO # 13 Nuevas Empresas	72
GRÁFICO # 14 Aporte al Desarrollo	73
GRÁFICO # 15 Creación	74
GRÁFICO # 16 Falta de Centros	75
GRÁFICO # 17 Acogida	76
GRÁFICO # 18 Ubicación Punta Carnero	82
GRÁFICO # 19 Estructura organizativa.	87
GRÁFICO # 20 Genero	96
GRÁFICO # 21 Edad	97
GRÁFICO # 22 Razón de visita	98
GRÁFICO # 23 Compañía	99
GRÁFICO # 24 Estancia	100
GRÁFICO # 25 Hospedaje	101
GRÁFICO # 26 Estancia en el sector	102
GRÁFICO # 27 Calidad	103
GRÁFICO # 28 Expectativas	104
GRÁFICO # 29 Bondades	105

GRÁFICO # 30 Existencia	106
GRÁFICO # 31 Alojamiento	107
GRÁFICO # 32 Disposición a pagar	108
GRÁFICO # 33 Fortalecimiento del sector	109
GRÁFICO 35 # Análisis pregunta 11	111
GRÁFICO # 36 Análisis pregunta 11	111
GRÁFICO # 37 Plaza	114
GRÁFICO # 38 Operaciones y servicios	115
GRÁFICO # 39 Instalaciones físicas	116
GRÁFICO # 40 Diseño de cabaña	117
GRÁFICO # 41 Punto de equilibrio	136

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA# 2 PIB Primer Semestre	22
TABLA # 1 Indicadores demográficos de Salinas.	24

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1 Encuesta dirigida a los turistas, autoridades, habitantes locales y operadoras de turismo de Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), Provincia de Santa Elena.	144
ANEXO # 2 Encuesta dirigida a los turistas y visitantes de Punta Carnero Del Sector Mar Bravo (Salinas), Provincia de Santa Elena.	148
ANEXO # 3 Fotos ubicación de la empresa	151

INTRODUCCIÓN.

En el presente trabajo realizado contempla la situación de uno de los sectores más apetecidos en el Ecuador como lo es la parte turística, enfocándose directamente en una zona la cual se ha encontrado afectada por muchos años como lo es Punta Carnero que se encuentra en el sector Mar Bravo del cantón Salinas dentro de la provincia de Santa Elena, donde se detectaron distintos problemas las cuales han tenido relevancia dentro de los procesos productivos de este sector.

En el capítulo uno, especifica el marco teórico donde se visualiza los fundamentos respectivos de los elementos relacionados con el trabajo, como lo es el estudio de factibilidad y los diferentes estudios inmersos dentro de él, las características de las cabañas semi-rústicas y descripción del lugar en donde se va realizar y las bondades que contienen el sector, además se especifican características demográficas de cada sector, población, atractivos turísticos, costumbres y sectores productivos. Conjuntamente está compuesto del marco legal y normas que se deben tomar en consideración para la creación de una compañía sea del tipo o características pertinentes.

En el capítulo dos, describe la metodología aplicada para el respectivo trabajo, donde se emplearon métodos para la indagación, técnicas e instrumentos de recolección de información para el avance de la descripción de la situación actual, en esta sección se plantea una fase de diagnóstico para la determinación de parámetros para la creación de la propuesta.

En el capítulo tres, se encuentra el análisis e interpretación de los resultados del instrumento aplicado la cual es una encuesta estructurada. El capítulo cuatro, hace énfasis a la propuesta análisis financiero del trabajo de investigación que radica en un estudio de factibilidad para la creación de un centro de cabañas semi-rústica en Punta Carnero en el sector Mar Bravo Puerto Aguaje el cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

MARCO CONTEXTUAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS EN PUNTA CARNERO DEL SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Mar Bravo tiene una playa difícil para la natación debido a que sus aguas son de fuerte oleaje, pero acordes con la práctica del surf, la compensación de la naturaleza con respecto a estas son la calidez de las arenas y su puesta de sol, estos elementos inciden considerablemente en los turistas quienes las visitan para contemplar el ocaso del sol y en algunos casos no encuentran lugares donde hospedarse debido a la falta de lugares de descanso también pesar de que cuenta con una gran variedad de especies que no se ha tomado en cuenta estos aspectos.

Punta Carnero no cuenta con ideas de negocios que establezcan o que se ejecuten en este sector a pesar de que es considerada como un lienzo en blanco ya que a diferencia de otras playas como tal es una extraordinaria oportunidad para implementar varias ideas de negocios que fortalezcan, engrandezcan su nombre y engalanen su belleza, debido a que no se han establecido dichas ideas dentro de este sector.

El número de visitas tiende a incrementarse en los meses de diciembre hasta mayo este lugar se prestan para la realización de las actividades las cuales podrían presentarse como propuestas de desarrollo empresarial pero que hasta la fecha actual no han existido o si han existido no se han llevado a cabo debido a la falta de creatividad y nivel de conocimiento necesario para la elaboración de proyectos que viabilicen la sustentación de los mismos ni las herramientas necesarias para la captación de posibles prospectos.

En esta localidad concurren muchos jóvenes quienes participan de varias de las actividades y a su vez personas que llegan a recrearse y relajarse de sus labores habituales, acuden a esta localidad más de 4.000 visitantes al año incluyendo a empresarios quienes invierten en las empresas que se encuentran dentro de este sector que también es una zona industrial pero que se ha estancado en estas pocas actividades y no han expandido este medio lo cual ha truncado el avance de la localidad.

El descuido por parte de los entes estatales quienes no han tomado en cuenta a esta playa dando esto como resultado a su vez el desconocimiento de las mismas por su falta de publicidad, provocando la poca afluencia turística, no por el recurso de la playa en sí sino más bien por que quienes vienen no cuentan con información sobre las bondades de estas playas y lo cual no permiten extender y aumentar el número de concurrentes a este nueva esfera sin que nadie de un buen testimonio de la misma.

El encuentro de las corrientes también tiene preponderancia dentro de esta problemática sobre la falta del emprendimiento en este sector debido a que el fuerte oleaje ha inducido a que las autoridades del municipio de Salinas prohibieran bañarse en estas aguas más que todo en la parte central, debido a que en más de una oportunidad la muerte a visitado estas costas dejando también una mala impresión antes nuevos visitantes quienes escuchando de estos hechos prefieren otros balnearios.

Frente a estos inconvenientes existen muchos extranjeros y locales que buscan la calma de este enorme lugar turístico sin tener en cuenta los recursos de la misma, enfocándose hacia otra perspectiva la falta de estrategias aplicadas para la captación de nuevos visitantes se hace presente y a su vez la reducida rentabilidad de los lugares que han ofrecido servicios turísticos, como hoteles, cabañas, restaurantes, hostales, centros turísticos y demás empresas que se han posicionado en este balneario que desaprovechan las temporadas que se presentan.

En esta zona no existen empresas que brinden un servicio semi-rústico es decir centros que contengan cabañas que sean construidas de piedra base tallada o también conocida como piedra de enchape con partes de caña y cadi, es de esta forma que el estudio de factibilidad para llegar a conocer cada uno de los aspectos del sector es muy necesario debido a que este proporcionará información relevante para llegar a confirmar la viabilidad de algún negocio o proyecto de empresa en base a prospecciones o proyecciones.

Según Brian Cooper (2006), dice: “El estudio de factibilidad sirve para ver cuál será la relación entre su negocio y el mercado existente. Se concentra en definir su competencia, lo mismo que la posible clientela en la ubicación elegida”. Se le llama estudio de factibilidad porque implica investigar la viabilidad de su negocio en cuanto a competencia y demanda se refiere cuestión que no se ha aplicado dentro de Punta Carnero para el establecimiento de las distintas empresas existentes.

En la actualidad Punta Carnero continúa siendo un lugar de acogida de muchos turistas pero así como sus visitas son constantes su descuido es de igual forma provocando de esta manera el abandono de este hermoso lugar, la falta de emprendimiento ha afectado en gran manera, debido a que las empresas que se encuentran en este lugar tienen muy poca acogida ya que los precios que se han establecidos son muy elevados lo cual ha producido que aquellos que se encuentran visitando las ya nombradas costas acudan a otros lugares.

Si esta situación no se controla se provocaría el cierre de las empresas que se encuentran operando aun en esta costa, el emprendimiento no solo se caracteriza por la apertura de nuevas empresas sino también por las estrategias que se apliquen y que a su vez darán lugar al crecimiento de visitas incitando de esta manera a un aumento en los ingresos, en base a que a la falta de ingresos monetarios en una organización deriva en el declive de la misma disminuyendo esto a su vez la actividad económica que se podría realizar en este sector.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿De qué manera incidirá la elaboración de un estudio de factibilidad en la creación de un centro de cabañas semi-rústicas en Punta Carnero del sector Mar Bravo Puerto Aguaje del cantón Salinas, provincia de Santa Elena?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

- ✚ ¿Existen estudios realizados anteriormente en este sector sobre la problemática que se desarrolla en el mismo?
- ✚ ¿Conocer las conceptualizaciones de elementos fundamentales a través de consultas bibliográficas?
- ✚ ¿Qué aspectos inciden en la viabilidad de las empresas existentes en Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas)?
- ✚ ¿Cómo incide la inexistencia de información de este sector para el desarrollo de las empresas existentes?
- ✚ ¿De qué manera incide la falta de información sobre las bondades de estas playas en la afluencia a las mismas?
- ✚ ¿La falta de estudios pertinentes para la creación de empresas incide en el desarrollo de las mismas?
- ✚ ¿Qué instrumentos se pueden aplicar dentro del objeto de investigación?
- ✚ ¿Cuál sería el impacto al desarrollar estudios para el establecimiento de nuevas microempresas?

JUSTIFICACIÓN.

La parte turística está siendo explotada al máximo por el gobierno el cual está dando apertura a la creación de nuevas empresas que desean solventar y sostener a quienes las colocan, pero en la mayoría de estas empresas posicionadas no han realizado estudios que les permita conocer la viabilidad de aquella empresa al momento de colocarse en el mercado.

Son muchas las empresas que han dejado de existir debido a la falta de estos estudios los cuales se realizan para determinar una posible inversión y que aquella inversión sea productiva, de esta manera el presente trabajo de titulación se enfoca a realizar un estudio de factibilidad en donde se obtendrá información a través del análisis del mercado.

Para lograr una recolección exitosa de la información necesaria y básica para el estudio de factibilidad se procederá al empleo de instrumentos de medición que permitirán cuantificar las distintas inquietudes que se plantearán en el cuestionario que se realizará para determinar la demanda de la cual sería participe el estudio y aquella información relevante como gustos y preferencias de los posibles clientes.

La creación del centro de cabañas semi-rústicas no solo pretende dar un buen servicio a los turistas sino convertirse en una base para la apertura de nuevas fuentes de empleo y que se a su vez repercuta en el conocimiento sobre el manejo de la inversión es decir si el presupuesto que se estimará para la puesta en marcha del negocio.

Estará compensada con su viabilidad y sostenibilidad dentro del mercado, si el centro turístico tendrá el impacto suficiente como para ser ubicado en ese sector y si los ingresos estimados en el estudio proyectado cubrirán los costos y gastos proyectados y los demás costos inquiridos dentro de las mismas proyecciones y que se llegue al análisis de los resultados de los mismos.

OBJETIVO GENERAL.

Elaborar un estudio de factibilidad mediante la investigación del mercado y sus factores que oriente la viabilidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústica en Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), provincia de Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✚ Fundamentar las conceptualizaciones de elementos a través de consultas bibliográficas para el discernimiento y entendimiento del objeto de estudio.
- ✚ Determinar la metodología en función de métodos, técnicas e instrumentos de investigación que orienten el desarrollo de la investigación.
- ✚ Elaborar los instrumentos de investigación considerando los lineamientos o parámetros apropiados, que permite la recolección de información del sector investigado.
- ✚ Analizar los aspectos esenciales del objeto de estudio, mediante un diagnóstico general y específico, que permita la determinación de la situación actual.
- ✚ Evaluar los resultados obtenidos con métodos estadísticos que permita interpretar y la formulación de alternativas de solución de la problemática actual.
- ✚ Realizar el estudio de factibilidad, mediante los métodos e instrumentos que determinarán la viabilidad del proyecto.

HIPÓTESIS.

¿El estudio de factibilidad permitirá conocer la viabilidad que tendrá la creación de un centro de cabañas semi-rústica en Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), provincia de Santa Elena?

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

CUADRO #1 Operacionalización de la variable independiente.

Variables	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	Ítems
Independiente Estudio de factibilidad	<p>El estudio de factibilidad es una de las primeras etapas para la realización de un proyecto.</p> <p>Se refiere a la búsqueda de recursos prioritarios para llevar a cabo los objetivos y metas planteadas</p>	<p>Estudio Mercado</p> <p>Estudio Técnico</p> <p>Evaluación Financiera</p>	<p>Servicio</p> <p>Clientes</p> <p>Precio</p> <p>Plaza</p> <p>Comercialización</p> <p>Tamaño del proyecto</p> <p>Localización</p> <p>Distribución de planta</p> <p>Equipos</p> <p>Costos</p> <p>Gastos de venta</p> <p>Inversión Inicial</p> <p>Estado de Resultado</p> <p>Flujo de Efectivo</p>	Encuestas	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Al momento de visitar Mar Bravo lo hace por las bondades que posee la playa Punta Carnero? 2. ¿En el tiempo de visita a este sector turístico disfruta de las características de estas playas? 3. ¿Considera satisfactorio el aporte del gobierno dentro del desarrollo turístico en este sector? 4. ¿Su estancia en los distintos lugares de distracción le son de total agrado? 5.- ¿Considera usted que existen placenteros lugares de esparcimiento dentro del sector? 6.- ¿Los lugares de disfrute se encuentran con la infraestructura acorde al sector? 7.- ¿Considera posibilidades de desarrollo en este sector turístico? 8.- ¿Está de acuerdo con la forma en la que las autoridades de la Provincia de Santa Elena manejan los fondos que poseen para apoyar este sector? 9.- ¿Considera usted que el aporte al sector turístico esta equitativamente distribuido? 10.- ¿De las actividades realizadas en este sector se ha visto involucrado en ellas? 11.- ¿Considera a la implantación de nuevas empresas como fuente de enriquecimiento de un sector? 12.- ¿La implementación de proyectos innovadores serian un gran aporte al crecimiento de ingresos para este sector? 13.- ¿Es necesaria la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector? 14.- ¿Considera que a Punta Carnero le faltan centros de esparcimiento familiar y que se enfoquen en la rusticidad? 15.- ¿Considera que la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector tendrá acogida para considerarse sustentable y sostenible?

Fuente y elaboración: Roberto Macías Neira

CUADRO #2 Operacionalización de la variable dependiente.

Variables	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	Ítems
Dependiente. Creación de un centro de cabañas semi-rústicas	Considerado como un lugar de reposo y relajamiento, construido y diseñado de forma semi-rústica a base de piedra tallada, caña y cadí. Será habilitado para brindar un servicio de alojamiento en un ambiente rústico y apropiado para la comodidad de quienes las habitan.	Provincia de Santa Elena Punta Carnero Sector Mar Bravo Cabañas semi-rústicas La empresa	Antecedentes Superficie Clima Atractivos turísticos Organización Territorial Características Demográfica Definición Características Impacto ambiental Origen Importancia Características Tipología	Encuestas	10.- ¿Conoce usted sobre las bondades de las cabañas semi-rústicas? 11.- ¿Le gustaría que exista una empresa dedicada al alojamiento semi-rústico en este sector? 13.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por alojarse en este centro de cabañas semi-rústica?

Fuente y elaboración: Roberto Macías Neira

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.

1.1. LAS CABAÑAS.

1.1.1. Antecedentes de las cabañas semi-rústicas.

La palabra cabaña proviene del latín capanna que significa choza, que en su esencia es una construcción rústica que se elabora a base materiales de muy bajo costo y que suele destinarse a la vivienda de la gente muy humilde. Las cabañas por lo general se construyen con maderas, cañas y hojas de cadi. Las cabañas en las zonas con escasos recursos no constan con servicios como agua ni con energía eléctrica, la noción de cabaña suele aplicarse a la vivienda del área rural.

En la Edad Media, las cabañas eran destinadas al albergue de campesinos los cuales en sus parcelas construían para alojarse mientras velaban por sus cultivos, este término en algunos países latinoamericanos, se usa para nombrar al establecimiento rural donde se cría ganado de raza aunque en nuestro medio se define como un lugar rústico elaborado de materiales como la caña, el bambú, el cadi u otros materiales que lo entrelazan con la naturaleza y que esto a su vez se vuelve un atractivo para muchos visitantes que salen de las grandes urbes.

En la actualidad, la palabra cabaña se usa para nombrar a la casa que se construye en un lugar turístico y que está destinada al descanso y al ocio a diferencia del significado original, en este caso el concepto no refiere a una construcción precaria, sino que muchas veces se trata de cabañas muy lujosas con una gran variedad de servicios incluidos, y que muchas de estas cabañas se diferencian por la calidad de sus materiales y por la innovación que ofrecen al momento de exhibirse .

1.1.2. Características de las cabañas semi-rústicas.

Las cabañas son construidas de forma sencillas con materiales de muy bajos costos como son la madera la caña y el cadi, en la actualidad las cabañas que se ubican para el sector turístico cuentan con servicios básicos que brindan comodidad y descanso a quien las frecuentan, las cabañas construidas de forma semi-rústicas.

Cuentan con materiales adicionales a la cabaña habitual que es diseñada de una forma totalmente rústico o solo de materiales como la caña que con el transcurrir del tiempo se deterioran la diferencia está en que para su elaboración y construcción contienen a la piedra de enchape o piedra base tallada este material que es en cierta forma rústico brinda un aspecto sublime pero a su vez otorga la confianza de poder habitar dentro de él, compuesta también por caña, eternit y cadi.

1.1.3. Importancia de las cabañas semi-rústicas.

Las cabañas dentro de los sectores turísticos de la provincia de Santa Elena son de vital importancia debido a que aquellos que visitan estas costas prefieren hospedarse en lugares que son muy distinto al entorno de donde ellos comúnmente están, además las cabañas cambian el aspecto formal que tienen varias de las costas comunes, en muchos sectores de la provincia existen estas cabañas pero se las ha construido con la visión empresarial de ser un lugar de expendio de alimentos o un punto de reunión.

Pero son escasos los lugares que brinden un servicio habitacional sea este permanente o temporal, a su vez la construcción de cierta manera genera ingresos tanto para las quienes poseen como para quienes se dedican a la agricultura y obtienen su sustento a base del cultivo de la caña y el cadi, moviendo en sí también la economía del sector.

1.1.4. Impacto ambiental de las cabañas semi-rústicas.

Debido a que las cabañas son construidas con materiales que se comercializan dentro de la provincia y que para la obtención de los mismos gracias a que esta zona tiene como actividad principal la agricultura estos elementos son cultivados para el sustento de quienes se dedican a esta actividad como lo es la comercialización de materiales de construcción y de implementación para cabañas.

Se utilizan materiales como lo son la caña y el cadí que de igual manera se encuentran en sectores aledaños a la ciudad es decir en toda la espesa planicie de la vegetación provincial, el impacto ambiental es reducido debido a que sus materiales no necesitan de aditamentos que provoquen contaminación en el ambiente más bien tanto es beneficioso para el ser humano como para el ambiente ya que no lo contamina.

Considerando también el aporte del actual gobierno por dar facilidades a las empresas que contribuyan al desarrollo productivo de los sectores menos favorecidos, como lo es esta creciente provincia, este aporte se da partiendo del ámbito tributario ya que la reforma de las leyes apoyan a aquellas empresas que se coloquen en las regiones que estén menos favorecidas y a su vez extiende créditos a proyectos con la misma visión.

1.1.5. Recursos del centro de cabañas semi-rústicas.

Para el presente estudio de factibilidad se hacen necesaria la instauración de los siguientes recursos que estarán direccionados por un conjunto de políticas inter-institucionales :

-  Administrativo – financiero.
-  Coffee Break.

✚ Lavandería.

✚ Seguridad.

El recurso administrativo–financiero se encargará de administrar adecuadamente los recursos que posea la empresa, estará delegado a su vez de la rendición de cuentas para con los distintos estamentos de la gobernación del cantón Salinas y de los demás entes gubernamentales que exigen el pago de ciertos aportes por el funcionamiento de una empresa y con el cumplimiento de los respectivos aportes por la prestación de los servicios a los visitantes de la empresa.

Además se encargará de las inversiones concernientes a las cabañas y de la satisfacción de las necesidades y demandas de la misma empresa, será el encargado de presentar los controles de ingresos y egresos y demás controles que este posea a los distintos inversionistas de una forma ordenada y responsable demostrando además a los inversionistas dichos registros y que se encuentra en la correcta utilización de los recursos disponibles.

El recurso de coffee break estarán destinado al servicio de cocina pero a menor escala es decir solo se encargará de la preparación de desayunos y de la preparación de pasa-boca, bocaditos y pequeños piqueos que serán preparados en el área de cocina, estará además encargado de emitir informes de los implementos y recursos que necesita para la preparación de los distintos platillos antes mencionados.

El recurso de lavandería se encargará de las actividades que se desarrollan dentro de las cabañas es decir concernientes a la limpieza y mantenimiento de las mismas, además se encargará de que cada habitación cuente con los respectivos utensilios para la satisfacción del cliente, estará a cargo del departamento de lavandería y de emitir constantemente informes de consumo de cada habitación para la adquisición de nuevos materiales e implementos de limpieza cuando estos lo necesiten.

1.1.6. Servicio del centro de cabañas semi-rústicas.

Las cabañas semi-rústicas brinda el servicio de alojamiento considera además el servicio de coffee break que será de uso exclusivo para los visitantes a las cabañas, será considerado un lugar de relajación y de sano esparcimiento lo cual adaptará el confort de cada una de las habitaciones con la atención preferencial y que marcará a cada uno de los clientes que decidan hospedarse dentro de la empresa.

Contará además con tres oficinas para su respectivo funcionamiento las cuales proporcionaran cada uno de los beneficios para cumplir con los objetivos establecidos dentro de la empresa y que llevarán además a efectuar y concluir en la visión de las cabañas, protegiendo conjuntamente la privacidad de cada visitante y la completa satisfacción de los interesados en adquirir de los servicios brindados por este centro.

1.1.7. Beneficios del centro de cabañas semi-rústicas.

La empresa dedicada al servicio de alojamiento tendrá un plus adicional el cual será la calidad exclusiva y eficiencia en cada uno de los procedimientos que se realicen dentro de la empresa tanto en su rendición de cuentas por parte del área administrativa como a su vez la correcta utilización de los distintos materiales que se encargaran de proporcionarle a los respectivos clientes.

El servicio otorga los beneficios necesarios para el completo confort y reposo que cada uno de los visitantes a las cabañas se merece, además el mantenimiento que se proporciona a las cabañas comunes y corrientes se encuentra en un aproximado de 4 a 5 años de utilidad a diferencia de las cabañas semi-rústicas que pueden mantenerse en un periodo aproximado de 5 a 10 años debido a la composición de sus materiales y la forma en la que haya sido curada la madera para que dependiendo de eso puedan alargar su durabilidad.

1.2. PUNTA CARNERO.

1.2.1. Antecedentes de Punta Carnero.

Punta Carnero es una hermosa playa ubicada en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas, de la actual provincia de Santa Elena, en el Ecuador. Fue denominada así por la punta rocosa del mismo nombre situada en el extremo sureste de la playa.

Este balneario está relativamente separado de Salinas y de La Libertad lo cual también se considera dentro de sus propiedades o características propiamente hablando; hay que desviarse por una carretera de unos 3,5 km justo en la frontera entre los cantones que es exactamente en el colegio particular John F. Kennedy y el centro comercial Paseo Shopping.

A esta carretera se la denomina comúnmente desvío a Punta Carnero. Al terminar esta carretera uno se encuentra directamente con la playa y la carretera que conduce hacia la playa se divide en dos partes, a la derecha la playa de Mar Bravo y el desvío a la izquierda la playa Punta Carnero que se extiende hasta las rocas, donde se encuentran unos acantilados.

Dentro del sector se encuentran algunas edificaciones y varios centros turísticos entre los que se destaca el famoso Hotel Punta Carnero y demás establecimientos de esparcimiento. Siguiendo por la carretera que bordea la playa en dirección sureste, tras pasar las rocas, varias industrias dedicadas al desarrollo, cultivo y tratamiento de larvas de camarón y finalmente los pueblos de Ancón y Anconcito.

A solo unos cuantos minutos de la gran Salinas, se divisa la playa Punta Carnero, el cual es un extraordinario desafío de explotación turística para quienes intervienen con proyectos de activación y de nuevos sistemas de inversión, abandonados por las antiguas autoridades.

Punta Carnero es una playa muy concurrida en invierno por los turistas y bañistas de todo el país y sobre todo por los habitantes localizados en la provincia del guayas y de la ciudad de Cuenca entre otras provincias del Ecuador y que además acoge a muchos visitantes extranjeros, La calidad de sus olas se extienden desde las rocas hasta el muelle de Ecuasal, una de las razones por la que muchos surfistas tanto locales como extranjeros recurren a estas playas para practicar de este deporte y demás deportes extremos.

La playa Punta Carnero cuenta con 2500 mts. del total de la vegetación costera exuberante y el enorme tamaño y el rompimiento de las olas en este lugar, se convierte en una playa y escenario ideal para practicar deportes extremos como el paravelismo, bodyboard, bicicleta, jogging y surf, por esta razón y muchas más es el escenario se convierte en un sendero para muchas de las más importantes competiciones nacionales e internacionales.

Las aguas frente a este sitio en toda esta área en general han sido declaradas Reserva Marina Ecuatoriana ya que en este sector existen distintas osamentas que han sido encontradas cercano a la playa y también debido a que se pueden observar desde las mismas costas las Ballenas jorobadas durante ciertos meses que van del año y que lo convierten en un lugar exótico y que por muchos años se ha prestado para ser visitado.

1.2.2 Superficie de Punta Carnero.

El balneario Punta Carnero cuenta con una longitud de playa de más de 2.500 metros cuadrados aproximadamente que se sitúan entre las playas menos explotadas de toda la provincia. Cuenta además con aguas de temperatura muy cálida, con un promedio de 24 grados centígrados. Esta hermosa playa está situada entre $02^{\circ}16'14.91''$ de latitud sur, de longitud oeste conformada de $80^{\circ}55'28.03''$ y de latitud sur $02^{\circ}17'32.96''$ además consta de $80^{\circ}54'55.51''$ de longitud oeste. (COPADE, 2014)

1.2.3. Características climáticas.

Según el Ministerio de ambiente (COPAIDE, 2014), el clima de Punta Carnero es tropical y semiárido. Tiene como temperatura promedio a lo largo de todo el año de 24°C (80°F). En los meses de febrero y marzo se vuelven los más calurosos, teniendo como media de 29°C. En los meses de agosto y septiembre se tornan los más frescos, se encuentran con una media de 21°C.

Tanto la corriente del Niño como la corriente de Humboldt visitan estas costas. Debido a la influencia de la corriente de Humboldt ya que hace que la zona no tenga la humedad de los trópicos tornándola más agradable y fascinante y la cálida corriente del Niño que viene del norte, pasa por estas playas entre los meses de diciembre y abril de cada año.

En esta playa la lluvia se marca en los meses de diciembre hasta el mes de abril, estos meses son a su vez también los más soleados y calurosos en Punta Carnero convirtiéndose en una de las playas con mayor temperatura. El promedio de lluvia en esta zona es de un poco más de 200 mm siendo así una de las áreas turísticas con menos lluvias dentro de la península y de toda la superficie costanera del país.

Con estas características Punta Carnero se puede a través de impulsos convertir en uno de los balnearios más exóticos de la península, sin contar con su hermosa puesta de sol y la extensa planicie para disfrutar dentro de su extensión y superficie.

1.2.4. Atractivos turísticos de Punta Carnero.

La playa Punta Carnero tiene como superficie y planicie un gran atractivo turístico. Tiene una franja muy ancha de arena coronada por una hermosa vegetación rastrera; con olas espectaculares, atardeceres increíbles, una brisa renovadora.

Es poseedora también de un gran potencial debido a que está cerca de Salinas, también se encuentra cerca del aeropuerto y del centro comercial Paseo Shopping La Península, además debido a la lejanía de esta playa en relación a la ciudad la que se puede considerar un espacio de discreción y de absoluto reposo.

Punta Carnero es considerada un lienzo en blanco para muchos de los habitantes del sector ya que a diferencia de otras playas como tal es una extraordinario oportunidad para implementar varias ideas de negocios que fortalezcan y engrandezcan su nombre y engalanen su belleza. Además de que cuenta con varios hoteles que son adecuados para percibir lo hermoso del sector, existe además la parte industrial, comercial y pesca artesanal.

La visión que componen a esta playa es sumamente espléndida debido a que tanto la comunidad debidamente organizada a través de una asociación dispuesta de ciertas iniciativas que enriquezcan al sector apoyándose en los entes gestores del bienestar turístico como los Ministerios encargados de explotar las zonas.

1.2.5. Análisis económico.

1.2.5.1. PIB del sector.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2014), La deuda del sector público, incluida la interna y externa, cerró en USD 22,846.7 millones en 2013, esto es un incremento del 66,3% desde el 2009, que era de USD 13,734.0 millones. Desde inicios del actual Régimen, la inversión pública se venía cubriendo con los excedentes que deja el petróleo por su alto precio (cerca de USD 100 el barril).

Pero este ingreso no ha sido suficiente para cubrir el Plan de Inversión Anual, por lo que el Gobierno ha encontrado en el endeudamiento una fuente para su financiamiento y desde el 2012 se evidencia un mayor crecimiento. La mayoría de la deuda contraída se invierte en proyectos de desarrollo, según el Gobierno.

La proporción de la deuda pública total respecto al Producto Interno Bruto (PIB) del 2013, que cerró en 93, 577.2 millones, representó el 24,4% en ese año. Si se compara con la relación deuda/PIB del 2009, el incremento fue de 2,2 puntos, por lo que el Frente económico ha visto que todavía hay un margen de maniobra.

1.2.5.2. Inflación.

La inflación es considerada como una medida que permite establecer precios a quienes son consumidores sean estos bienes o servicios, esta tasa se establece mediante la medición de ciertos criterios como la canasta básica, indicadores de oferta y demanda en el mercado existente, además se provoca debido a los impuestos, sueldos percibidos entre otros factores.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo).

El enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc.), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

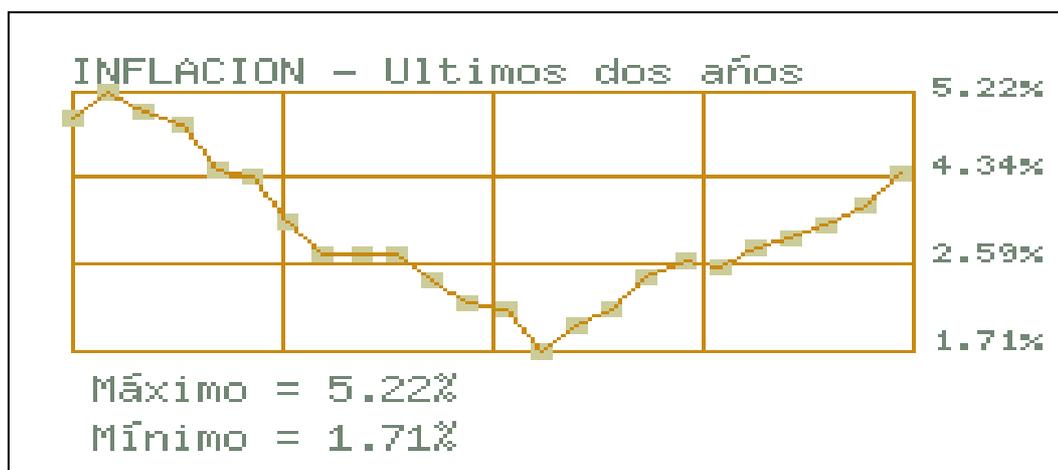
Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento. Según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2014) para el primer semestre del año 2014 se obtuvo los siguientes resultados.

TABLA# 1 PIB primer semestre

FECHA	VALOR
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Banco Central del Ecuador

GRÁFICO # 1 PIB primer semestre 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Banco Central del Ecuador

1.3. SALINAS.

1.3.1. Antecedentes de Salinas.

La costa del Ecuador ofrece una diversidad de paisajes hermosos, preciados y de tranquilas aguas, que cautivan y enamoran a muchos de los visitantes nacionales e internacionales, quienes consideran al país como una nación bendecida por Dios, dentro de los múltiples lugares de la maravillosa costa ecuatoriana, específicamente, en la nueva provincia Santa Elena se encuentra el balneario de Salinas

Su nombre proviene a los pozos de sal los cuales están situadas en este cantón, según los datos proporcionados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014) año 2014, Salinas cuenta con una población de 68.675 habitante, por motivo de la publicidad emitidas de los que han visitado este lugar y en efecto, se han quedado domiciliado en este sector del país, además, contiene a otras riberas como San Lorenzo, Mar Bravo, Punta Carnero, Chipipe, Anconcito.

1.3.2. Organización poblacional de Salinas.

Según los datos proporcionados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014), Salinas cuenta con una población de 50.031 habitantes incluyendo los turistas nacionales e internacionales que fueron censados en este sector, por motivo de la publicidad emitida de los que han visitado este lugar y en efecto, se han quedado domiciliados en este sector del país.

Dentro de esta población podríamos dividirla de la siguiente manera 25.516 hombres y 24.515 mujeres y según el área en que las habitan, es decir, habitan en el área urbana 29.294 y en el área rural 20.737 personas. Cabe destacar que la población sufre un aumento de un 50% durante el periodo vacacional en donde concurren visitantes nacionales e internacionales.

De la población extranjera se encuentra compuesta de diversas nacionalidades, especialmente de Europa, Japón, sudamericanos y Estados Unidos. Dentro de estas características se podría mencionar adicionalmente ciertos datos de interés y que también son importantes dentro del presente trabajo:

TABLA # 2 Indicadores demográficos de Salinas.

DATOS	VALORES
La tasa de crecimiento	2.69%
Tasa de migración	5.04%
Población total	50.031 habitantes
Población urbana	29.294 habitantes
Población rural	20.737 habitantes
Necesidades básicas insatisfechas	45.58%

Fuente: INEC

Elaborado por: Roberto Macías Neira

1.3.3. Características climáticas de Salinas.

Una de las características climáticas de Salinas es árida o desértica debido a un brazo de la corriente de Humboldt que pasa por la península de Santa Elena. Es en la ciudad de Manta donde se desvía esta corriente hacia el Archipiélago de Galápagos. Su promedio anual de precipitación es encuentra entre 100 a 150 mm, lo que la convierte en la ciudad ecuatoriana más seca.

Tiene dos estaciones, una lluviosa y la otra seca. La lluviosa es entre enero y abril y la seca en los demás meses. Durante la temporada lluviosa, se registra casi el 990% de todas las lluvias del año; los grados de temperatura oscilan, comúnmente, entre los 21 a 33 grados Celsius.

1.3.4. Análisis económico de Salinas.

Dentro de este enfoque tenemos un análisis aproximado, debido a que constantemente estas cifras se mantienen en movimiento, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014) en el cantón Salinas la distribución de la mano de obra es muy parecida a la del sistema provincial.

Es decir en cuanto a valores porcentuales de la distribución de análisis económicos el 20% de los ingresos provienen del sector pesquero, el 14,2% provienen de la parte comercial, seguido del 9% de la construcción, el 7% de la administración pública y por último el 6.5% relacionado con el sector turístico.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014), dentro de la población económicamente activa se encuentra un total de 21.830 personas lo cual representa un 31,8 % del total de la población del respectivo cantón, alrededor de 11.128 que representa un 16,2% del total mantienen un empleo estable y reciben los respectivos beneficios correspondientes a sus distintas actividades.

1.3.5. Actividades productivas de Salinas.

Para definir las actividades productivas se debe definir ciertas características que hacen de estas actividades su razón de existencia, en el primer campo tenemos que tiene dos ríos que son los principales como es el río Salado y su segundo río es el Tambo además de que estos concluyen en la playa Punta Carnero, los cuales son establecidos en épocas del año en donde la lluvia llena estos ríos.

El clima de Salinas es agradable por la frescura de la brisa marina y su incesante sol y agua cálida. Sus pobladores se han encargado de engalanar estas costas con la preparación de sus villas y por parte de entes gubernamentales han hecho de estos hermosos jardines un medio para colocarlos en las distintas afluencias.

El océano es rico en moluscos tanto así como peces de toda especie y que por muchos años se ha conservado por muchos años, y demás especies innumerables. Los recursos económicos provienen de distintos medios, entre los que están el trabajo realizado por los laboratorios de larvas que ofrecen muchas plazas de empleo y que atienden a muchas necesidades y que otorgan a su vez parte del ingreso general de este sector.

Además se puede nombrar al comercio pues es una actividad complementaria para canalizar los productos hacia las distintas ciudades del país, Salinas se vale también de esta actividad para cubrir las necesidades internas del cantón y cimienta en si el sustento de sus habitantes convirtiéndose a su vez en proveedor de varias empresas locales y aledañas a la localidad.

1.3.6. Características demográficas.

El cantón Salinas se encuentra ubicada geográficamente en la parte costera más saliente del Ecuador, en el Suroeste del cantón Santa Elena, convirtiéndose en el principal balneario de éste cantón, limita al Norte, Sur y Oeste con el Océano Pacífico y al Este con el cantón La Libertad.

Está dividido actualmente en cuatro parroquias urbanas entre las que constan Carlos E. Larrea, Alberto Enríquez Gallo, Vicente Rocafuerte y Santa Rosa y dos parroquias rurales que son José Luis Tamayo y Anconcito, siendo las tres primeras conocidas simplemente como Parroquia Salinas debido al descuido de las autoridades.

Actualmente esta división política no refleja de manera acertada a la urbanización existente, es decir que todas las parroquias urbanas de Salinas, más el área urbana de José Luis Tamayo, representan una sola ciudad ya que no se ha definido una limitación existente y que a pesar del descuido se ve ceñida de trabajo y esfuerzo de sus habitantes.

La ciudad de Salinas tiene como cantón unitario incluyendo o tomando las indicaciones antes mencionados un total de 34.719 habitantes datos proporcionados según el VII Censo de Población realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2014).

La mayor parte de la población cantonal se encuentra ubicada en la cabecera cantonal de Salinas, con un aproximado del cincuenta y ocho del total de habitantes, la parroquia José Luis Tamayo le precede con el veinticinco por ciento, y por último la parroquia Anconcito con el diecisiete por ciento, en cuanto a la relación que existe entre hombres y mujeres es igualitaria, con un pequeño dos por ciento de diferencia existentes.

Ahora bien en el grupo o conglomerado de etapas de vida, el treinta y siete por ciento del total de la población salinense, corresponde a jóvenes menores de 20 años, lo cual es promedio un tanto bajo en comparación con otras ciudades de nuestro país, donde se bordea el cuarenta y hasta el cincuenta por ciento; pero con un promedio alto en lo que tiene que ver con los adultos mayores, bordeando el veinte y cinco por ciento a nivel del canto respectivamente.

Concerniente al número de viviendas, existe un total de 14.708, es decir una vivienda por cada 3.4 habitantes, promedio que podría subir aceleradamente si tomamos en cuenta que al menos el cuarenta por ciento de estas viviendas son de personas no residentes en el cantón, tal es así que el censo refleja que existen tan solo 9.870 viviendas particulares ocupadas por personas presentes.

En lo concerniente a las proyecciones poblacionales, y tomando en cuenta la tasa de crecimiento actual del 2.69% anual, es decir que para los años 2020 y 2040 tenemos o proyectaríamos un estimado de 85.075 y 144.666 habitantes respectivamente y aproximadamente, en donde se podría deducir que al llegar a estos niveles serían un tope de acogimiento poblacional y que esto en relación a los hoteles existentes se consideraría una oportunidad.

1.4. PROVINCIA DE SANTA ELENA.

La joven provincia de Santa Elena constituida así en la ley de creación, publicada en el Registro Oficial el 7 de noviembre del 2007, a su vez está conformada por tres cantones que se encuentran por su tamaño cercanos, los cuales son Santa Elena, La Libertad y Salinas siendo el cantón del mismo nombre su capital Santa Elena y conjuntamente con esta información es la ciudad de mayor tamaño con respecto a las dos otras ciudades.

Esta naciente provincia es un ente turístico dentro del Ecuador debido a que existen playas como Salinas, Montañita, Punta Carnero, Punta Blanca, Punta Centinela, reconocidas tanto nacional como internacionalmente, además de sus hermosas playas cuenta a su vez con distintos lugares de avistamiento de especies tanto marinas como aves que surcan sus despejados cielos.

1.4.1. Antecedentes de Santa Elena.

En la antigüedad la provincia de Santa Elena fue habitada por habitantes de varias de las culturas más significativas del Ecuador entre estas se nombran a las culturas Las Vegas, Machalilla, Guangala y Valdivia. Estos y otros factores han cautivado a un sinnúmero de turistas quienes se han quedado asombrados debido a que hasta el día de hoy se han encontrado un sinnúmero de vestigios y osamentas en sectores como Punta Carnero, Cautivo, Zona Norte, entre otros sectores.

Anteriormente pertenecía a la provincia del Guayas hasta que un grupo de ciudadanos nobles y llenos de valentía, que poseían el conocimiento de lo que la provincia producía para el país y también para el exterior hicieron la propuesta de ser una nueva provincia mediante la exposición de proyectos significativos que se iban a implementar dentro de la misma, hasta que el 7 de noviembre del 2007 fue aprobada la propuesta con la venia del actual presidente de la República, el economista Rafael Correa Delgado.

1.4.2. Población y superficie de Santa Elena.

La provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km², la cual se encuentra repartida de la siguiente manera: Santa Elena con 3.668.90 km², el segundo es el cantón Salinas tiene una extensión de 68.7 km², por consiguiente está el cantón La Libertad que tiene 25,3 km², Teniendo como población 308.693 habitantes, que dentro del total de habitantes del Ecuador corresponde al 1.97% además contiene una población flotante superior a 200,000 personas en temporadas y feriados según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014).

1.4.3. Características demográficas.

La provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.768 km² aproximadamente y contiene dentro de esta extensión las siguientes características demográficas:

LÍMITES:

-  Norte: La provincia de Manabí.
-  Este: Provincia del Guayas.
-  Sur: Guayas y Océano Pacífico.
-  Oeste: Océano Pacífico.

1.4.4. Costumbres y culturas de Santa Elena.

La provincia de Santa Elena contiene en sus antecedentes que se ha caracterizado por su pesca artesanal además de un sinnúmero de tradiciones que han hecho de esta provincia un lugar exótico y atractivo para los turistas, según (INEC, 2014). El turismo ha sido el eje principal de su desarrollo económico el cual ha ido expandiéndose tanto con proyectos que el gobierno ha otorgado financiamiento para su desarrollo y ejecución.

A pesar de muchos desfases que ha tenido la provincia en cuestión de su poco desarrollo cultural ha podido mantenerse con programas que están en la actualidad fortaleciéndose los mismos que están logrando cambios radicales en muchos de los habitantes, también se han enfocado a fortalecer el sector productivo de la provincia, a través de la implementación de técnicas para el logro de estas mejoras.

La universidad también se ha constituido en un ente de cambio para la provincia debido a que ésta acoge en sus instalaciones a estudiantes y en su gran mayoría a jóvenes pertenecientes a este sector y que se han interesado por fortalecer la matriz productiva de la misma a través de la generación de proyectos que son enfocados a explotar los sectores productivos.

1.4.5. Sectores productivos de Santa Elena.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2014), la provincia de Santa Elena cuenta con cuatro sectores productivos que son el motor de la generación de ingresos de la misma como son el sector pesca y acuicultura, el sector agropecuario, el sector industrial y el sector turístico, siendo estos sectores quienes producen los ingresos

Para la provincia aunque a su vez cada uno de los sectores tiene deficiencias tanto en su parte operacional como en la utilización de tecnologías que den apertura a la innovación y creación de nuevas tendencias. Además de estos sectores tenemos subsectores tanto comerciales y de servicios, el tradicionalismo en sus festividades da apertura no solo al turismo extranjero

Sino que al poseer unas hermosas playas y balnearios también atrae al turismo local, habitante de varias provincias del país realizan actividades gastronómicas dentro de la provincia, el comercio minorista también es un aporte de vital importancia para la provincia.

También se encuentra el desarrollo de nuevos productos dentro de los sectores aledaños a las ciudades principales, tanto la producción agrícola como la transformación de esta materia prima en productos elaborados dignos de exportación tanto a las ciudades dentro del país como a los diferentes países consumidores del producto ecuatoriano.

1.5. MARCO LEGAL.

1.5.1. Constitución de la República del Ecuador.

La constitución de la república contempla los siguientes gravámenes en pro del trabajo y desarrollo del emprendimiento para el surgimiento de microempresas de todo tipo y tamaño:

Artículo 283: “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Nacional, 2008).

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

1.5.2. Plan nacional del buen vivir.

El plan del buen vivir tiene como objetivo primordial garantizar un trabajo estable, justo y digno en su variedad de formas donde declara que el trabajo es un derecho y deber social, que todo ciudadano ecuatoriano o extranjero está en completa facultad de realizar (SENPLADES, 2013).

Es importante que la nueva constitución ampare el respeto de la dignidad a las personas trabajadoras, a través del pleno ejercicio de sus retribuciones.

Como son las remuneraciones y retribuciones justas, así como entornos laborales saludables y estables, para obtener como resultado lograr la modificación de las asimetrías pertinentes a la situación y circunstancia de los trabajadores en todo el Ecuador.

El reconocimiento general del trabajo como un derecho y su realización en circunstancias justas y dignas, cuya aplicación pretende el progreso de condiciones estructurales que han marcado históricamente un contexto de explotación, exclusión y desigualdad que persiste.

Es de conocimiento que la nueva forma de concebir el trabajo implica la generación de condiciones dignas y justas para todas y todos los trabajadores. El Estado, para ello, actúa a través de regulaciones y acciones que permitan el desarrollo de las distintas formas de trabajo y que se establezcan leyes que lo regulen.

Preocupado por la emigración, asimismo, genera condiciones para que los ecuatorianos y ecuatorianas, regresen al país por motivo de la situación económica precaria que está suscitándose a nivel mundial. Por tanto el documento establece la forma que el trabajo demanda construir una política armónica que permita visualizar, atender los desequilibrios temporales o estructurales de la economía e integrar las distintas condiciones particulares y agregadas que afectan la condición del trabajo y su calidad (Senplades, 2013).

Los fundamentos del trabajo deben estar vinculados por un lado con la persona, sus derechos, deberes, además con los deberes y derechos del empleador, en este proceso el Estado debe actuar como nexo para la existencia de empleo, trabajo digno, justo que permita un horizonte sostenible de la relación para ambas partes que se traduzca en un mayor bienestar para la población en su conjunto.

Menciona también el impulso a la comercialización con una sinergia entre productores-consumidores; del mismo modo se garantiza la satisfacción de las necesidades básicas a través de la prestación de servicios públicos de calidad en educación, salud, vivienda, alimentación, a través del trabajo digno, productivo y reproductivo (Senplades, 2013).

1.5.3. Normativa regulatoria.

Toda empresa para su composición legal debe reunir varios requisitos que le permitan trabajar de una manera formal, entre los más importantes tenemos: Parte Municipal o Licencia Única de Funcionamiento, RUC o Registro Único de Contribuyentes, Permiso del Ministerio de Turismo, Permiso de la Intendencia de Policía, Permiso del Cuerpo de Bomberos, Permiso Sanitario, Servicios de Rentas Internas. (SRI, 2014).

(SRI, 2014), para el funcionamiento de un negocio pide obtener en las facturas, el registro único de contribuyente RUC, mediante el cual identifican el momento de pagar los impuestos generados por una actividad económica en un periodo de tiempo, los principales requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

Formulación RUC-01-A y RUC-01-B para inscribir, actualizar o cerrar establecimientos suscritos por el representante legal, copia certificada la escritura pública de constitución de domicilio, copia certificada del nombramiento de representante legal inscrito en el registro mercantil, original y copia de la cédula de identidad del representante legal en caso de ser ecuatoriano, original del último certificado de votación de la representante legal en caso de ser ecuatoriano.

Ser ecuatoriano original del documento que identifique el domicilio principal en que se desarrolle la actividad de la sociedad, original de la hoja de datos generados del registro de sociedades, solo para sociedades bajo el control de la supervivencia de compañías.

Los formularios y requisitos para el registro del Ministerio de Turismo son los siguientes: copia certificada de la escritura de constitución de la empresa, nombramiento del representante legal inscrito debidamente legal inscrito debidamente en la oficina del registro mercantil, copia del RUC, fotocopia de la cédula de identidad o pasaporte, certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual, de no encontrarse registrada la razón social, fotocopia del certificado de arrendamiento del local registrado en un juzgado de inquilinato (SRI, 2014).

Requisitos y formalidades para el registro que debe cumplir el negocio: Copia del RUC, Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, de no encontrarse registrada la razón social, copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local registrado en un juzgado del inquilinato., Lista de precios de los servicios ofertados, copia de la cédula de ciudadanía según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera, copia de certificado de votación (SRI, 2014).

1.5.4. Normas ISO.

El modelo específico turístico dispone del llamado modelo ISO 9000 y las normas de aplicación ISO 9001:2000. Estas normas pertenecen a Internacional Organization for Standarization (ISO, 2014) y son aplicables para cualquier forma organizativa independientemente del producto, servicio y actividad económica.

Este modelo ISO 9001:2000 nos permite orientarnos hacia el trabajo en el ámbito turístico y para la satisfacción de los clientes, con el fin de incrementar tanto el desarrollo empresarial como turístico local de una manera óptima (ISO, 2014).

El modelo para la empresa de servicio turístico se basa en los siguientes elementos de gestión de calidad:

-  **Empresa enfocada al cliente.** Las cabañas turísticas se adaptan a las necesidades de los clientes y brindan un servicio totalmente aceptable.

- ✚ **Liderazgo.** El personal disponible se encargará de cumplir con los requerimientos tanto de la empresa como de los clientes y destinarán sus funciones al engrandecimiento de la empresa.
- ✚ **Participación del personal.** Se mantendrán en constantes cursos para su óptimo desarrollo en trabajo de equipo.
- ✚ **Orientación a procesos.** Las actividades de la empresa se regirán de acuerdo a lo establecido por la misma.
- ✚ **Orientación del sistema hacia la gestión.** El servicio realizará sus actividades de forma eficaz y eficiente para poder ejecutar las diligencias necesarias.
- ✚ **Mejora continua.** La empresa adaptará continuos cambios para la mejora de atención.
- ✚ **Toma de decisiones.** Las decisiones se aplicarán conforme a los requerimientos de los clientes.

1.5.4.1. Normativas:

- ✚ **ISO 9001** (Gestión de la calidad), Consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios ofrecidos, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar la mejora continua dentro de la empresa y con las regulaciones (ISO, 2014).
- ✚ **ISO 14001** (Gestión del medioambiente,) Deliberada para conseguir un equilibrio entre rentabilidad y reducción de impactos medioambientales, Proporcionando un ahorro de costos con uso más eficiente de los recursos naturales tales como la electricidad, el agua entre otros (ISO, 2014).

1.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.6.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad se define como un proceso en donde interactúan cuatro etapas que son las siguientes: En primera estancia se encuentra la idea, por consiguiente la fase pre-inversión para dar lugar sucesivo a la inversión una vez concluida esta etapa se procede a la operación o ejecución del estudio. En la primera fase se identifican los problemas que pueden ser resueltos por el investigador que proporcionara las soluciones e identificara las oportunidades.

Según (Evaristo, 2009), define al estudio de factibilidad como un conjunto de estudios que se deben realizar para poder justificar y demostrar los beneficios de un proyecto y que tienen un contenido mínimo y variarán en cuanto a su profundidad y detalle conforme se evoluciona desde los estudios a nivel de perfil hasta los estudios a nivel de viabilidad.

En la fase de pre-inversión se establece como el comienzo en la evaluación de una propuesta establecida en un proyecto, dentro de esta fase se encuentra diseñada por niveles en primer lugar se encuentra el perfil el cual a partir de información que se ha recabado con anterioridad como puede ser a partir del criterio del investigador o de las observaciones que el investigador a determinado como una experiencia.

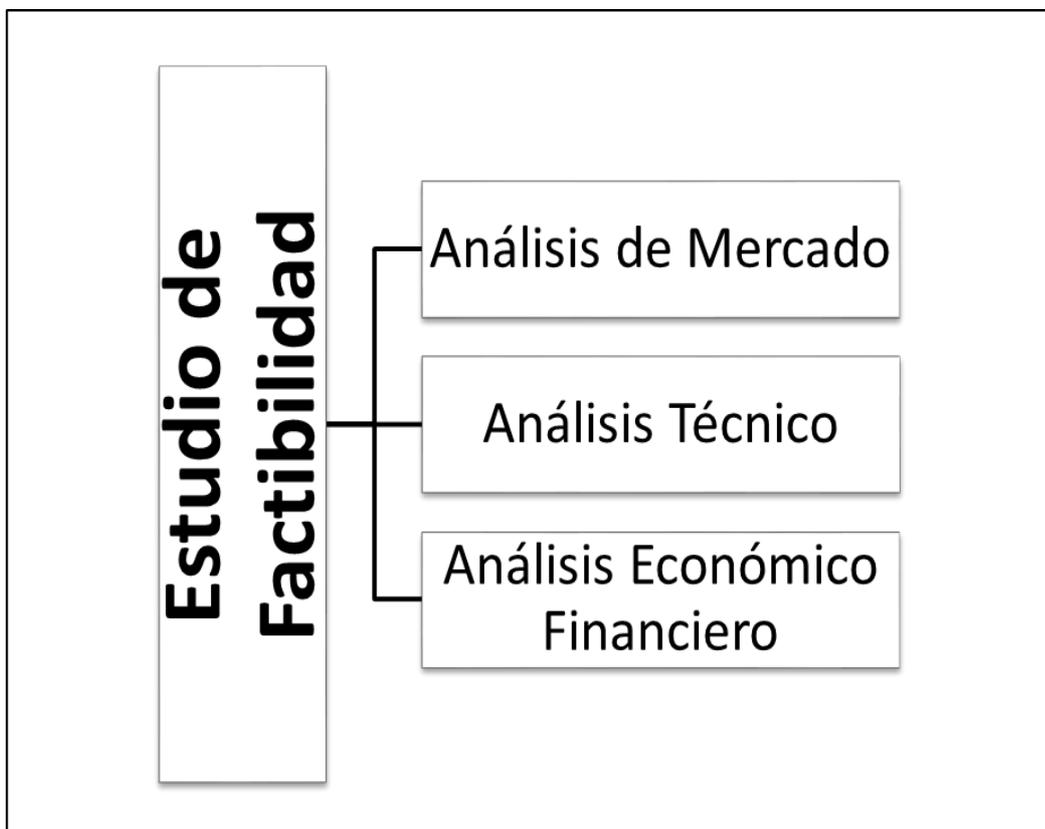
Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio. En el nivel pre-factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero, en términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

La terminación de los estudios de factibilidad se concluyen en la presentación de un conjunto de actividades relativas a los niveles anteriores que detallan posibles soluciones a los problemas identificados y estos son presentados en cifras a través de los distintos procedimientos contables que permiten al investigador tener cifras que magnifiquen el desarrollo del proyecto y que a su vez sean de fácil análisis para determinar la viabilidad del mismo.

2.6.1. Etapas de un estudio de factibilidad.

La realización de un estudio de factibilidad o como también se lo define como proyecto de inversión se necesita de tres fases o estudios como es el estudio de mercado, el segundo el estudio técnico y el estudio financiero.

GRÁFICO #2 Estudio de Factibilidad.



*Fuente: Etapas del estudio de factibilidad
Elaboración: Roberto Macías Neira*

1.6.1. Análisis de mercado.

El estudio de mercado permite identificar aquellos factores que intervienen dentro de la oferta y demanda de un bien o servicio que se desea introducir al mercado sea este nuevo o un producto o servicio el cual se ha innovado, permite además hacer un análisis de aquellos componentes externos que ayudan en gran manera a tener una perspectiva en cuanto a la satisfacción de la demanda.

Según Córdova M. (2006), define al estudio de mercado como: aquel proceso que permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos. Además que es el primer punto y el más importante a considerar en la elaboración de todo proyecto o informe.

Proceso de investigación de mercados.

- ✚ Necesidad de Información.
- ✚ Objetivos de Investigación y Necesidades de Información.
- ✚ Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos.
- ✚ Procedimiento de Recolección de Datos.
- ✚ Diseño de la Muestra.
- ✚ Recopilación de Datos
- ✚ Procesamiento de Datos.
- ✚ Análisis de Datos.
- ✚ Presentación de los Resultados.

Después de haber planeado y analizado lo que se requiere investigar (puntos 1 y 2), tenemos que considerar que dentro de la etapa diseño de la investigación y fuentes de datos la investigación de mercados puede clasificarse como: Definición de diseño de la investigación el cual es un plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación.

Es decir es la estructura que especifica el tipo de información que se recolectará, las fuentes de datos y el procedimiento de recolección de datos, para luego ser analizados y presentados.

1.6.2.1. Investigación Exploratoria:

- ✚ Esta investigación es la apropiada para la etapa inicial del proceso de toma de decisiones.
- ✚ Está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación con un gasto mínimo de dinero y tiempo.
- ✚ Se caracteriza por la flexibilidad en su uso.
- ✚ Se puede obtener información no especificada previamente.
- ✚ La información se obtiene de: fuentes secundarias de datos, observación, entrevistas con expertos, historias de casos, entre otros.

1.6.2.2. Investigación concluyente:

- ✚ Nos ayuda a evaluar y seleccionar un curso de acción.
- ✚ Se caracteriza por procedimientos formales de investigación.
- ✚ Generalmente se redacta un cuestionario detallado, junto con un plan formal de muestreo.
- ✚ Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas, experimentos, observaciones y simulaciones.

1.6.2.3. Métodos de recolección de datos de los encuestados.

Los métodos básicos para la recolección de datos de los encuestados son la comunicación y la observación. Método de comunicación, se basa en hacer preguntas a los encuestados, la principal ventaja es la versatilidad, es decir la capacidad del método para recolectar datos sobre una amplia gama de necesidades de información, de las ventajas que podemos mencionar son la rapidez y el costo.

Entre las desventajas que tiene este método podemos mencionar: la renuencia del encuestado a suministrar datos deseados, incapacidad de suministrar los datos, influencia del proceso de interrogación en las respuestas (sesgo en las respuestas).

Existen diferentes enfoques de comunicación disponible para obtener datos de los encuestados, los mismos son:

- ✚ Entrevista personal.
- ✚ Entrevista telefónica.
- ✚ Entrevista por correo.

Para elegir el mejor enfoque de comunicación debemos tener en cuenta diferentes criterios tales como:

Versatilidad.- Se refiere a la capacidad del enfoque para adaptar el proceso de recolección de datos a las necesidades específicas del estudio o del encuestado.

Costo.- Cantidad involucrada de horas-hombre tiende a determinar los costos relativos de cada uno de los cuatro enfoques de comunicación.

Control de la Muestra.- Se refiere a la capacidad del enfoque de comunicación elegido para llegar a las unidades designadas en el plan de muestreo.

Calidad de los Datos.- Es decir que éstos estén libres de sesgo potencial.

Tasas de Respuesta.- Es el porcentaje de la muestra original que en realidad se entrevista., una baja tasa de respuesta puede resultar en un alto error de no respuesta, lo cual puede invalidar los hallazgos de la investigación.

Método de Observación.- Es el proceso de reconocer y registrar el comportamiento de personas, objetos y eventos, es poco frecuente que en un

diseño de investigación se base por completo en este método, generalmente el 33% de las empresas (EE.UU.) lo utilizan, en la práctica se utilizan conjuntamente con otras técnicas de recolección de datos, entre las distintas técnicas de observación destacamos las siguientes:

Observación natural versus observación artificial.

- ✚ Observación oculta versus observación no oculta. (Se refiere a si los encuestados están siendo observados o no).
- ✚ Observación estructurada versus observación no estructurada. (Observación. Estructurada se utiliza en estudios concluyentes y la no estructurada en estudios exploratorios).
- ✚ Observación directa versus Observación indirecta (OD, se refiere a la observación del evento tal como ocurre en la realidad y OI observación de algún registro en el comportamiento en el pasado).

1.6.2.4. Muestra.

Elemento.- Es la unidad acerca de la cual se solicita información (individuos, productos, almacenes, empresas, familias).

Población.- o Universo es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra.

1.7. COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

1.7.1. Mercado.

El mercado es el espacio o lugar en donde confluyen y se desenvuelven la oferta y la demanda, en el cual se realizan actividades económicas o transacciones de bienes y servicios a un determinado precio el cual satisface a los que intervienen en dicho ejercicio como lo son el vendedor y el consumidor los cuales mediante

negociaciones llegan a determinar un precio justo y considerable para que ambas partes salgan ganando y puedan ejecutar la transacción sin ningún tipo de inconveniente teniendo como finalidad lograr su satisfacción total.

En el estudio se debe identificar el mercado al cual se desea dirigir con el producto que se va a ofrecer, determinando sus características esenciales ya que todos los mercados son diferentes porque están compuestos por diversas personas cuyos gustos y preferencias varían dependiendo a cada individuo.

En el mercado existen varios aspectos los cuales se van a identificar en el momento de realizar el estudio y son de mucha importancia para el buen funcionamiento de la organización una vez implementada siguiendo todo el proceso que conlleva. Los aspectos básicos o esenciales que deben identificarse y determinarse en el estudio son los siguientes:

- ✚ Determinación de la demanda y consumidores del mercado actual y estimar sus proyecciones.
- ✚ Determinación de las ofertas que se presentan en mercado actual y estimar sus proyecciones.
- ✚ Concebir la comercialización del producto a lanzar.
- ✚ Disposición de proveedores que sean quienes a través de la investigación den un precio estable para ser medidos y proyectados

1.7.2. Demanda.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer necesidades específicas de clientes a un precio y características determinadas mediante la interacción existente en el mercado, Por medio de la demanda se puede conocer la cantidad de productos que se va a comercializar y cuánto de estos serán los que los posibles clientes necesitan para su consumo y

satisfacción y por medio de esto hacer una estimación de los costos que en los que se va a incurrir en el proceso de producción durante el período actual y también la realización de una proyección a futuro que permita conocer y establecer el margen de utilidad dependiendo del mercado ya establecido o mercado potencialmente previsto.

La demanda la determinan las personas quienes están en el mercado los cuales son los que adquieren productos según su necesidad, gustos y preferencias que son factores en los que se debe fijar la empresa para tener la predilección del cliente y que pueda crecer cada vez más la demanda del producto ya que de ella dependen los ingresos que tenga la empresa dependiendo a las ventas que realice durante el período estimado con los cuales se pueden solventar los gastos y tener un margen de utilidad que permita el crecimiento y desarrollo de la organización.

Para determinar la demanda de la mejor manera es necesario que se tenga una idea clara de lo que desea el mercado de una forma objetiva, teniendo en consideración las características del cliente, ya que toda persona es diferente y tiene un instinto de perfección que hace que cada vez más aumenten sus expectativas y se torne más difícil su satisfacción total.

Para hacer una buena estimación de la demanda, es importante efectuarse unas preguntas las cuales serán de mucha ayuda para el establecimiento adecuado de la misma, entre esas preguntas se pueden mencionar las siguientes:

- ✚ ¿Quiénes son los principales consumidores finales?
- ✚ ¿la demanda se observa creciente o decreciente?
- ✚ ¿A qué precios compran los clientes o cuánto están dispuestos a pagar?
- ✚ ¿Cuánto compran?
- ✚ ¿Por qué compran?
- ✚ ¿Dónde compran?
- ✚ ¿Con qué frecuencia compran?

- ✚ ¿Compran bajo cierta estacionalidad?
- ✚ ¿Qué calidad exigen?
- ✚ ¿Qué atributos especiales o características técnicas exigen?

1.7.3. Oferta.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes colocan a disposición del mercado a un precio determinado. En la oferta se tiene en cuenta todo los productos que están en el mercado a disposición de los consumidores los cuales luchan por ser adquiridos por los mismos teniendo sus propias características, precios, calidad, entre otros factores que hacen que el cliente escoja y elija cierto tipo de producto.

En la oferta existen muchos productos iguales, similares o sustitutos de los que una empresa posee, existe un mercado muy amplio en el cual todos los productos están a disposición de los clientes y son ellos quienes tienen la potestad de elección de su preferencia que le brinde total satisfacción a sus necesidades o cumpla con todas sus expectativas.

Para determinar la oferta de una determinada empresa uno de los factores importantes es la capacidad instalada que tenga la misma para su producción, ya que no puede ofrecer muchos productos si su capacidad no lo permite, o al contrario como si se lo permite, es decir que todo depende de la capacidad instalada.

Puede adoptar varias estrategias de ventas y marketing que conlleve a la consecución de mayores ventas y por ende elevar el número de productos que ofrece al mercado, dependiendo también de la demanda que este tenga; es decir, la oferta y la demanda se complementan para tener una interacción en la cual la oferta depende principalmente de la demanda que exista en el mercado y que esto a su vez depende de la capacidad instalada.

1.7.4. Comercialización.

En la comercialización se toman en cuenta todos los aspectos relacionados a la forma de hacer llegar el producto o servicio hacia el cliente para ponerlo a su disposición y que este tenga la oportunidad de adquirirlo de la mejor manera con todas las comodidades posibles para que posea todas las facilidades de consumo que con el fin de contribuir a la satisfacción de sus necesidades logrando alcanzar el posicionamiento del producto o servicio en la mente del consumidor.

En este punto se debe considerar todo lo inherente al proceso de comercialización que va a tener el producto o servicio que se va a ofertar, haciendo un análisis global de las posibles estrategias comerciales las cuales se van a utilizar para hacer que el cliente tenga fidelización hacia la empresa para así de una manera constante y que esta a su vez den lugar a la generación de ingresos para la empresa.

Posicionarse en el mercado y competir en todos los niveles con las empresas que anteriormente han sido colocadas y que brindan un producto o servicio similar o sustituto al nuestro. Se debe pensar, analizar, y escoger la mejor manera de comercialización del producto o servicio ya que de esto depende que los clientes tengan libre acceso de manera fácil y rápida al consumo o utilización de lo que brinda la organización.

En este factor también se deben considerar el aspecto del marketing y ventas ya que hay que dar a conocer al público en general y especialmente a los clientes potenciales de la existencia del producto o servicio que se va a ofrecer, las características y beneficios que tiene el mismo, el valor agregado o la diferencia que tiene con respecto al de la competencia, para así, despertar el deseo de adquirir el producto o servicio por parte del cliente y una estrategia para conseguirlo es la implementación de ofertas o promociones que se deben efectuar para incentivar al cliente a la compra y preferencia del producto o servicio.

Esto se logra mediante la realización de un plan de comercialización, ventas y marketing para tener todo organizado, proyectado y planificado con el fin de que todo salga de la mejor manera, contemplando costos, la parte logística, entre otras cosas.

Para hacer un plan de comercialización efectivo es necesario considerar algunos aspectos que ayudan a lograr un lineamiento correcto y enrumbar a que todas las estrategias consideradas sean las mejores, entre otras, tenemos los siguientes:

- ✚ Precio del producto.
- ✚ Política de ventas.
- ✚ Forma de distribución.
- ✚ Equipo de venta.
- ✚ Plan de marketing.
- ✚ Costo del diseño.
- ✚ Implementación de estrategias comerciales y de promoción.

1.7.5. Proveedores.

En un estudio de mercado es muy importante saber escoger a los proveedores que van a ser los encargados de otorgarnos todos los insumos necesarios para que la empresa pueda realizar los procesos respectivos con el fin de ofertar un producto o servicio de calidad para la satisfacción y cumplimiento de necesidades de los clientes.

Para ello es necesario hacer una análisis minucioso de los posibles proveedores existentes en el mercado para así analizar cada uno de ellos y escoger a los mejores, a los que nos brinden comodidades que permitan a la organización tener menores costos y poder lograr la competitividad en el mercado en el cual se está desempeñando y que a través de la competitividad se posicionen cada vez más en la mente de los clientes.

Escoger a los proveedores adecuados es un factor determinante para que el proyecto tenga éxito ya que de ellos depende que le empresa cuente con todos los insumos necesarios, en el momento preciso, con la cantidad adecuada, entre otros factores que permitan realizar todos los procesos de la mejor manera sin ninguna dificultad garantizando además, un producto o servicio de calidad que compita con los demás y que satisfaga las necesidades de los clientes para llegar a alcanzar su predilección para que consuma el producto o servicio.

Para escoger adecuadamente a los proveedores es importante identificar y analizar unos aspectos claves que ayudan a determinar al mejor posible proveedor, y a su entre ellos pueden realizarse preguntas específicas, las cuales se nombrarán a continuación:

- ✚ ¿Cuáles son los principales proveedores de insumos claves para el proyecto?
- ✚ ¿Qué calidad ofrecen?
- ✚ ¿Cómo venden?
- ✚ ¿Qué formas de pago tienen?
- ✚ ¿A qué precios unitarios venden?
- ✚ ¿Con qué plazos de entrega?
- ✚ ¿Cuál es la disponibilidad de los insumos que tiene?
- ✚ ¿Existen fluctuaciones en los precios?
- ✚ ¿Qué insumos alternativos existen con relación a los claves?

Una vez planteadas estas preguntas y resolviéndolas de la manera más objetiva posible, se podrá tener un alto grado de confiabilidad al escoger al proveedor que brinde todas los beneficios para la empresa, empezando un proceso de negociación el cual garantice que ambas partes satisfagan sus requerimientos y se puedan hacer negocios para que todos salgan ganando y sobre cada exigencia requerida por el cliente sea satisfecha y que a la vez la empresa genere la liquidez necesaria para su sostenibilidad.

1.8. ANÁLISIS TÉCNICO.

Pretende resolver las preguntas referentes a: dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea. Además presenta una propuesta previa para el uso de implementación sea de maquinaria y tecnología a utilizar en la elaboración de un bien o servicio. Según Rosales R. (2007), sintetiza al estudio técnico como aquel que permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir bienes o servicios que se requieren, a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Este estudio comprende los siguientes aspectos que a su vez son las partes que lo conforman:

- ✚ Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- ✚ Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- ✚ Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- ✚ Identificación y descripción del proceso.
- ✚ Determinación de los recursos humanos requeridos para la correcta.
- ✚ Operación del proyecto.

1.8.1. Tamaño del proyecto.

Este punto hace referencia a la capacidad que va a abarcar el proyecto que se está realizando entendiéndose esta como elementos principales la capacidad teórica de diseño, capacidad de producción normal y a su capacidad máxima con la que va a contar la organización, en la cual se debe tomar en cuenta para la primera el volumen de producción que bajo técnicas óptimas por medio de éste se alcanza la optimización de los recursos para tener un valor unitario.

Se puede hablar de una capacidad normal en cuanto a una empresa que sea productora de bienes ya que esta es la que rige en la producción es decir nos sirve

como punto de equilibrio para determinar desde que momento la empresa pierde rentabilidad, en las de servicios se mide en cuanto es el promedio de atenciones que se pueden determinar en un periodo para la satisfacción de la empresa.

Otro factor importante a considerar es el tamaño de la planta ya que depende el dinero que se va a necesitar para poder construir la infraestructura física que comprende los departamentos tales como financiero, de producción, de ventas, de marketing, entre otros que son parte fundamental para el buen desenvolvimiento de las operaciones realizadas en la organización.

1.8.2. Localización.

Mediante este estudio se seleccionará la ubicación más conveniente para que la empresa pueda funcionar de forma normal y correcta, escogiendo el mejor lugar que permita la cercanía con el cliente, con los proveedores, entre otros factores que son importantes en la búsqueda de la minimización de los costos y por ende la consecución de la obtención de mayores beneficios que conlleven al crecimiento y desarrollo en el mercado.

Para tomar la decisión de la localización que tendrá la empresa se pueden considerar unos aspectos importantes que se describirán como puntos importantes a continuación:

- ✚ Disponibilidad de los recursos necesarios para establecer la empresa, deduciéndose como recursos al alcantarillado público, energía eléctrica, agua potable, telefonía, etc.
- ✚ Ubicación de la empresa con las demás empresas que actúan de proveedoras para la misma.
- ✚ Condiciones estables en cuanto a la preservación y cuidado.

- ✚ Disposición de mano de obra capacitada en la atención al cliente y que esta a su vez sea capacitada constantemente para asegurar la rentabilidad en cuanto al servicio prestado.
- ✚ Concretar las estaciones de evacuación de elementos que puedan contaminar el entorno y que estos no lastimen ni sean evidenciados como problemas para el medio.

1.8.3. Estudio organizacional.

Uno de los aspectos que menos se tiene en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a factores propios de la actividad ejecutiva de su administración como son aspectos organizacionales, procedimientos administrativos y aspectos legales. Cada proyecto necesita que se defina una estructura organizativa que se adapte a los requerimientos de su posterior operación.

Es fundamental que conozcamos ésta estructura para luego definir las necesidades del personal cualificado para la gestión y, posteriormente estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva. Es necesario definirse los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto.

1.9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.

El estudio financiero es la última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto; y su objetivo principal es ordenar y sistematizar la información de índole monetario que proporcionaron las anteriores etapas, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Para un estudio de factibilidad se desarrollan proyecciones de todos los balances para de esta manera obtener los

valores actuales que se generaran de acuerdo a lo proyectado y si es que se tomará las decisiones correctas para que los activos de la organización generen buenas expectativas y que con el avanzar del tiempo genere una rentabilidad y liquidez.

1.9.1. Elementos para la evaluación económica financiera de un proyecto de inversión.

Para analizar la viabilidad del proyecto que se desea efectuar existen varios elementos o herramientas técnicas económicas y financieras que nos permiten tener un amplio conocimiento y análisis posterior por medio de números extraídos de forma proyectada con datos reales y objetivos acerca de lo que el mercado puede brindar para su aprovechamiento.

Con estos datos monetarios contables se procede a realizar la evaluación correspondiente del proyecto según las cifras y cantidades previstas a determinado plazo de tiempo. Como principales elementos para la evaluación económica financiera de un proyecto de negocio, se indicará que básicamente para la proyección, evaluación y análisis de los distintos requerimientos de la empresa y que al mismo tiempo otorguen la confiabilidad necesaria se trata de los siguientes descritos a continuación:

- ✚ Presupuesto de Gastos Administrativos y generales.
- ✚ Presupuesto de Comercialización y marketing.
- ✚ Presupuesto de ventas (clientes, cantidades, precios)
- ✚ Flujo de caja proyectado.
- ✚ Estado de Resultados proyectado.
- ✚ Análisis de sensibilidad de variables relevantes.
- ✚ Análisis de Punto de Equilibrio.
- ✚ Aplicación de indicadores financieros; VAN, TIR, y otros según requerimientos específicos.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

En base a la necesidad del trabajo se requiere de información cuanti-cualitativa debido a que este diseño servirá para determinar la viabilidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústico en lo cual se ve inmerso un estudio de los distintos indicadores que miden la factibilidad de lo propuesto, la información cualitativa fundamentará el diseño y demás expectativas que tendrán inherencia en la idea.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Dentro de lo establecido y criterios considerados se establece la modalidad como proyecto de factibilidad o también llamado proyecto de inversión de un proyecto que beneficie a una empresa, Según la Dra. Ángela Chong de Álvarez (2008), considera que el proyecto factible, es el que permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solucionar un problema.

El presente proyecto se considera factible debido a lo especificado desde la redacción del tema que permitirá la consolidación de lo propuesto, identificará además un análisis del entorno y su situación económica a medida que se especifiquen los rubros se determinarán ciertos índices para la toma de decisiones

Para que cada una de las estrategias sea aplicada a lo largo de su ejecución y conjuntamente se prevean situaciones que afecten a la propuesta planteada, tomando en cuenta los distintos indicadores de medición y factores externos que afectan de una u otra manera para el cumplimiento y afirmación de la hipótesis.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Para este trabajo se utilizará la investigación tanto de campo como la bibliográfica, la primera debido a que la información que se recabará es pionera en este sector se recurrirá a la observación, seguida por encuestas para de esta manera definir los requerimientos de las personas que se ven inmersos dentro de lo propuesto.

Apoyándose de la misma manera en las fuentes bibliográficas como los libros y revistas los cuales contienen información de vital importancia para la utilización de los estudios inmersos para determinar la factibilidad de la propuesta.

2.3.1. Investigación Bibliográfica.

Según el autor Cesar Augusto Bernal Torres (2006), en su libro de metodología de la investigación para administradores, economía humanidades considera que:

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio, depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos.

Entendiendo por esto todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento.

Las principales fuentes documentales descritas en el presente trabajo de investigación son: documentos escritos (libros, periódicos, revistas, etc.) documentos fílmicos (películas, diapositivas, etc.) y documentos grabados que apoyan el desarrollo del mismo. Pág. #18

2.3.2. Investigación de Campo.

Según los autores Rosman y Rallis (2006), en su libro Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación manifiesta que:

La investigación de campo es aquella que estudia una comunidad en su estructura social así como las interacciones sociales que produce. Son investigaciones sobre algo limitado, un evento, un proceso, un grupo, un individuo. Se busca entender un fenómeno más amplio a través del examen de un caso específico y particular. Los estudios de casos son descriptivos, holísticos y heurísticos y utilizan una variedad de técnica de recolección de datos.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Según Carlos Méndez (2006), define el método de la observación como: “Es un procedimiento importante en la investigación científica, proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad; es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito”. Pág. 238.

El presente trabajo de titulación empleará el método deductivo-inductivo ya que se parte de lo general a lo particular, debido a que la problemática se visualiza de forma general pero es necesario profundizar en la búsqueda de información para de esta manera llegar a la obtención de información que permitan desarrollar la propuesta dentro de un entorno ya investigado y que la probabilidad o margen de error sea muy bajo para su confiabilidad.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo de titulación aplicará técnicas para la recolección de su información a través de fuentes primarias y secundarias, recalando a su vez que

no existen estudios similares realizados en Punta Carnero del sector Mar Bravo Puerto Aguaje del cantón Salinas y de esta manera llegar a recolectar información que sea aplicada en el estudio de factibilidad y que además proporciones la referencias necesarias para la toma de decisiones que permitan la inserción de la propuesta.

2.5.1. Fuentes Primarias.

- ✚ **Encuesta.-** Se proporciona información sobre la misma la cual es considerado un instrumento guía, elaborado de antemano mediante el cual se recaba información que servirá para el diagnóstico en el estudio de factibilidad.

Mediante las encuestas se obtendrá una información más generalizada ya que las preguntas que se introducen en esta técnica se deben planificar con relación al tema en estudio y para obtener información de manera cuantitativa sobre aspectos que se necesiten investigar en el entorno que fomente al desarrollo de la propuesta.

2.5.2. Fuentes secundarias.

Son aquellas que contienen información abreviada tales como resúmenes, compilaciones y listados de referencias publicadas en las diferentes áreas de conocimientos:

- ✚ **Lectura científica de textos y revistas.-** Para la realización del presente estudio o investigación se revisaron textos especializados en la realización de estudios de factibilidad, y temas relacionados al uso de los mismos y sus ventajas en las organizaciones, especialmente sociales además se insertaron textos relacionados al plan financiero, metodología de investigación, entre otros libros.

Mediante esta técnica se podrá desarrollar la fundamentación teórica de los aspectos que se requieran establecer mediante términos de documentos elaborados anteriormente para esta investigación.

 **Documentos del internet.-** Permite indagar en temas relacionados al desarrollo del estudio de factibilidad, a través de los diferentes servidores y páginas web que aportan en tiempo real una base de información para la implantación dentro de los diseños planificados.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El instrumento aplicado dentro del presente estudio de factibilidad es la encuesta debido a la eficacia y efectividad que esta herramienta proporciona al momento del análisis y tabulación de los datos. Esta encuesta a su vez es de carácter estructurada utilizando a su vez dos fases dentro de todo el proyecto para la recolección general de información se aplica la encuesta de diagnóstico.

Para la propuesta la encuesta de implementación la cual esta netamente relacionado con temas de gustos y preferencias del consumidor y su apreciación de los lugares que brindan un servicio similar es decir servicios de alojamiento y estadía para los turistas y visitantes de Punta Carnero sector Mar Bravo Puerto Aguaje del cantón Salinas.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

La población es considerada un todo la cual puede ser categorizada debido a que está en muchos de los casos presenta rasgos similares que hacen de la estimación un proceso para analizar, considerada además como un conglomerado de personas que interactúan en un mundo o esfera existente.

Debido a la variación de visitas a estas costas, el presente trabajo de investigación toma como población a todos aquellos visitantes de las hermosas playas de Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), además dentro de estos visitantes se encuentran aquellas personas que visitan la parte industrial como son los clientes de los laboratorios que se encuentra en esta costa.

Además de ellos se tiene en cuenta a las autoridades que rigen la parte legal para la ejecución y puesta en marcha de la propuesta, también infieren como beneficiarios los habitantes del sector y a quienes indistintamente intervienen como son las operadoras de turismo.

CUADRO # 3 Población

Elementos	N
Turistas	4000
Autoridades	4
Habitantes locales	500
Operadoras de turismo	9
TOTAL	4513

*Fuente: Investigación del mercado
Elaboración: Roberto Macías Neira*

2.7.2. Muestra.

La muestra es el subconjunto representativo de elementos de una población. Es importante considerar ciertos factores en una muestra, el tamaño, y representatividad, por lo que la cantidad maestra debe ser proporcional al tamaño del universo, a su vez la muestra nos permitirá definir en base a pequeñas proporciones.

La distinción de parámetros que demostraran las proyecciones posibles y que desembocaran en las distintas estrategias que se podrán plantear de manera eficiente y eficaz.

Se realiza en el presente trabajo un muestreo no probabilístico utilizando de esta manera el muestreo por criterio debido a la existencia de partes representativas dentro de la población que al momento de ser segregado quedarán con menos relevancia.

Méndez C. (2003) considera: “El muestreo por criterio, son seleccionados los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población” (Pág. # 184)

CUADRO # 4 Muestra

Elementos	n
Turistas	150
Autoridades	4
Habitantes Locales	30
Operadoras de turismo	4
TOTAL	188

*Fuente: Investigación de mercado
Elaboración: Roberto Macías Neira*

2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El procedimiento de la investigación será el siguiente:

1. Planteamiento del problema.
2. Investigación de distintos documentos.
3. Definición de población y determinación de la muestra.

4. Estimación de las variables.
5. Diseño del instrumento de investigación.
6. Prueba piloto.
7. Estimación de campo mediante la observación.
8. Análisis de los datos recabados.
9. Análisis y resultados.
10. Planteamiento de la propuesta.
11. Elaboración de un informe.

Con el procedimiento que va a seguir la investigación se obtendrá información mediante métodos de investigación, modalidades de investigación, tipos de investigación, técnicas e instrumentos que ayuden a la obtención de datos relevantes con el tema que se está estudiando.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

El análisis e interpretación de los resultados concierne a la tabulación y razonamiento de los mismos, los cuales sirven de síntesis para la toma de decisiones considerando la fiabilidad de las encuestas.

3.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO.

Este instrumento fue elaborado con un objetivo principal el cual es recopilar información de los turistas, autoridades, habitantes del sector y operadoras de turismo existentes en Punta Carnero del sector Mar Bravo ubicado en el cantón Salinas, las cuales se han convertido en los entes más importantes del sector y que por su disponibilidad se realizó a la muestra establecida.

Estas encuestas a su vez son para completar la fase de diagnóstico del estudio, permitiendo a su vez el análisis de la factibilidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústicas a través de encuestas estructuradas definidas de antemano.

Se consideran las diferentes opiniones que tienen las diversas personas encuestadas acerca del sector y de los aportes constantes hacia el mismo, contribuye conjuntamente con un diagnóstico preliminar de los gustos y preferencias de los encuestados.

Se estima adicionalmente el aporte tanto económico como territorial de los estamentos que rigen el sector y pero enfocándolo a indagar sobre la factibilidad de un centro de cabañas semi-rústicas y cuál será la acogida de dicha empresa una vez emprendida y en que contribuirá con el desarrollo de Punta Carnero que según la investigación necesita de ideas y proyectos.

Debido a la escala utilizada se encuentra dentro de las opciones de respuesta cinco parámetros establecidos los cuales contando de atrás para adelante primero totalmente de acuerdo, medianamente de acuerdo, una opción intermedia a las respuestas en la cual se menciona si están en acuerdo o en desacuerdo, seguida por medianamente en desacuerdo y finalmente totalmente en desacuerdo.

A esta escala aplicada se la conoce como escala de Likert la cual es utilizada como preguntas cerradas que al ser medidas en parámetros permiten deducir o inducen al investigador formar criterios de acuerdo a las respuestas que los encuestados proporcionen sin descartar la opción de que puedan restringirse a ciertas preguntas, cada una de las preguntas fueron aplicadas para la muestra establecida dentro del estudio, esto es a un total de 188 personas.

Este método ha sido considerado debido a la simplicidad que otorga al momento de su análisis y su respectiva tabulación asimismo reduce el margen de error al momento de las elecciones de las respuestas produciendo de esta manera mayor grado de confiabilidad.

Para el presente estudio de factibilidad tomando en consideración las preguntas realizadas en la fase de diagnóstico a la muestra establecida provocando que este estudio sea considerado viable y sustentable mediante las pruebas realizados a los encuestados y que su ejecución sea dependiente de las demás herramientas que deben ser consideradas en el proceso de investigación de mercado el cual se detalla en la siguiente porción del presente trabajo.

Esta fase se realiza como previo análisis de las variables y las resultantes de las mismas las cuales según la estimación proporcionara datos confiables que aportaran a la investigación en general de igual manera serán analiza cada una de las preguntas para descartar fallas al momento de establecer la empresa de cabañas semi-rústicas dentro de Punta Carnero del sector Mar Bravo perteneciente al cantón Salinas

3.2. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A TURISTAS AUTORIDADES HABITANTES Y OPERADORAS

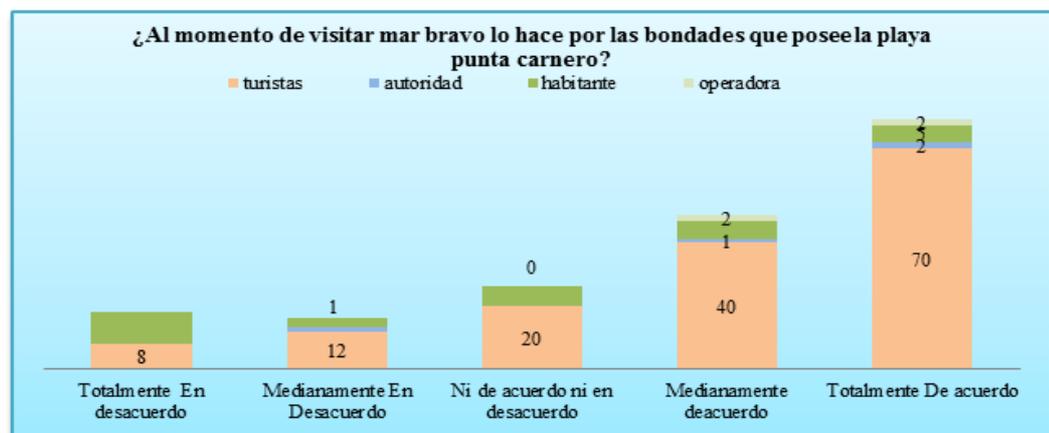
1.- ¿Al momento de visitar Mar Bravo lo hace por las bondades que posee la playa Punta Carnero?

CUADRO # 5 Visitas

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	8	5%	0	0%	10	33%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	12	8%	1	25%	3	10%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	13%	0	0%	6	20%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	40	27%	1	25%	6	20%	2	50%
5 Totalmente de acuerdo	70	47%	2	50%	5	17%	2	50%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 3 Visitas



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si al momento de visitar Mar Bravo lo hace por las bondades que posee la playa Punta Carnero.

En su mayoría los encuestados respondieron que al momento de visitar estas playas lo hacen por las bondades que estas poseen, en el caso de los habitantes sus respuestas se direccionaron a que no lo creen de esta manera es decir enmarcaron la opción totalmente en desacuerdo.

2.- ¿En el tiempo de visita a este sector turístico disfruta de las características de estas playas?

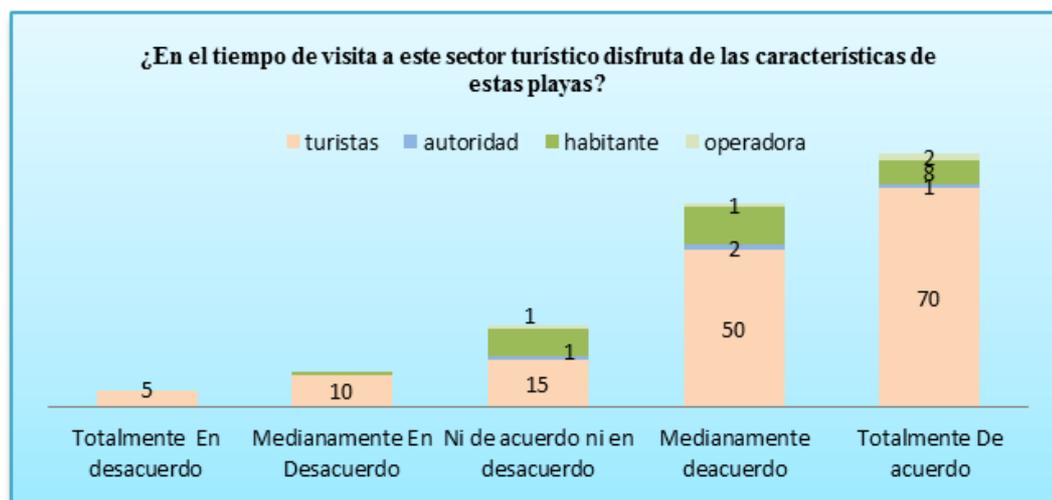
CUADRO # 6 Tiempo de visita

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	5	3%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	10	7%	0	0%	1	3%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	10%	1	25%	9	30%	1	25%
4 Medianamente de acuerdo	50	33%	2	50%	12	40%	1	25%
5 Totalmente de acuerdo	70	47%	1	25%	8	27%	2	50%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 4 Tiempo de visita



Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

Con esta pregunta se pretende determinar si en el tiempo de visita a este sector turístico disfrutaban de las características de estas playas.

Con estos datos obtenidos se puede indicar que en el tiempo de visita a este sector turístico se disfruta de las características de estas playas ya que la mayoría de los encuestados está totalmente de acuerdo, aunque también un 7% de los turistas respondió que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo.

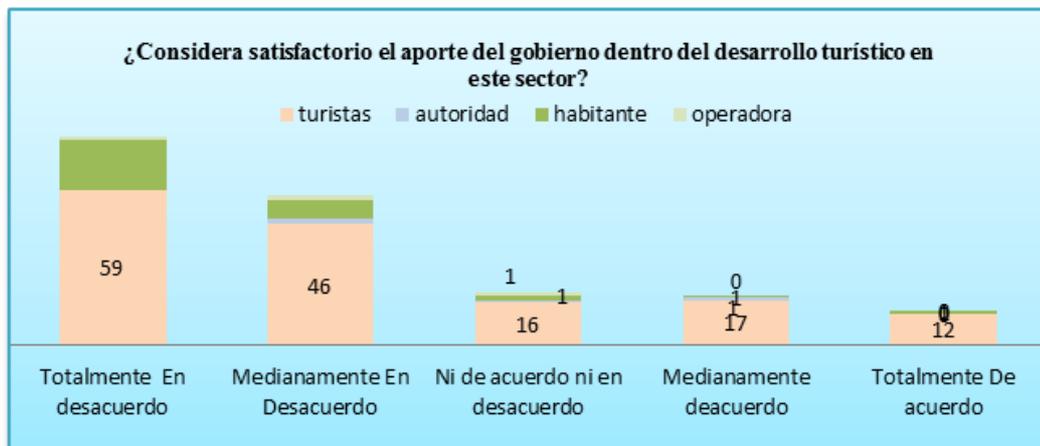
3.- ¿Considera satisfactorio el aporte del gobierno dentro del desarrollo turístico en este sector?

CUADRO # 7 Aporte del gobierno

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	59	39%	0	0%	19	63%	1	25%
2 Medianamente En desacuerdo	46	31%	2	50%	7	23%	2	50%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	11%	1	25%	2	7%	1	25%
4 Medianamente de acuerdo	17	11%	1	25%	1	3%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	12	8%	0	0%	1	3%	0	0%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 5 Aporte del gobierno



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

Se busca conocer si consideran satisfactorio el aporte del gobierno dentro del desarrollo turístico en este sector de las personas encuestadas.

Con estos datos de los encuestados, se puede indicar que la mayoría de ellos están totalmente desacuerdo si es que consideran satisfactorio el aporte del gobierno dentro del desarrollo turístico en este sector, estas respuestas se las considera según experiencias vividas por cada uno de los encuestados.

4.- ¿Su estancia en los distintos lugares de distracción le son de total agrado?

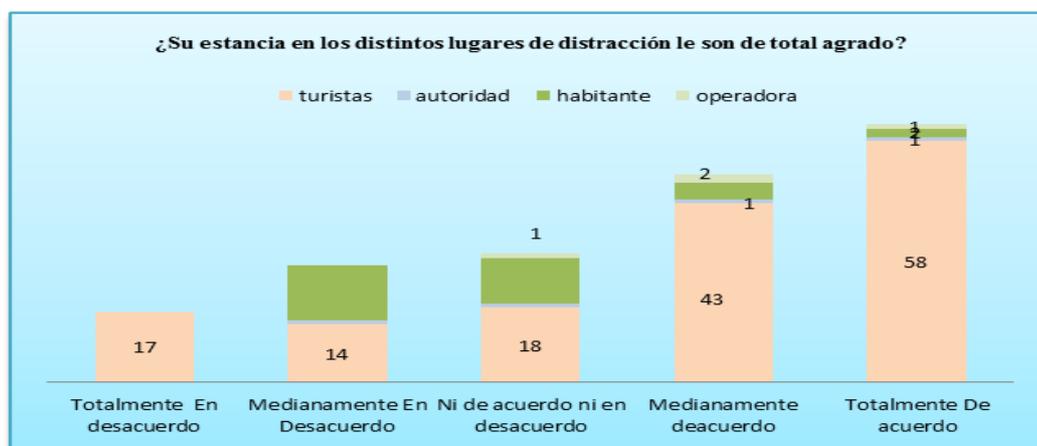
CUADRO # 8 Estancia

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	17	11%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	14	9%	1	25%	13	43%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	12%	1	25%	11	37%	1	25%
4 Medianamente de acuerdo	43	29%	1	25%	4	13%	2	50%
5 Totalmente de acuerdo	58	39%	1	25%	2	7%	1	25%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 6 Estancia



Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudara a determinar si la estancia en los distintos lugares de distracción le es de total agrado para quienes han participado de este sector.

Con estos resultados se puede indicar que es de total agrado su estancia en estos lugares de distracción debido a que la mayoría está totalmente de acuerdo aunque también se denota esta parte de encuestados que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta realizada la cual se deduce que se basa en experiencias vividas.

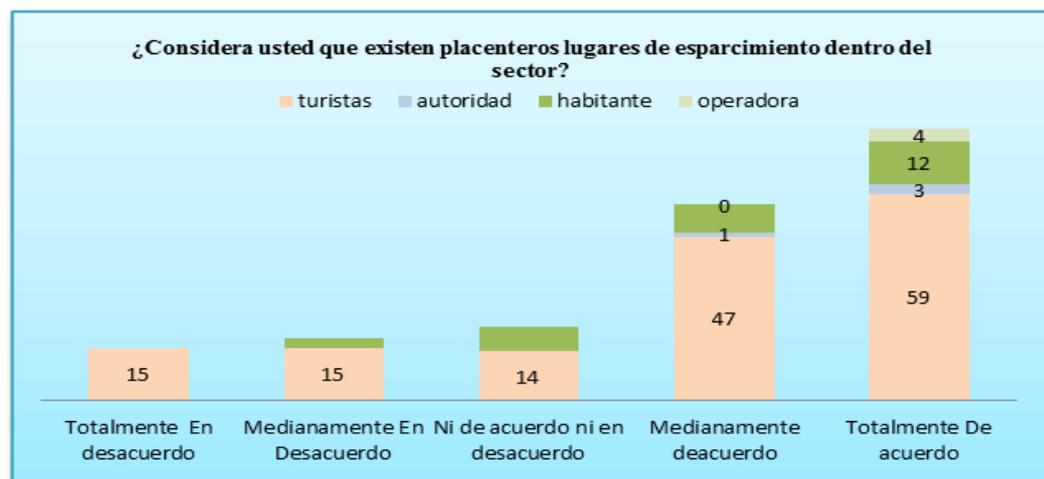
5.- ¿Considera usted que existen placenteros lugares de esparcimiento dentro del sector?

CUADRO # 9 Lugares de esparcimiento

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	15	10%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	15	10%	0	0%	3	10%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	9%	0	0%	7	23%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	47	31%	1	25%	8	27%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	59	39%	3	75%	12	40%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 7 Lugares de esparcimiento



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta es una guía para determinar que si existen placenteros lugares de esparcimiento dentro del sector según el criterio de los encuestados.

Con estos datos se puede mostrar que los criterios de los encuestados fueron que sí que existen placenteros lugares de esparcimiento dentro del sector debido al número de datos obtenidos en la opción totalmente de acuerdo a pesar de estos muchos comentaron que existían mejores lugares dentro de la provincia.

6.- ¿Los lugares de disfrute se encuentran con la infraestructura acorde al sector?

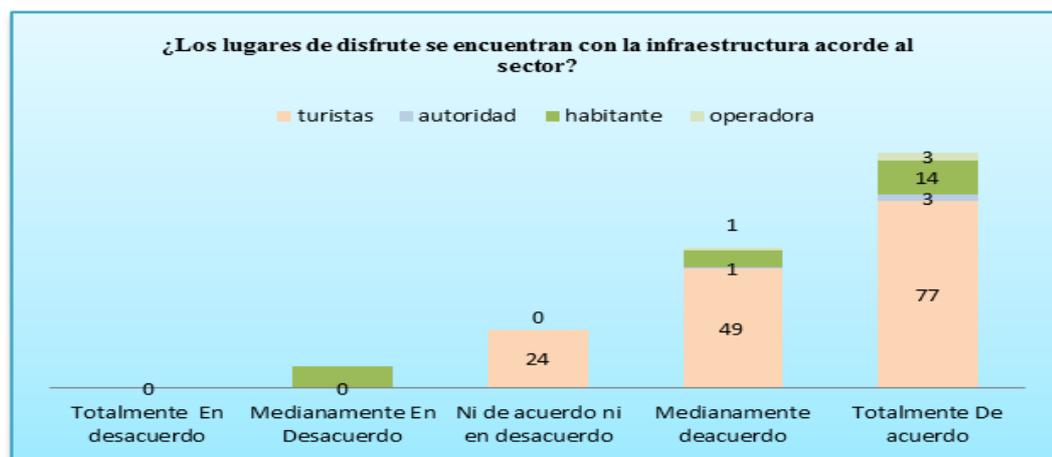
CUADRO # 10 Infraestructura

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	9	30%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	16%	0	0%	0	0%	7	64%
4 Medianamente de acuerdo	49	33%	1	25%	7	23%	1	9%
5 Totalmente de acuerdo	77	51%	3	75%	14	47%	3	27%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	11	100%

Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 8 Infraestructura



Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta está dirigida para determinar los criterios de los encuestados sobre si los lugares de disfrute se encuentran con la infraestructura acorde al sector.

Con estos datos se puede determinar que los lugares de disfrute se encuentran con la infraestructura acorde al sector debido a las elecciones de los encuestados pero no hay que dejar de lado las opiniones que fueron medianamente de acuerdo considerando las características pertinentes de los encuestados.

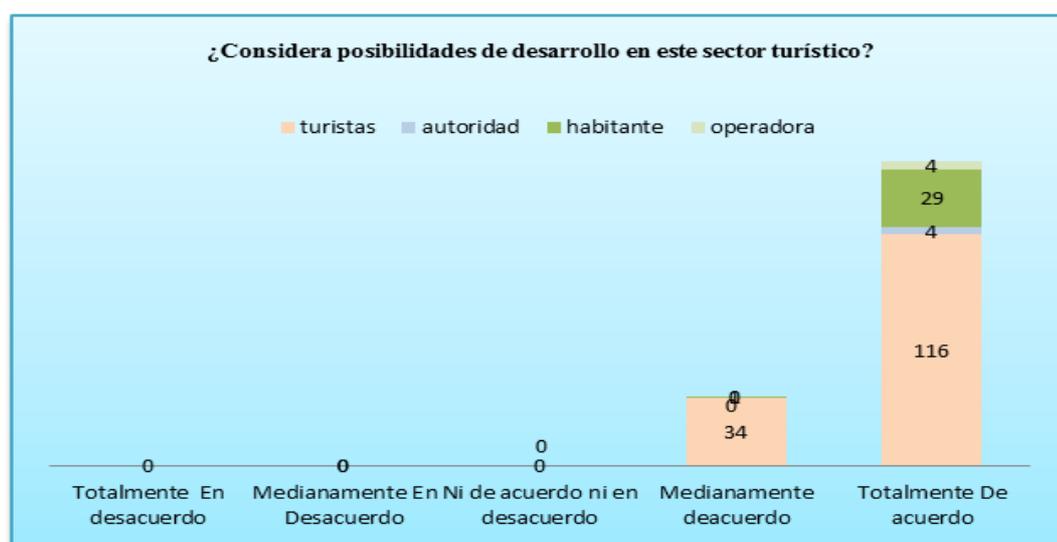
7.- ¿Considera posibilidades de desarrollo en este sector turístico?

CUADRO # 11 Desarrollo

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	34	23%	0	0%	1	3%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	116	77%	4	100%	29	97%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 9 Desarrollo



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta busca obtener el grado en que los encuestados consideran las posibilidades de desarrollo en este sector turístico

La mayoría de las personas encuestadas, casi en su totalidad está totalmente de acuerdo en que consideran distintas posibilidades de desarrollo en este sector turístico.

8.- ¿Está de acuerdo con la forma en la que las autoridades de la provincia de Santa Elena manejan los fondos que poseen para apoyar este sector?

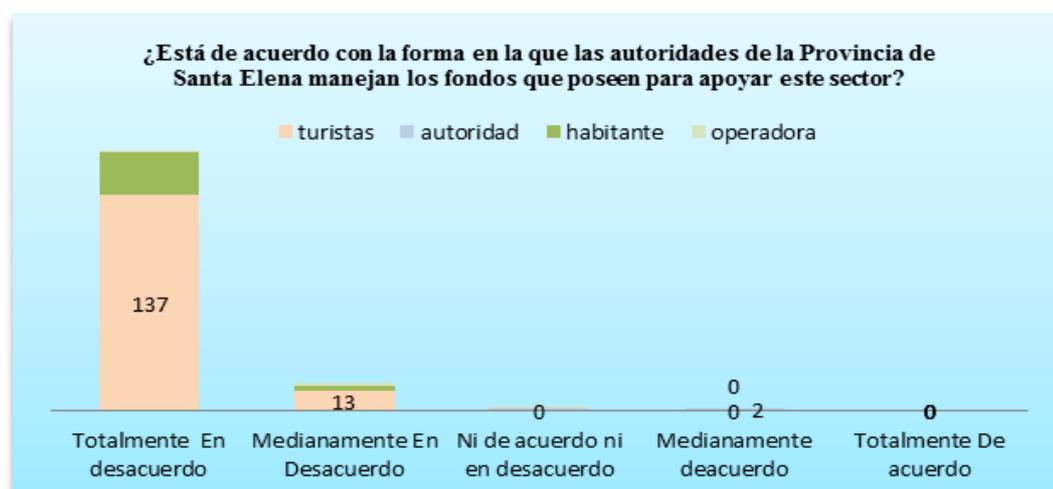
CUADRO # 12 Distribución de fondos

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	137	91%	0	0%	27	90%	1	25%
2 Medianamente En desacuerdo	13	9%	0	0%	3	10%	2	50%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	2	50%	0	0%	1	25%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	2	50%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 10 Distribución de fondos



Fuente: Instrumento de investigación

Elaborado por: Roberto Macías Neira

Las personas ayudaran a determinar están de acuerdo con la forma en la que las autoridades de la provincia de Santa Elena manejan los fondos que poseen para apoyar este sector.

Estos datos indican que las personas en su mayoría están totalmente en desacuerdo en la forma en la que las autoridades de la provincia de Santa Elena manejan los fondos que poseen para apoyar este sector.

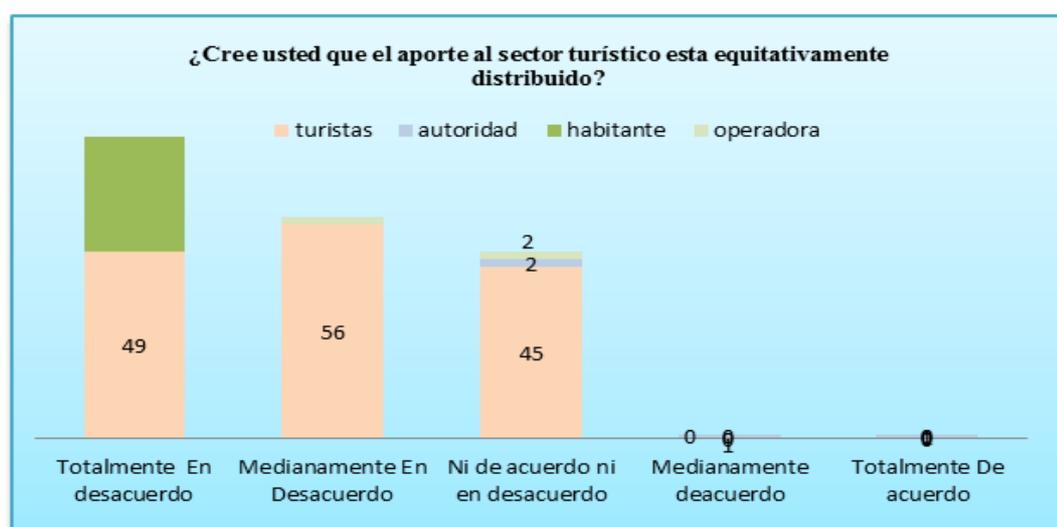
9.- ¿Considera usted que el aporte al sector turístico esta equitativamente distribuido?

CUADRO # 13 Distribución equitativa

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	49	33%	0	0%	30	100%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	56	37%	0	0%	0	0%	2	50%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	30%	2	50%	0	0%	2	50%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 11 Distribución equitativa



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta pretende determinar si el aporte al sector turístico esta equitativamente distribuido.

Estos resultados indican que las personas encuestadas en su mayoría están totalmente desacuerdo con que si el aporte al sector turístico esta equitativamente distribuido.

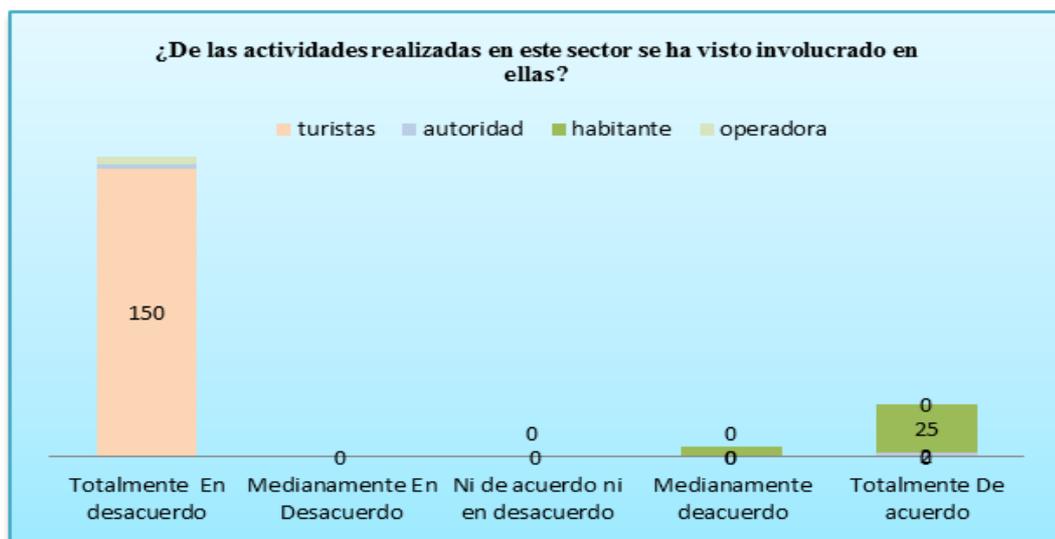
10.- ¿De las actividades realizadas en este sector se ha visto involucrado en ellas?

CUADRO # 14 Actividades

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	150	100%	2	50%	0	0%	4	100%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	0	0%	5	17%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	0	0%	2	50%	25	83%	0	0%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 12 Actividades



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

Con esta pregunta se determina si los encuestados de las actividades realizadas en este sector se han visto involucrados en ellas.

Con estos datos se determina que la mayoría de las personas están medianamente involucradas en actividades que se realizan en este sector turístico aunque por parte de los turistas se determinaron como incluidos en las actividades de la zona.

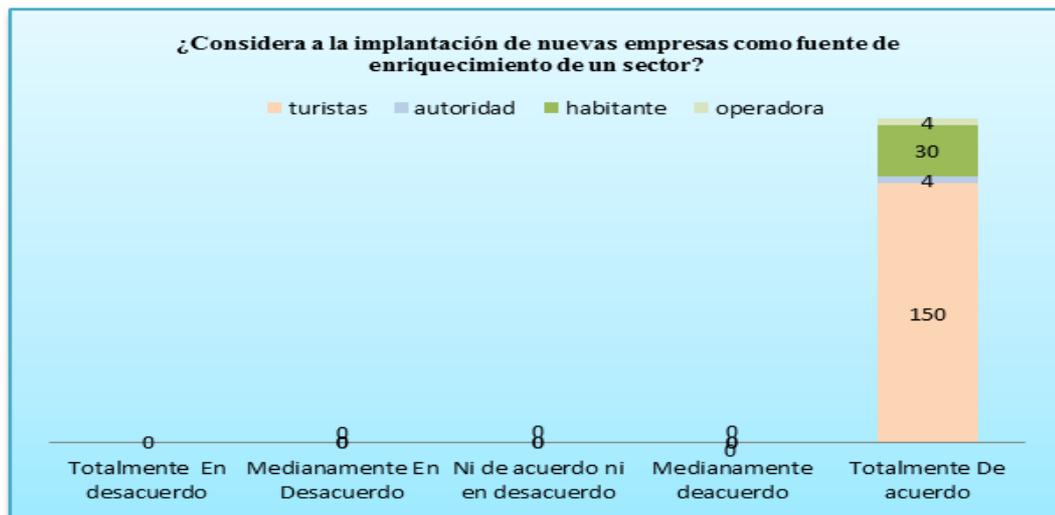
11.- ¿Considera a la implantación de nuevas empresas como fuente de enriquecimiento de un sector?

CUADRO # 15 Nuevas Empresas

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 13 Nuevas Empresas



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta determina si los encuestados consideran a la implantación de nuevas empresas como fuente de enriquecimiento de un sector.

Esto permite determinar que la implantación de empresas dentro de este sector turístico contribuye al enriquecimiento de un sector y más para este que ha sido descuidado en esa área.

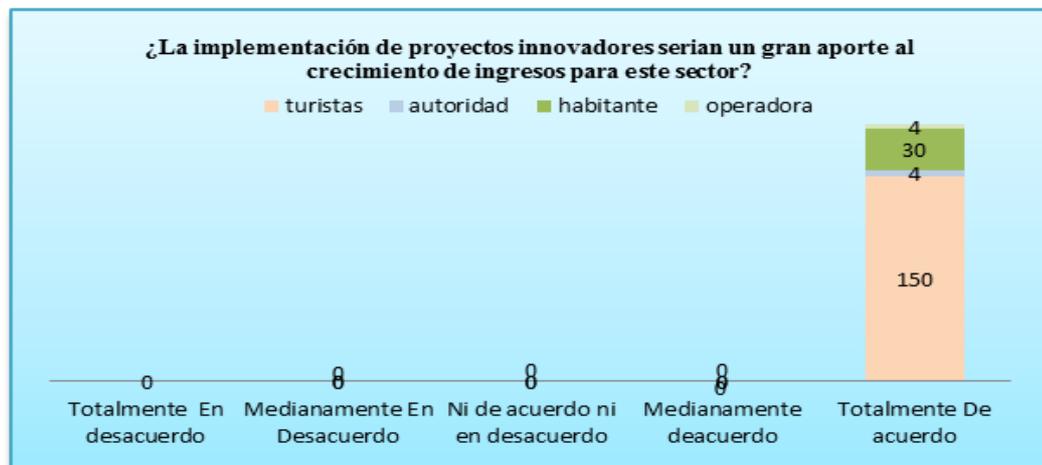
12.- ¿La implementación de proyectos innovadores serian un gran aporte al crecimiento de ingresos para este sector?

CUADRO # 16 Aporte al desarrollo

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 14 Aporte al desarrollo



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

Es importante determinar si La implementación de proyectos innovadores sería un gran aporte al crecimiento de ingresos para este sector.

Mediante el análisis se determina cuán importante es la puesta en marcha e implementación de proyectos innovadores para el crecimiento de ingresos para un sector que para los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo.

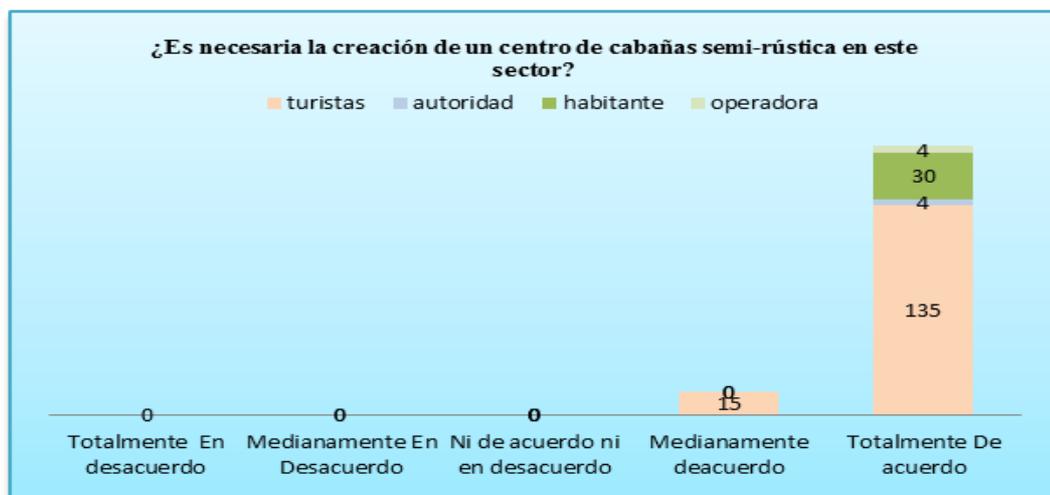
13.- ¿Es necesaria la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector?

CUADRO # 17 Creación

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 15 Creación



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta es para determinar si es necesaria la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector.

Estos resultados indican la necesidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústicas en el sector lo cual se determina por la obtención de resultados determinado por los encuestados.

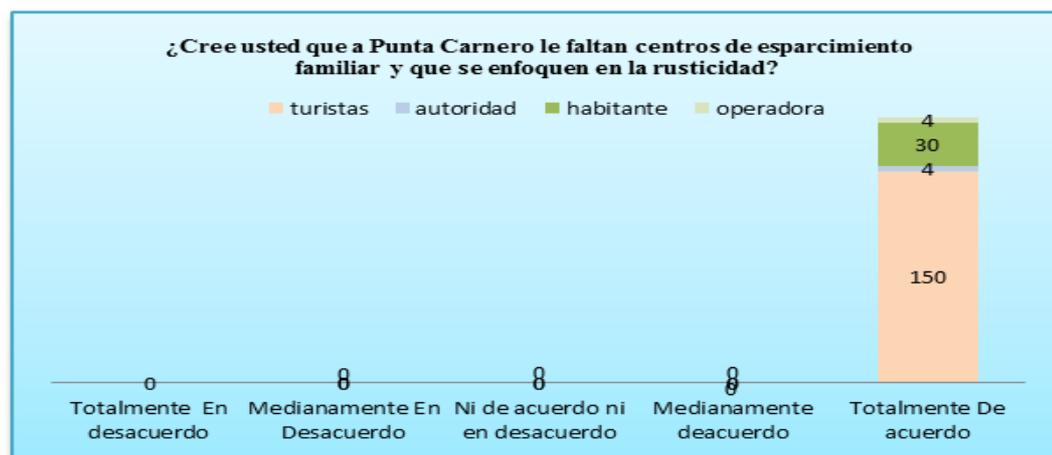
14.- ¿Considera usted que a Punta Carnero le faltan centros de esparcimiento familiar y que se enfoquen en la rusticidad?

CUADRO # 18 Falta de centros

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 16 Falta de centros



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta corresponde a que si las personas creen que a Punta Carnero le faltan centros de esparcimiento familiar y que se enfoquen en la rusticidad.

Esto quiere decir que las personas si creen que a Punta Carnero le faltan centros de esparcimiento familiar y que se enfoquen en la rusticidad debida esta conclusión al análisis de los resultados obtenidos en la encuesta.

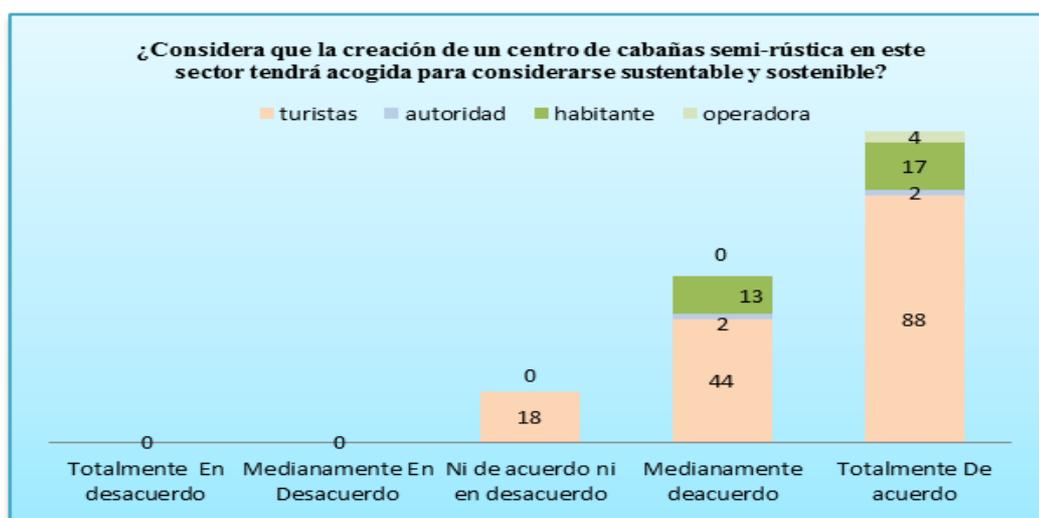
15.- ¿Considera que la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector tendrá acogida para considerarse sustentable y sostenible?

CUADRO # 19 Acogida

Valoración	turistas	%	autoridad	%	habitante	%	operadora	%
1 Totalmente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2 Medianamente En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	12%	0	0%	0	0%	0	0%
4 Medianamente de acuerdo	44	29%	2	50%	13	43%	0	0%
5 Totalmente de acuerdo	88	59%	2	50%	17	57%	4	100%
Total	150	100%	4	100%	30	100%	4	100%

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 17 Acogida



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

Esta pregunta trata sobre si la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector tendrá acogida para considerarse sustentable y sostenible.

La mayoría de los encuestados están entre medianamente y totalmente de acuerdo con que la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector tendrá acogida para considerarse sustentable y sostenible.

3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA.

3.3.1. Conclusiones.

- ✚ En la fase de diagnóstico a través de la recopilación de datos, se concluye que se ha identificado varias falencias por parte del gobierno en el impulso de este sector como potencia turística de relajación y descanso para los visitantes a Punta Carnero.
- ✚ Las empresas ubicadas alrededor del sector no se han establecido con recintos que brinden servicios rústicos en su totalidad provocando el abandono del sector por parte de los visitantes.
- ✚ Implementación de diferentes recursos que impulsen a este sector y que hagan de este territorio un ente productivo para la inserción de nuevos proyectos que incrementen el desarrollo económico y turístico complementándose con la inserción de propuestas novedosas y factibles.
- ✚ A los encuestados Punta Carnero sector Mar Bravo le parece un lugar placentero y que estas costas a diferencias de las otras contiene diversas características para el descanso y relajación de quienes visitan el sector en busca de tranquilidad y nuevas experiencias.
- ✚ Consideran que tiene posibilidades de desarrollo y que existen oportunidades para la implementación de nuevas empresas que brinden servicios de esparcimiento y alojamiento.
- ✚ El centro de cabañas semi-rústica se establecerá como una empresa destinada a satisfacer las necesidades insatisfechas por las otras empresas que brindan servicios similares.

3.3.2. Recomendaciones.

- ✚ Cada una de las respuestas obtenidas en este instrumento sirve para la siguiente fase que es la de implementación del estudio de factibilidad a la realización de la propuesta.
- ✚ Cada uno de los aportes brindados por los medios para poder recabar los datos que son útiles para el establecimiento conjunto de estrategias que permitirán al inversionista financiar la propuesta que es la implementación de un centro de cabañas semi-rústicas.
- ✚ Tomando en cuenta las apreciaciones obtenidas y la confiabilidad que ofrece esta herramienta de investigación se pretende alcanzar los objetivos planteados para la siguiente fase.
- ✚ El centro de cabañas semi-rústica se convierte en la única empresa en el sector con estas características, aprovechando esta ventaja comparativa y competitiva se puede ofertar al mercado la satisfacción que los visitantes requieren.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

CREACIÓN DE UN CENTRO DE CABAÑAS SEMIRÚSTICAS EN PUNTA CARNERO EN EL SECTOR MAR BRAVO PUERTO AGUAJE DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014

4.1. PRESENTACIÓN.

La creación de cabañas dentro de la provincia de Santa Elena ha venido creciendo conforme se ha dado el crecimiento de la afluencia del turismo dentro de los sectores que en la provincia se han destacado por las bondades que poseen sus playas, como lo es Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), la cual por muchos años ha sido un sector que atrae a turistas extranjeros como locales por sus poderosas e incontenibles olas, por la calidez de su arena y por su sorprendente avistamiento.

Las cabañas semi-rústicas combinan el confort de una casa rustica de piedra de enchape o también llamada piedra tallada con la rusticidad de la caña y el cadí, lo cual crea un espacio en contacto con el medio en donde se ubicaran lo cual será frente a la playa, provocando de esta manera el encuentro del ser humano con la naturaleza, que es aquello que los turistas buscan varios lugares del sector.

Para realizar este proyecto es necesario el acondicionamiento de cada habitación y que estas tengan el modelo estructurado que se acople a las exigencias y normativas del reglamento establecido por el Ministerio de Turismo para la adecuación del centro de cabañas semi-rústicas, debido a que las normas de preservación del medio ambiente es un factor el cual se utilizara como ventaja clave para su correcto desarrollo.

4.2. NATURALEZA DEL PROYECTO

4.2.1. Descripción de la empresa.

El proyecto consiste en la creación de cabañas semi-rústicas que será habilitado para brindar el servicio de alojamiento en un ambiente semi-rústico. El proyecto como antes se mencionó se desarrollaría Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas) en un terreno expresamente habilitado para este tipo de usos, que dispondría previamente de algunos de los elementos que requiere el desarrollo de este proyecto (terreno legalmente notificado como propio, ubicación geográfica, recursos ambientales disponibles).

En este sentido, la ubicación de este proyecto se da bajo la cobertura de uno de sus socios el cual cuenta con la ubicación específica para la localización del proyecto lo cual es en el desvío del sector Puerto Aguaje visible para todos aquellas personas que visitan este sector de la provincia en busca de un sitio de relajación de sus labores cotidianas y que específicamente necesitan infraestructuras diferentes para su alojamiento en estos lugares.

El éxito del proyecto de las cabañas semi-rusticas depende en gran medida, de la capacidad de habitaciones que contenga el centro turístico, la debida publicidad y propaganda que este centro a su vez posea, de las medidas que se planifiquen para la captación de clientes, el análisis constante de la competencia y de los beneficios adicionales que se integren conforme al avance del proyecto y su planificación.

4.2.2. Determinación del nombre del negocio.

El centro de cabañas semi-rústica se denominará: “VISTALMAR”, debido a la constitución misma de las habitaciones. El confort como base dualista de la calidad se deberá a los materiales de alta calidad con los cuales serán construidas cada una de ellas.



4.2.2.1. Logotipo y slogan



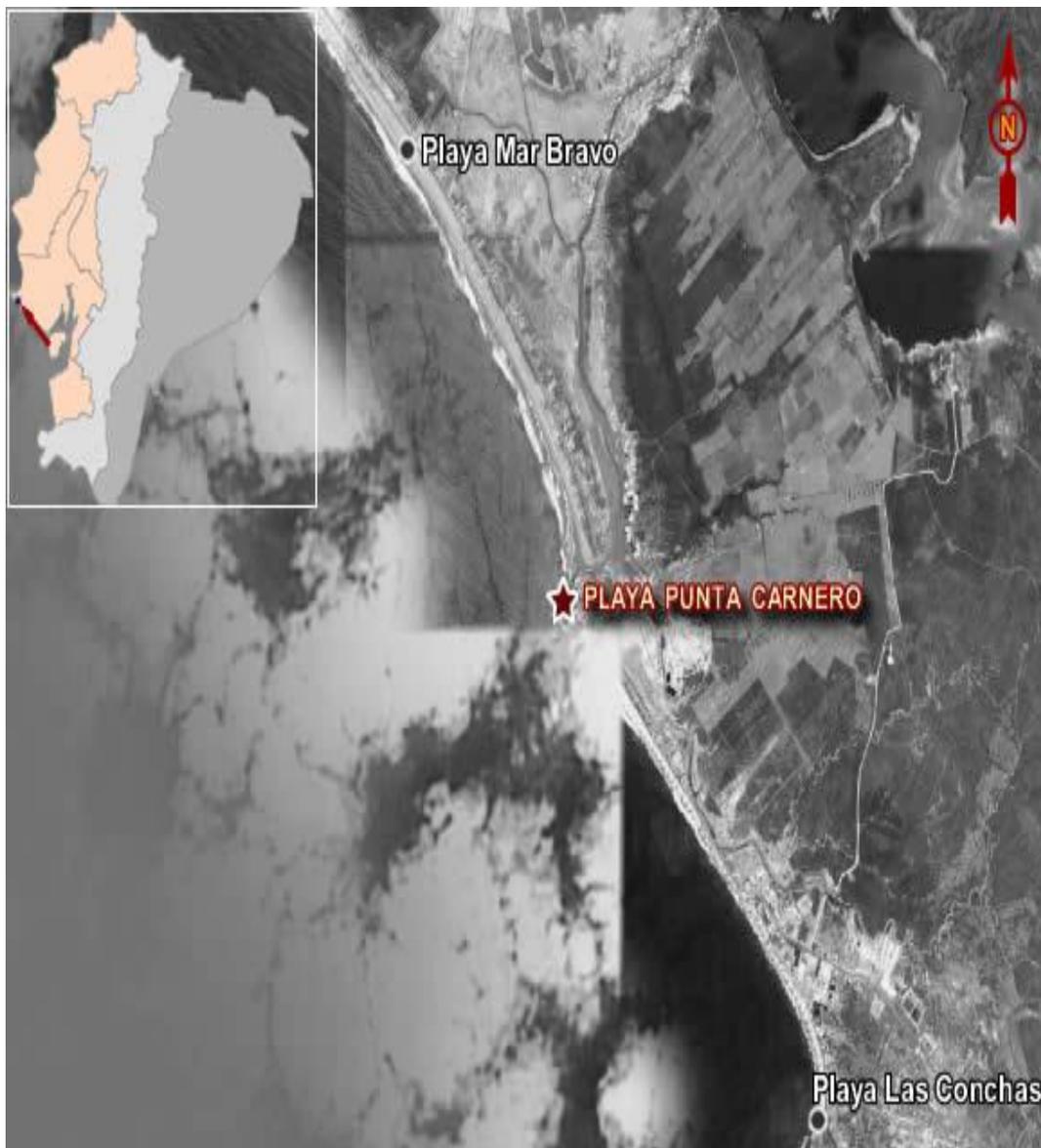
“LA COMODIDAD, CONFORT Y DESCANSO SOLO ENCONTRARAS EN CABAÑAS SEMI-RÚSTICAS “**VISTALMAR**” DALE UNA OPORTUNIDAD A TU SER EN **VISTALMAR** PUEDE SER”

4.2.3. Ubicación.

El centro de cabañas semi-rústica “VISTALMAR” será instalado dentro del terreno perteneciente a los inversionistas situado junto a la empresa CORPAQUAR S.A brindará el servicio de alojamiento, el mismo que está establecido en Punta Carnero sector Mar Bravo del cantón Salinas frente a la carretera de nombre Vía Punta Carnero en su primer desvío rumbo a la parroquia Anconcito.

Cabe recalcar que el terreno es propiedad de los inversionistas y se ubicará junto a la empresa CORPAQUAR S.A. que también es patrimonio de los inversionistas como se visualiza en los anexos, el siguiente mapa es debido al aporte de la página virtual Google Mapas el cual proporciona una mirada panorámica de la ubicación exacta de la empresa.

GRÁFICO # 18 Ubicación Punta Carnero



Fuente: Google Maps.
Elaboración: Google Maps

4.2.4. Misión.

La empresa “VISTALMAR” está dedicada a brindar un servicio de alojamiento llegando a satisfacer las exigencias y necesidades de nuestros clientes, respetando el entorno y fomentando el desarrollo turístico de Punta Carnero sector Mar Bravo provincia de Santa Elena.

4.2.5. Visión.

La empresa “VISTALMAR” liderará como empresa prestadora de servicios de alojamiento, ofreciendo al mercado un servicio de la calidad para quienes visiten nuestras instalaciones, visionando el desarrollo continuo por la búsqueda de nuevos métodos de captación de mercado.

4.2.6. Objetivo general.

Prestar servicios de alojamiento de alta calidad, implementando procedimientos eficientes y eficaces que permitan satisfacer las expectativas y necesidades que los clientes requieran, mediante la aplicación de valores empresariales.

4.2.7. Objetivos específicos.

- ✚ Implementar una modalidad nueva en servicios que sea atractiva para los turistas locales y extranjeros.

- ✚ Fomentar el turismo dentro de la provincia brindando un servicio de calidad.

- ✚ Implementar nuevo uso de los recursos que cuenta nuestra provincia.

- ✚ Expansión futura de las instalaciones.

- ✚ Realizar alianza con otras empresas que colaboren en el buen servicio para el cliente.

4.2.8. Justificación e importancia.

La necesidad de que se empiece a emprender e invertir en nuevas ideas de negocios que fortalezcan las zonas de la provincia, una de estas zona es la turística y más aún en este hermoso sector.

La existencia de nuevas empresas canalizará nuevos recursos para la captación de nuevos turistas y que estas empresas a su vez enfoquen su atención en brindar servicios de calidad lo cual en muchas de las empresas que brindan servicio de alojamiento no se cumplen.

Es por esta razón que el centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR” hace presencia en este sector productivo considerando nuevos márgenes y estándares de calidad y eficiencia, los cuales se direccionan a la total y completa satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes.

Aplicando a su vez las distintas estrategias de captación de clientes y mercadotecnia para el posicionamiento de su nombre en la mente de los pobladores, turistas, agencias de turismo y demás entidades que se vean inmiscuidas en el área de alojamiento.

4.2.9. Condiciones generales del servicio.

- ✚ Habitaciones debidamente atendidas por el personal de la empresa.
- ✚ Servicio de coffee break y desayunos para los ocupantes.
- ✚ Servicios de guía provincial.

4.2.10. Matriz FODA.

4.2.10.1. Fortalezas.

- ✚ Prestación de un servicio de calidad hacia los clientes que visitan las playas aledañas.
- ✚ Servicio novedoso dentro del sector.
- ✚ Equipo técnico y administrativo organizado.
- ✚ Mercado accesible dentro de la región.

4.2.10.2. Oportunidades.

- ✚ El centro de cabañas semi-rusticas “VISTALMAR” es un lugar nuevo que brinda los servicios de alojamiento.
- ✚ Los clientes que visitan las playas regularmente.
- ✚ Clientes que prefieran los lugares apartados de la ciudad.

4.2.10.3. Debilidades.

- ✚ Deterioro de los implementos por la salinidad del lugar.
- ✚ Limitación del lugar.

4.2.10.4. Amenazas.

- ✚ Clima frio en la época invernal.
- ✚ Inestabilidad económica a nivel país.
- ✚ Competencia desleal por parte de las empresas turísticas.
- ✚ Costos bajos fuera de temporada.
- ✚ Desastres naturales en el sector.

4.3. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD EJECUTORA O EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO.

Para identificar a los responsables es exalta la existencia de inversionistas que intervienen directamente con la aplicación de la creación de la empresa, los cuales a su vez serán los principales beneficiarios de las ganancias generadas en el centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR”.

4.3.1. Responsable.

Dentro del proceso de desarrollo y creación de fuentes de empleo generadoras de ingresos que se contrasten con los índices de productividad de la provincia se visualiza a la Universidad Estatal Península de Santa Elena la cual promueve y gestiona directa o indirectamente en proyectos viables para los sectores de la provincia, del mismo modo da apertura a la carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial.

La misma que impulsa a sus estudiantes a la formulación de proyectos de inversión, en el caso del presente trabajo de investigación es un estudio de factibilidad para la creación de un centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR” ubicadas en Punta Carnero sector Mar Bravo cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

4.3.2. Actividad económica.

El centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR” pertenece al sector turístico debido a la categorización que esta presenta dentro del ámbito de alojamiento de visitantes al sector, de acuerdo a los lineamientos que se establecen en el estudio de factibilidad ingresa como proyecto de creación empresarial como fuente de ingreso y beneficio tanto como para quienes laborarán dentro de la empresa como para los inversionistas del proyecto total.

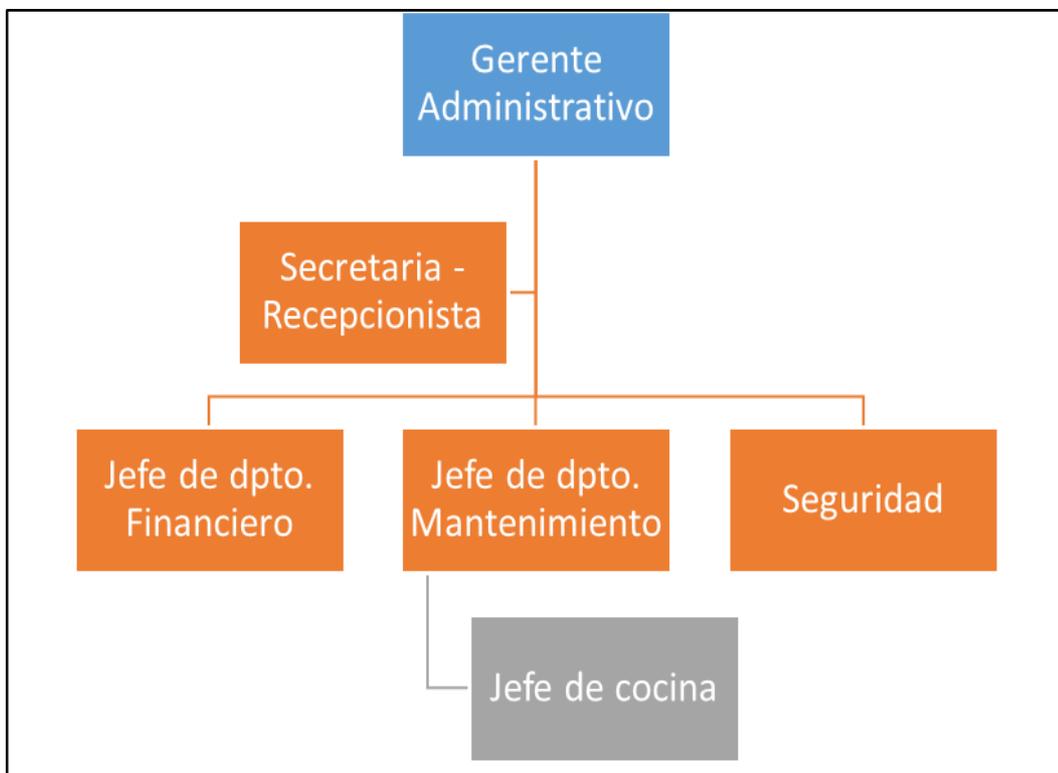
4.3.3. Estructura organizativa y jurídica.

4.3.3.1. Estructura organizativa.

El centro de cabañas semi-rústica “La Cabaña” contiene una estructura organizativa detallada a continuación:

- 🚧 Gerente Administrativo.
- 🚧 Secretaria Recepcionista.
- 🚧 Jefe de Departamento Financiero.
- 🚧 Jefe de Departamento de Mantenimiento.
- 🚧 Jefe de cocina.
- 🚧 Seguridad.

GRÁFICO # 19 Estructura Organizativa.



Fuente: Estructura Organizativa
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.3.3.2. Descripción y funciones.

4.3.3.2.1. Administrador.

Relación de dependencia: Accionistas

Subordinados:

Jefe Dpto. Financiero

Mantenimiento y Servicio

Definición del puesto.

Es la persona que se encarga de administrar eficientemente los recursos de la empresa con la ayuda de sus colaboradores y de la toma de decisiones en caso de que la empresa lo requiera.

Funciones:

- ✚ Planifica, organiza, dirige y controla todas las actividades que se realizan dentro de la empresa.
- ✚ Gestionar reuniones con sus colaboradores para conocer el estado de la compañía.
- ✚ Aprueba o desaprueba las decisiones de cada área de la empresa.
- ✚ Se preocupa de las capacitaciones a los colaboradores.
- ✚ Evalúa los registros contables realizados por el departamento de finanzas para la toma de decisiones.

Responsabilidades:

- ✚ Buscar soluciones en momentos críticos.
- ✚ Es el responsable del buen manejo de todas las áreas.
- ✚ La toma de decisiones en caso de situaciones concernientes con la empresa.

4.3.3.2.2. Administrador financiero.

Relación de dependencia: Administrador

Definición del puesto.

Se encarga de administrar el campo financiero y maneja los estados financieros de la empresa y demás actividades comerciales.

Funciones:

- ✚ Mantener el control de los recursos financieros mediante la consulta ante la Institución Bancaria correspondiente para evitar posibles sobregiros monetarios.
- ✚ Supervisar la correcta aplicación de los recursos de origen mediante el registro contable y procedimiento administrativo adecuado para evitar desajustes presupuestales de los mismos.
- ✚ Verificar que los registros contables estén aplicados en forma correcta a través del registro diario para obtener información contable que sea confiable y oportuna.
- ✚ Emitir mensualmente informes de los recursos que se estén utilizando, comunicando a los demás departamentos de lo que se requiere.

Responsabilidades:

- ✚ Presupuestar costos y realizar inventarios.
- ✚ Comprobar que las transacciones se realicen correctamente.
- ✚ Dirigir, coordinar y ejecutar las políticas, estrategias y acciones para garantizar la correcta y eficaz administración de los recursos financieros, presupuestarios, contables por la empresa.

4.3.3.2.3. Encargado del mantenimiento y servicio.

Relación de dependencia: Administrador.

Definición del puesto.

Es la persona que se encarga de la limpieza y de administrar eficientemente los recursos de limpieza de la empresa con la finalidad de que la presentación de la empresa sea impecable y sobre todo que sea visiblemente agradable para el perfecto servicio y satisfacción del cliente, se remitirá a su inmediato superior para peticiones o reclamos.

Funciones.

- ✚ El encargado de la parte del mantenimiento y servicio del centro de cabañas semi-rústicas realizará dentro de sus funciones:
- ✚ Mantener en buen estado los equipos y la implementación del centro con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho.
- ✚ Se encargara del cambio de sábanas y la limpieza de cada cabaña además del departamento de administración.
- ✚ Estará encargado de que cada una de las cabañas quede en perfecto estado luego de que quienes han hecho la recepción desocupen la misma, además será el que interactúe directamente con los visitantes debido a que atenderá las exigencias de los mismos.

Responsabilidades.

- ✚ Presentará informes de requerimiento en cuanto a la limpieza se refiere.
- ✚ Se encargara de que las instalaciones se encuentren en perfecto estado.
- ✚ Asumirá la responsabilidad y carga de la buena atención hacia el cliente.
- ✚ Se someterá a capacitaciones para el mejoramiento de sus funciones.

4.3.3.3. Estructura jurídica.

Para la creación del centro de cabañas semi-rústica “VISTALMAR”, se hace referencia al marco legal para la constitución de la empresa, el mismo que trata tanto de los documentos, trámites y legalizaciones necesarios para que la empresa pueda entrar en correcto funcionamiento.

4.3.3.3.1. Requerimientos Legales para su constitución.

El centro de cabaña semi-rusticas es una empresa de servicios logísticos para aquellos visitantes que deseen un lugar rústico para descansar, de acuerdo con la ley de producción, comercio e inversiones se la ha considerado como una microempresa puesto que contara con menos de 10 colaboradores.

La empresa “VISTALMAR” se definirá dentro del tipo de empresa como una sociedad anónima, la cual tendrá como propietarios a sus inversionistas los cuales se detallan de la siguiente manera:

La empresa como se ha mencionado será constituida mediante acciones, y por el principal accionista y dueño del proyecto, es decir la empresa será representada principalmente por la Sra. Mariela Romero Cedeño quien será propietaria de una inicial del 51% de las acciones en circulación de la instalación y con el restante de acciones el Sr. Hugo Ricardo Silva, esto no impedirá que los inversionistas de la misma intervengan en cuanto a las decisiones que afecten al mejoramiento de la empresa.

Documentación necesaria para la constitución.

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

 Original y copia de cédula de identidad.

- ✚ Original y copia de la papeleta de votación.
- ✚ Original y copia de la planilla de servicios básicos.
- ✚ En el caso de ser personas jurídicas presentar escrituras de la constitución de la empresa.
- ✚ Presentar el nombramiento del representante legal.
- ✚ Presentar nómina de accionistas.

Permiso del Ministerio de Turismo.

Necesidades:

- ✚ Solicitud a la ministra de turismo para la emisión del permiso.
- ✚ Copia de cédula de identidad del representante legal.
- ✚ Copia del RUC.
- ✚ Certificado del IEPI para la utilización del nombre.
- ✚ Pago a la Cámara provincial de turismo.

4.4. MERCADO.

4.4.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.

4.4.1.1. Análisis del mercado nacional.

El turismo es uno de los principales sectores económicos en cuanto a la generación de ingresos al país, que en los últimos años ha tenido un papel protagónico dentro de las decisiones del estado en cuanto a la aceptación de proyectos que fomenten e impulse este sector.

Debido a que las playas que posee el Ecuador son hermosas y llenas de bondades que benefician al ser humano, las cabañas semi-rústicas como sitio de hospedaje

son de muy poca trayectoria ya que las cabañas solo se han utilizado para el expendio de alimentos y que por la falta de mantenimiento se encuentran en mal estado, es por esa razón que el proyecto se considera como una propuesta innovadora en el mercado.

4.4.1.2. Análisis del mercado local.

Actualmente hay muchas empresas que se dedican a dar servicios de alojamiento pero que en su mayoría sus servicios con infraestructura no rustica, dentro del mercado local existen variedades de centros de alojamiento que formaran parte de la competencia directa y que debido a la ubicación geográfica.

La empresa se encuentra en un sector con una competencia muy reñida, pero con la ventaja de ser un centro semi-rustico acoplado a las exigencias de los turistas quien llegan a la provincia en busca de un lugar distinto al de donde ellos frecuentan.

4.4.1.3. Análisis del entorno empresarial.

Al ser parte de un grupo de emprendedores profesionales peninsulares tenemos el interés de conseguir el objetivo ser líderes dentro la provincia de Santa Elena desarrollando una visión en la cual establezcamos condiciones actuales del mercado siempre y cuando diferenciándonos de la competencia, mediante la capacitación sobre el buen trato al cliente y la propagación de la satisfacción del mismo, para que de esta manera se obtenga el prestigio que como empresa se desea alcanzar.

4.4.2. Clientes.

El segmento de mercado del centro de cabañas semi-rústicas estará dirigido a los turistas tanto locales como extranjeros, que necesiten un lugar donde hospedarse

o que tengan la necesidad de buscar un lugar rústico para descansar, además está dirigido a la clase social media.

Dentro de la provincia de Santa Elena existen varios clientes potenciales de los cuales nos dirigiremos principalmente a los siguientes:

- ✚ Turistas.- Todas aquellas personas que visiten nuestras costas y más aún este sector, pueden ser locales como extranjeros además que la apertura a un lugar de alojamiento queda abierto al público en general con la disponibilidad económica para adquirir de este servicio.

- ✚ Instituciones.- Establecimientos que posee una posible clientela que demanda estos servicios como colegios o escuelas que realicen excursiones dentro de este sector y que quisieran hospedarse en un lugar con nuevas opciones de alojamiento e innovación en cada uno de sus servicios.

- ✚ Empresas.- Instituciones que posee una posible demanda potencial debido a que muchas de ellas contienen dentro de su planificación excursiones para lo cual se puede ofrecer nuevos paquetes de servicios de hospedajes.

4.4.3. Análisis de la competencia actual y potencial.

Dentro de Punta Carnero existe competencia directa e indirecta por un lado como competencia directa tenemos a los distintos hoteles que se encuentran en este sector de la provincia.

También se destaca como competencia indirecta a un centro turístico de diversión el cual se encuentra junto a donde se van a ubicar nuestras instalaciones, se describe a continuación la competencia del centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR”:

CUADRO # 20 Mercado de oferta

Nombre de la empresa	Dirección	Competencias	Observaciones
Hotel Punta Carnero	La Libertad Vía Punta Carnero	Directa	Cuenta con piscina, avistamiento al mar.
Hotel Del Mar	Anconcito punta carnero - vía Anconcito	Directa	En la Roca Pasando el Puente
Hotel Brisas de Mar Bravo	Sector brisas de mar bravo avenida 31 y calle 32	Directa	Habitaciones con precios accesibles
Centro turístico Puerto Aguaje	La Libertad Vía Punta Carnero	Indirecta	Centro de entretenimiento turístico

*Fuente: Mercado de oferta
Elaboración: Roberto Macías Neira*

4.4.4. Valoración de la demanda.

El centro de cabañas semi-rústica debido al servicio que presta que es de alojamiento se encuentra abierto a todo público debido a que por su estructura se ofrece como servicio apto para todo aquel que desee un lugar en donde descansar. El límite de edades para la estancia en “VISTALMAR” no es impedimento para que alguna persona se aloje en nuestras instalaciones pero se considera a todo aquel que sea mayor de edad por cuestiones de evitar conflictos sean estos con la justicia o con las entidades que regulan los servicios turísticos.

4.4.5. Análisis situacional.

El mercado turístico dentro de la provincia es muy amplio lo cual nos permite definir que existe mucho mercado por captar, pero dependiendo de estrategias que se utilicen se podrá estimar la apertura hacia un nuevo mercado, el centro de cabañas brinda un servicio de calidad aun en su estructura como micro-empresa se caracterizara por la presencia de personal capacitado para las áreas que esta demande.

4.4.6. Encuesta de investigación de mercado.

Esta encuesta es aplicada en la fase de implementación de la empresa, determinando a través de este instrumento el cual es una encuesta estructurada los gustos y preferencias de los clientes sean estos turistas o visitantes, habitantes, agencias de viajes o agencias de turismo implantadas en la localidad de Punta Carnero sector Mar Bravo.

Las cuales determinaran la viabilidad del presente esquema de factibilidad a continuación se detallan cada una de las preguntas junto a su respectivo análisis pertinente a la encuesta de investigación de mercado.

Esta encuesta es aplicada a un total de 134 personas las cuales fueron determinadas según el criterio del investigador y a los cuales se le estructuro una investigación necesaria para determinar ciertas características que se establecerán dentro de la propuesta.

Se justifica la encuesta debido a que es necesario para la investigación conjuntamente se estableció debido a que se analiza ciertos aspectos que determinaran la investigación de mercado y proporcionaran a la propuesta la sostenibilidad necesaria para la emisión de distintas conclusiones y recomendaciones pertinentes.

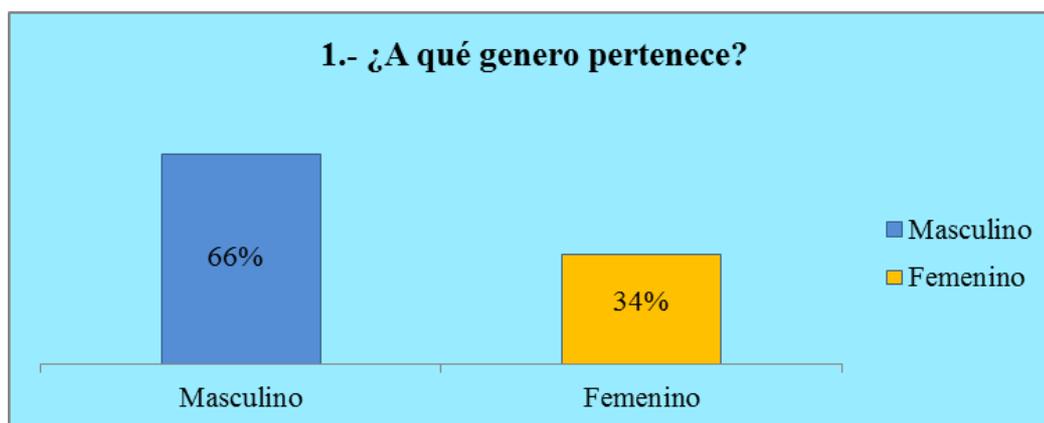
1.- ¿A qué género pertenece?

CUADRO # 21 Género

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	88	66%	66%
Femenino	46	34%	100%
	134	100%	

*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

GRÁFICO # 21 Género



*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

La pregunta ayudará a obtener datos sobre el género al que pertenece cada uno de los encuestados.

Del total de los encuestados el 66% son de sexo masculino y el restante que es un 34% pertenece al género femenino.

Los datos concluyen que la mayoría de los encuestados pertenecen al género masculino.

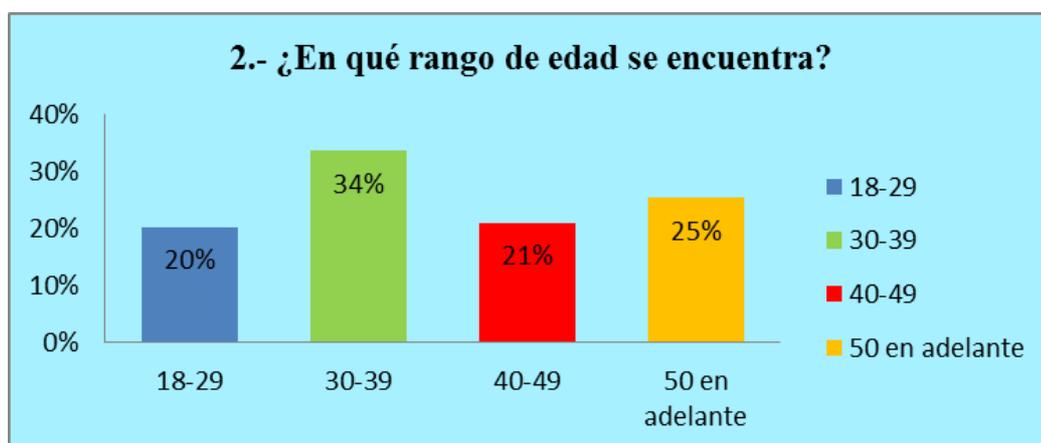
2.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

CUADRO # 22 Edad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18-29	27	20%	20%
30-39	45	34%	54%
40-49	28	21%	75%
50 en adelante	34	25%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 22 Edad



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: El autor

La pregunta ayudará a obtener datos sobre el rango de edades al que pertenece cada uno de los encuestados.

Siendo de esta forma que el 20% se encuentran en un rango de 18 a 29 años, un 34% de 30 a 39 años, un 21% de 40 a 49 años y un 25% se encuentran dentro de los 50 años en adelante.

De esta forma se determina que la mayoría de los encuestados se encuentran dentro de los 30 a 39 años de edad.

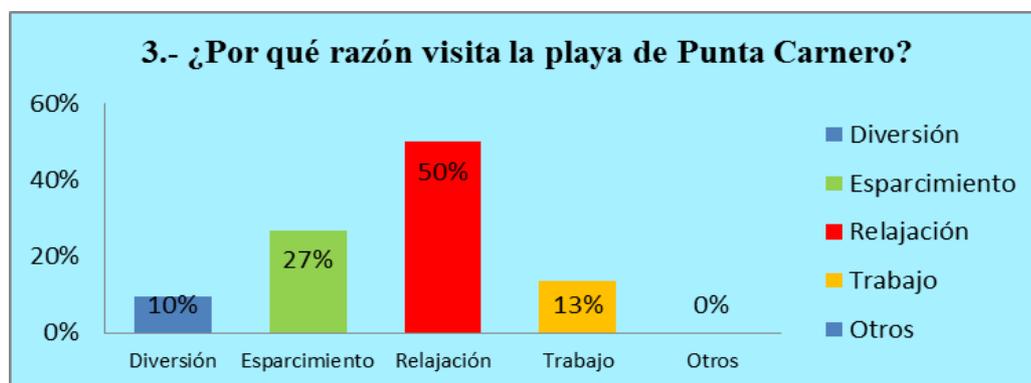
3.- ¿Por qué razón visita la playa de Punta Carnero?

CUADRO # 23 Razón de visita

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diversión	13	10%	10%
Esparcimiento	36	27%	37%
Relajación	67	50%	87%
Trabajo	18	13%	100%
Otros	0	0%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 23 Razón de visita



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre él la razón por la cual visitan los encuestados el sector de Punta Carnero.

Dando como resultado que un 10% lo hace por diversión, un 27% lo hacen por esparcimiento, el 50% por relajación y el 13% por causas como el trabajo.

Esta pregunta que desea razones de visita a este sector se enfoca a que la mayoría de los encuestados lo hacen por relajación.

4.- ¿Cuándo visita este sector con quien lo hace?

CUADRO # 24 Compañía

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Familiares	68	51%	51%
Amigos	39	29%	80%
Solo	27	20%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 24 Compañía



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre con quienes vienen acompañados los encuestados cuando visitan el sector de Punta Carnero.

Dentro de las respuestas se encuentra que un 61% de los encuestados visitan este sector con sus familiares, el 29% lo hacen con sus amigos y el 20% respondieron solos. De esta forma se deduce que la mayoría de los encuestados viajan a estos sectores acompañado de sus familias seguido por sus amigos.

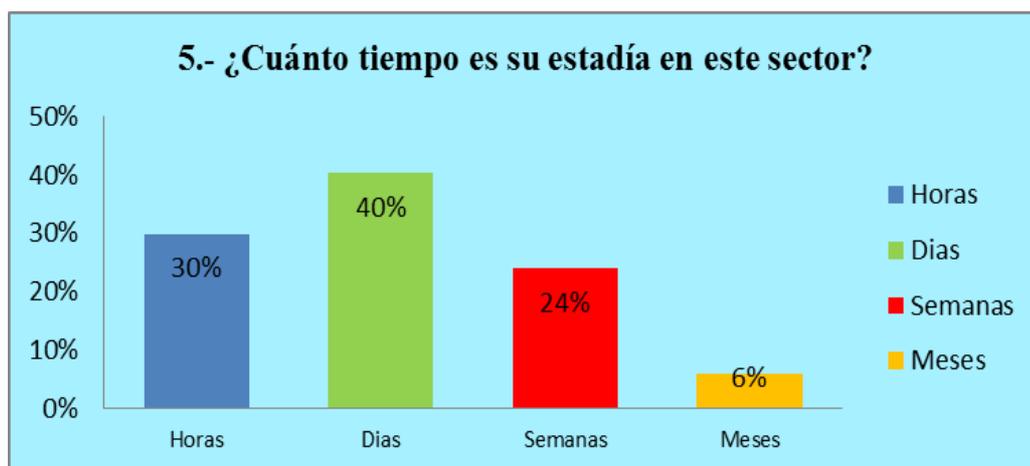
5.- ¿Cuánto tiempo es su estadía en este sector?

CUADRO # 25 Estancia

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Horas	40	30%	30%
Días	54	40%	70%
Semanas	32	24%	94%
Meses	8	6%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 25 Estancia



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre el tiempo de estancia de los encuestados cuando visitan el sector de Punta Carnero.

De esta forma se detalla que el 30% de los encuestados visitan este lugar por horas, el 40% lo hace por días, el 24% lo hace por semanas y el 6% visitan a este lugar y se quedan por meses.

Se deduce a través de la encuesta que la mayoría de que los encuestados se queden dentro del sector es por días con un resultado del 40%.

6.- ¿Al momento de elegir un lugar para hospedarse qué sitio prefiere?

CUADRO # 26 Hospedaje

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Pensión	21	16%	16%
Hotel	75	56%	72%
Motel	10	7%	79%
Tiendas de Camping	28	21%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 26 Hospedaje



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre el sitio de estancia de los encuestados cuando visitan el sector de Punta Carnero.

Dentro del total de los encuestados un 16% se hospeda en pensiones, el 56% lo hace en hoteles, el 10% lo hace en moteles y el 21% se hospeda simplemente en tiendas de camping.

Llegando a la conclusión que en su mayoría las personas se hospedan en hoteles.

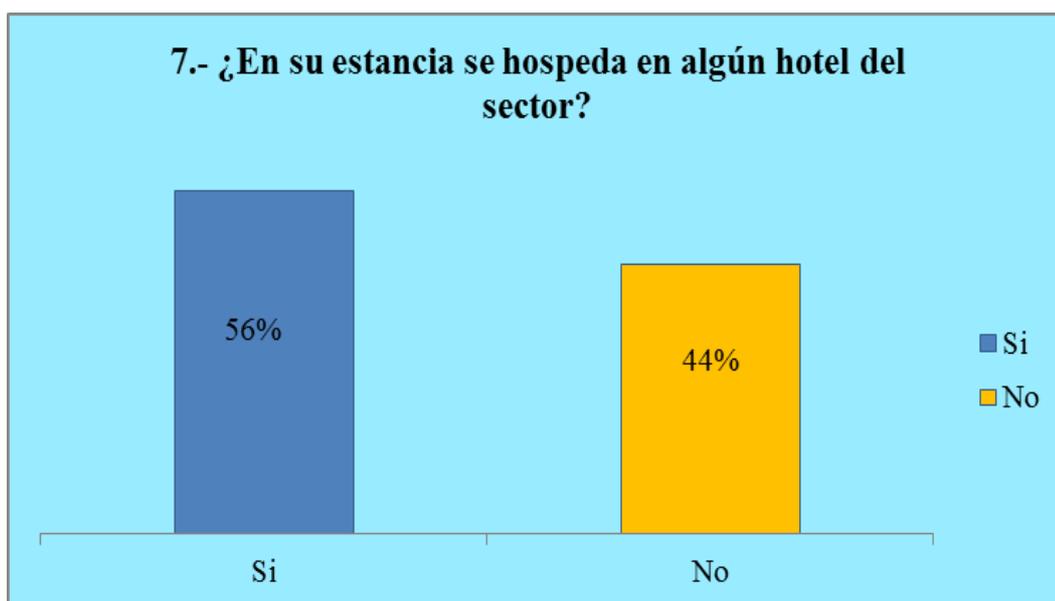
7.- ¿En su estancia se hospeda en algún hotel del sector?

CUADRO # 27 Estancia en el sector

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	75	56%	56%
No	59	44%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 27 Estancia en el sector



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si el sitio de estancia de los encuestados cuando visitan es en el sector de Punta Carnero.

Dentro de las encuestas el 56% del total de los encuestados dieron una respuesta de sí y el restante es decir un 44% respondieron no.

Teniendo como resultado que en su mayoría los encuestados se hospedan en punta de carnero.

8.- ¿Cómo considera la calidad del servicio ofrecido en los hoteles del sector?

CUADRO # 28 Calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	25	18%	18%
Bueno	45	33%	51%
Regular	23	17%	67%
Malo	45	33%	100%
	138	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 28 Calidad



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre como los visitantes a este sector consideran la calidad del servicio ofrecido por los hoteles.

Resultando que el 18% de los encuestados respondieron muy bueno, el 33% respondió que bueno, el 17% respondieron regular y el 33% respondieron malo.

Llegando a la conclusión que la calidad de los servicios en regular debido a la igualdad en las respuestas si es bueno o malo.

9.- ¿Los servicios prestados en los hoteles del sector cumplen con sus expectativas?

CUADRO # 29 Expectativas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	34	25%	25%
Casi siempre	45	33%	57%
Rara vez	38	28%	85%
Nunca	21	15%	100%
	138	100%	

*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

GRÁFICO # 29 Expectativas



*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si los hoteles del sector cumplen con las expectativas de los encuestados.

Se llega a concluir que el 25% considera que siempre los hoteles cumplen sus expectativas, un 33% que casi siempre, un 28% rara vez y un 15% nunca.

El análisis demuestra que las expectativas de los encuestados tienen mayor número de elecciones hacia lo malo que ha sido la satisfacción de los mismos.

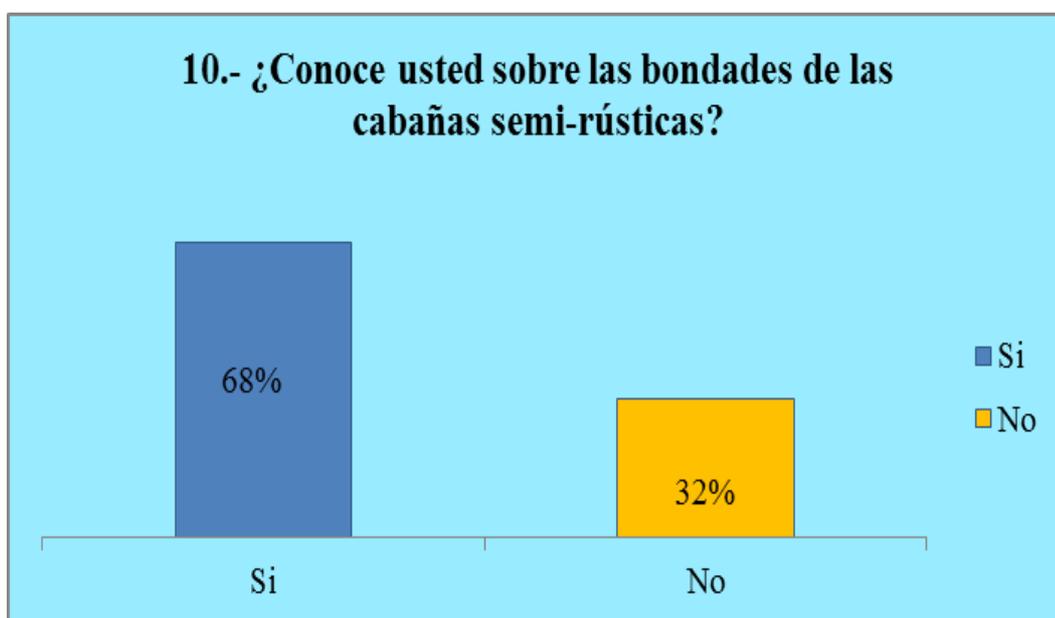
10.- ¿Conoce usted sobre las bondades de las cabañas semi-rústicas?

CUADRO # 30 Bondades

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	91	68%	68%
No	43	32%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 30 Bondades



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si los encuestados conocen sobre las bondades que poseen las cabañas semi-rústicas.

Determinando mediante la encuesta que el 68% de los encuestados respondieron que si mientras que el restante que es el 32% respondieron que no.

Mediante las respuestas tomadas se deduce que en su mayoría de las personas encuestadas si conocen las propiedades de las cabañas semi-rústicas.

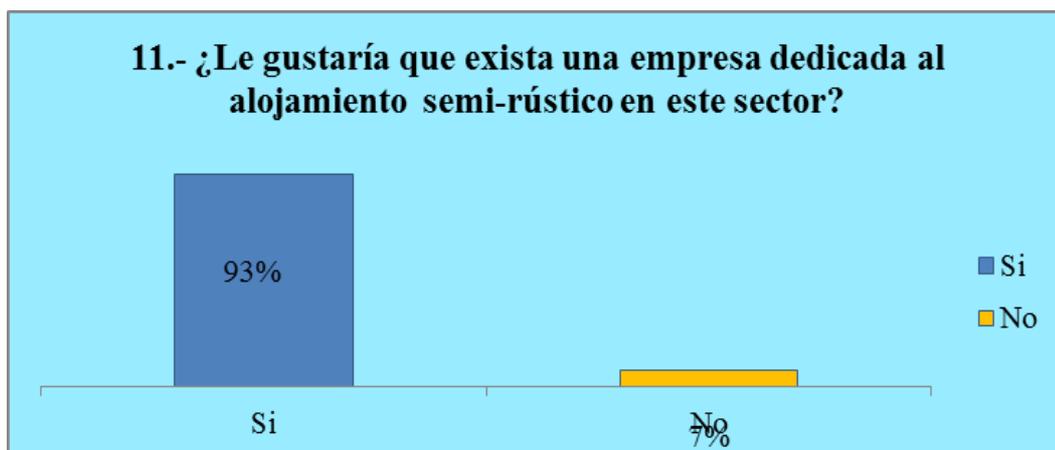
11.- ¿Le gustaría que exista una empresa dedicada al alojamiento semi-rústico en este sector?

CUADRO # 31 Existencia

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	125	93%	93%
No	9	7%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 31 Existencia



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si los encuestados le gustaría que exista una empresa de alojamiento semi-rústico.

De esta forma se determinó que el 93% de los encuestados si le gustaría que exista una empresa dedicada a este servicio, mientras que un 3% respondió que no.

De esta manera se deduce que en su mayoría quisieran que esta empresa sea creada de proyecto a una realidad.

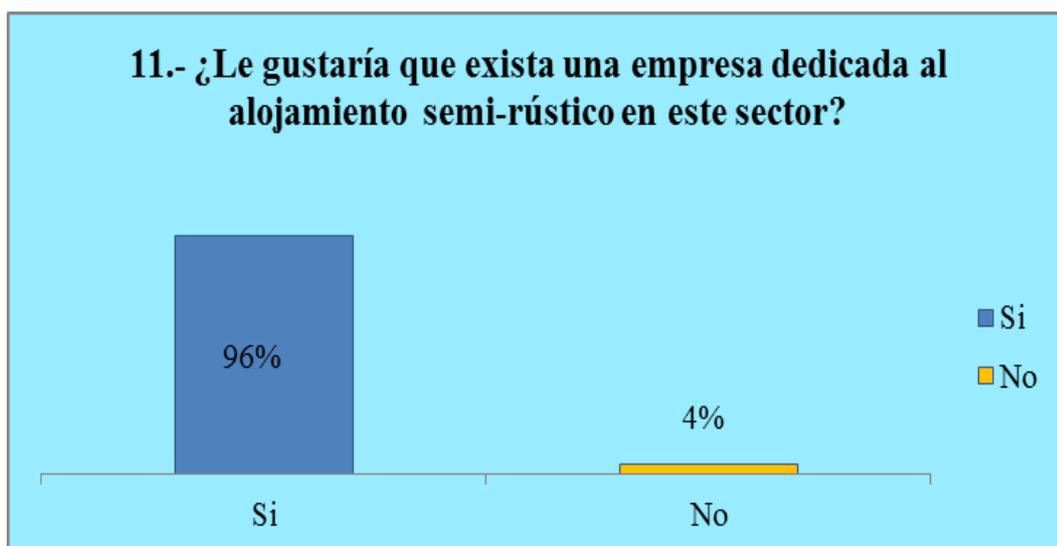
12.- ¿De existir esta empresa usted estaría dispuesto a alojarse en ella?

CUADRO # 32 Alojamiento

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	120	96%	96%
No	5	4%	100%
	125	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 32 Alojamiento



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre si los encuestados de existir esta empresa de alojamiento asistirían a ella.

Donde el 96% de los encuestados respondieron que sí, mientras que el 4% respondieron que no, cabe recalcar que estos valores son de aquellos que respondieron si él la pregunta anterior

Por los resultados se define que la mayoría de los encuestados asistirían a la empresa de alojamiento.

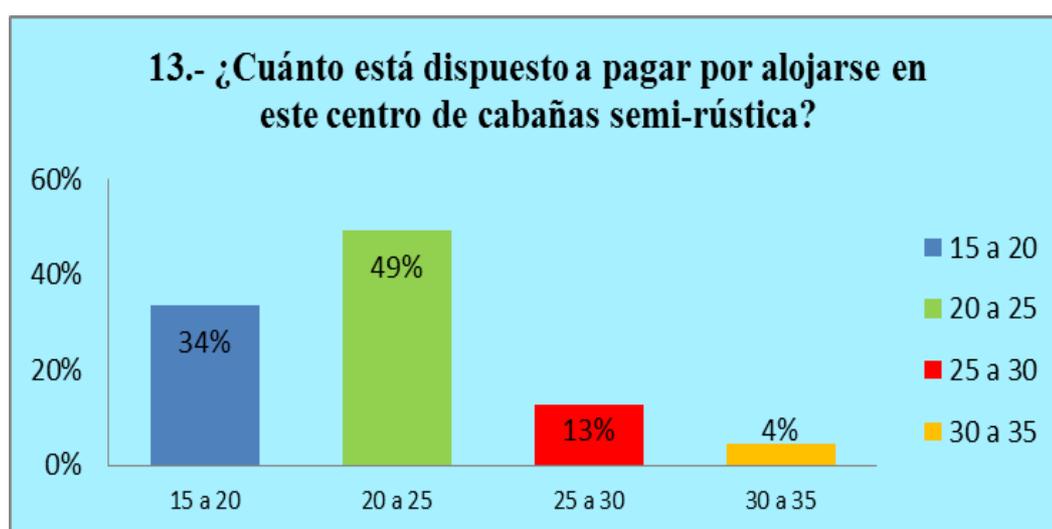
13.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por alojarse en este centro de cabañas semi-rústica?

CUADRO # 33 Disposición a pagar

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
30 a 35	45	34%	34%
40 a 50	66	49%	83%
55 a 65	17	13%	96%
70 a 80	6	4%	100%
	134	100%	

Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

GRÁFICO # 33 Disposición a pagar



Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira

La pregunta ayudará a obtener datos sobre la disponibilidad de pago por los encuestados para este centro de alojamiento.

Dentro de los cuales se dio que un 34% del total disponen de 30 a 35 dólares por día, el 49% de 40 a 50 dólares, el 13% de 55 a 65 y el 4% de 70 a 80 dólares.

Deduciendo de esta manera que la disponibilidad a pagar por el alojamiento se encuentra entre 40 y 50 dólares.

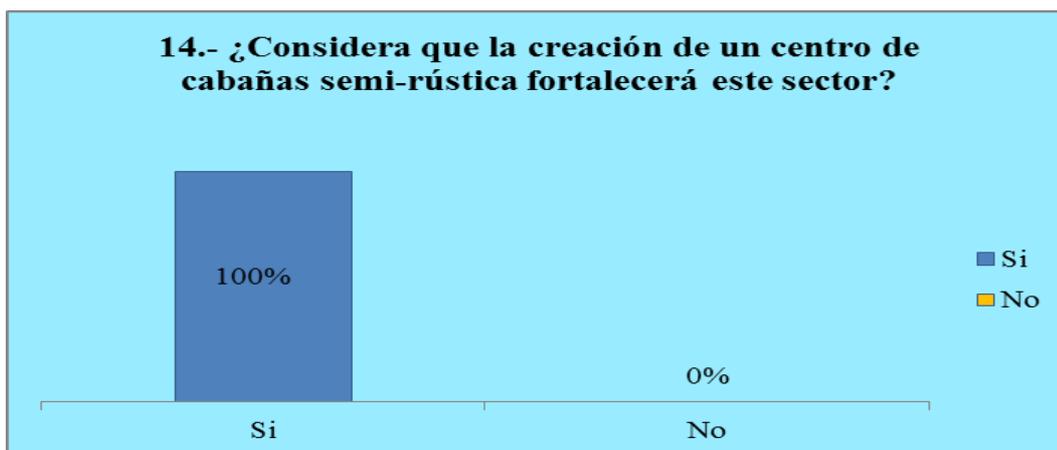
14.- ¿Considera que la creación de un centro de cabañas semi-rústica fortalecerá este sector?

CUADRO # 34 Fortalecimiento del sector

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	134	100%	100%
No	0	0%	100%
	134	100%	

*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

GRÁFICO # 34 Fortalecimiento del sector



*Fuente: Instrumento de investigación
Elaborado por: Roberto Macías Neira*

La pregunta ayudará a obtener datos sobre los encuestados consideran que la creación de un centro de cabañas semi-rústicas fortalecerá este sector.

Los encuestados en su totalidad respondieron que si dejando a la opción no sin ninguna elección.

La respuesta es evidente además acotaron que la creación de empresas ayudara que este sector sea vistoso y que muchos acudan para encontrarse con la naturaleza

4.4.7. Conclusiones.

- ✚ Los encuestados están de acuerdo con la creación de nuevos centros de alojamiento en Punta Carnero dentro de la provincia de Santa Elena.
- ✚ La creación de una nueva empresa es bien acogida por las personas que fueron encuestadas en el presente estudio, la mayoría de ellos estuvieron de acuerdo con la creación de esta.
- ✚ Si se implementa o si se crea una empresa de cabañas semi-rústicas dentro de la provincia de Santa Elena, las personas estarían dispuestas a asistir a este centro.
- ✚ Las personas están dispuestas a cancelar un precio módico por acceder a estos servicios.

4.4.8. Recomendaciones.

- ✚ Los centros de cabañas semi-rusticas VISTALMAR tendrá la acogida necesaria debido a que por medio de las encuesta se da a conocer que es un lugar llamativo para quienes desean este tipo de servicios.
- ✚ La creación de nuevos centros de cabaña seria apropiada para el desarrollo del sector.
- ✚ El precio debe ser accesible para que las personas tengan la plena predisposición a pagar por acceder a estos servicios.

4.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

De las 134 personas encuestadas, 125 respondieron que sería una muy buena idea la creación de nuevos deportes y de estas 120 están de acuerdo con la creación de una empresa que realice este tipo de actividad.

Para realizar el cálculo de la demanda efectiva tomamos en cuenta las preguntas 11 y 12 realizadas en la encuesta de los cuales obtuvimos:

Pregunta 11 ¿Le gustaría que exista una empresa dedicada al alojamiento semi-rústico en este sector?

GRÁFICO 35 # Análisis Pregunta 11

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	96%
NO	5	4%
TOTAL	125	100%

*Fuente: Pregunta 11
Elaboracion: Roberto Macías Neira*

Pregunta 12 ¿De existir esta empresa usted estaría dispuesto a alojarse en ella?

GRÁFICO # 36 Análisis Pregunta 12

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	125	93%
NO	9	7%
TOTAL	134	100%

*Fuente: Pregunta 12
Elaboracion: Roberto Macías Neira*

Para el cálculo de la demanda efectiva tomamos en cuenta la población desde los 18 años en adelante que comprende nuestro mercado objetivo, del cual nos ayudamos del INEC, tomando en cuenta los valores positivos de las preguntas 11 y 12 realizadas en las encuesta, proyectándonos a una tercera parte de nuestra población objetivo, en este caso el 40% de la misma, con un 2% de crecimiento poblacional.

4.6. ESTRATEGIA DE MERCADEO.

Para el proceso del mercadeo realizaremos el método de marketing mix, donde se ejecutaran los siguientes aspectos:

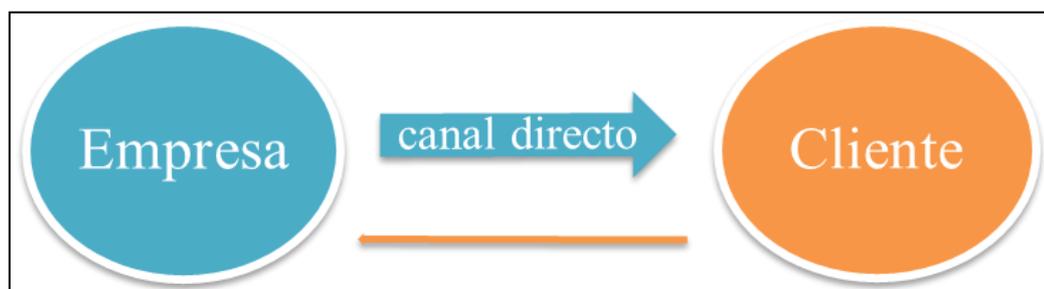
4.6.1. Precio.

Según la encuesta realizada el precio que se define es de 40 a 50 dólares por el alojamiento en nuestra empresa por día esto solo incluye el desayuno que se le considera como cortesía de la empresa, la empresa según su estudio financiero ha establecido el precio de \$40 dólares por cabañas personales de 3 y de \$48 dólares para las familiares para que esté al alcance de cada visitante que preste nuestros servicios este valor se tomó en consideración a los precios de la competencia.

4.6.2. Plaza.

El mercado turístico es amplio y por lo general quienes visitan nuestras playas lo realizan de una forma espontánea es decir muy pocos contratan a una operadora turística para que estas los conduzcan dentro de la provincia, por lo cual se define que la conexión entre el cliente y nuestra empresa es directa. Para la respectiva prestación del servicio, se mantendrá una relación y comunicación vertical con el cliente el local en donde se mostrarán todos los diferentes servicios que se les puede proporcionar.

GRÁFICO # 37 Plaza



*Fuente:Plaza
Elaboracion: Roberto Macías Neira*

4.6.3. Zona.

La ubicación del centro de cabañas está en Punta Carnero Sector Mar Bravo (Salinas) esta parte de la provincia de Santa Elena es concurrida por muchos turistas que consideran esta zona como parte exótica de la provincia debido a que es un lugar de esparcimiento y relajación, a pesar de las condiciones naturales de esta playa la gente toma muy en cuenta sus hermosa caída de sol y muchos ven de este lugar un lugar cálido y romántico.

4.6.4. Comercialización.

Será el propio empresario el que actúe como comercial de ventas brindando el servicio hacia los clientes potenciales, que serán: a todo quien se acerque a las instalaciones por razones de consulta, a los turistas, habitantes, operadoras de turismo.

Para aquello se necesitara de una publicidad exhaustiva mediante los siguientes medios:

CUADRO # 37 Publicidad

Televisión	Brisa TV ESPOL TV
Radio	La voz de la Península Radio amor
Publicidad indirecta	Volantes Carteles

*Fuente: Publicidad
Elaboración: Roberto Macías Neira*

4.7. ESTUDIO TÉCNICO.

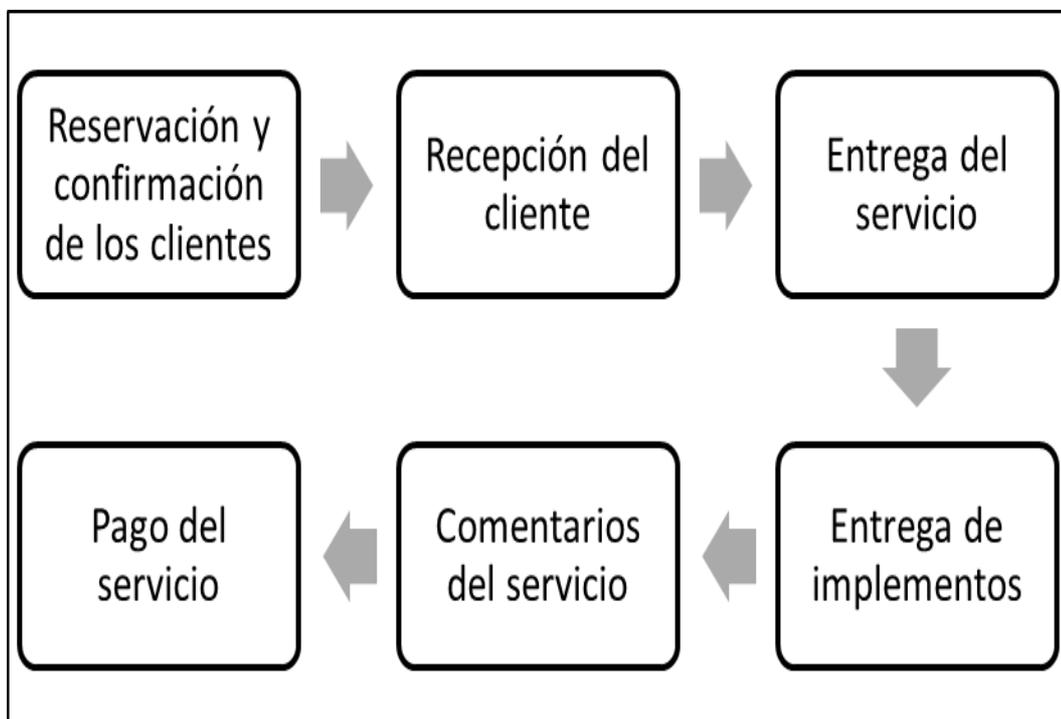
4.7.1. Tamaño de planta seleccionado.

El centro de cabañas semi-rústicos “VISTALMAR” será construida dentro de la empresa “CORPAQUAR S.A.” en la parte frontal de dicha empresa, el cual tendrá dimensiones de 41 metros de largo por 30 metros de ancho, donde estarán construidas las habitaciones.

4.7.2. Núcleo De Operaciones

Para la ejecución del servicio se tomará la previa reservación del cliente tanto física como personal y se procederá a seguir el patrón de servicio como se muestra en el cuadro a continuación.

GRÁFICO # 38 Operaciones y servicios



Fuente: Operaciones y servicios
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.7.3. Instalaciones físicas.

En las cabañas, las tres cuartas partes de las paredes serán construidas de piedra base y la otra parte construida de caña tratada para el confort de cada uno de sus visitantes, además de esto el techo será de eternit y recubierto de cadí lo cual al igual que los demás materiales serán tratadas.

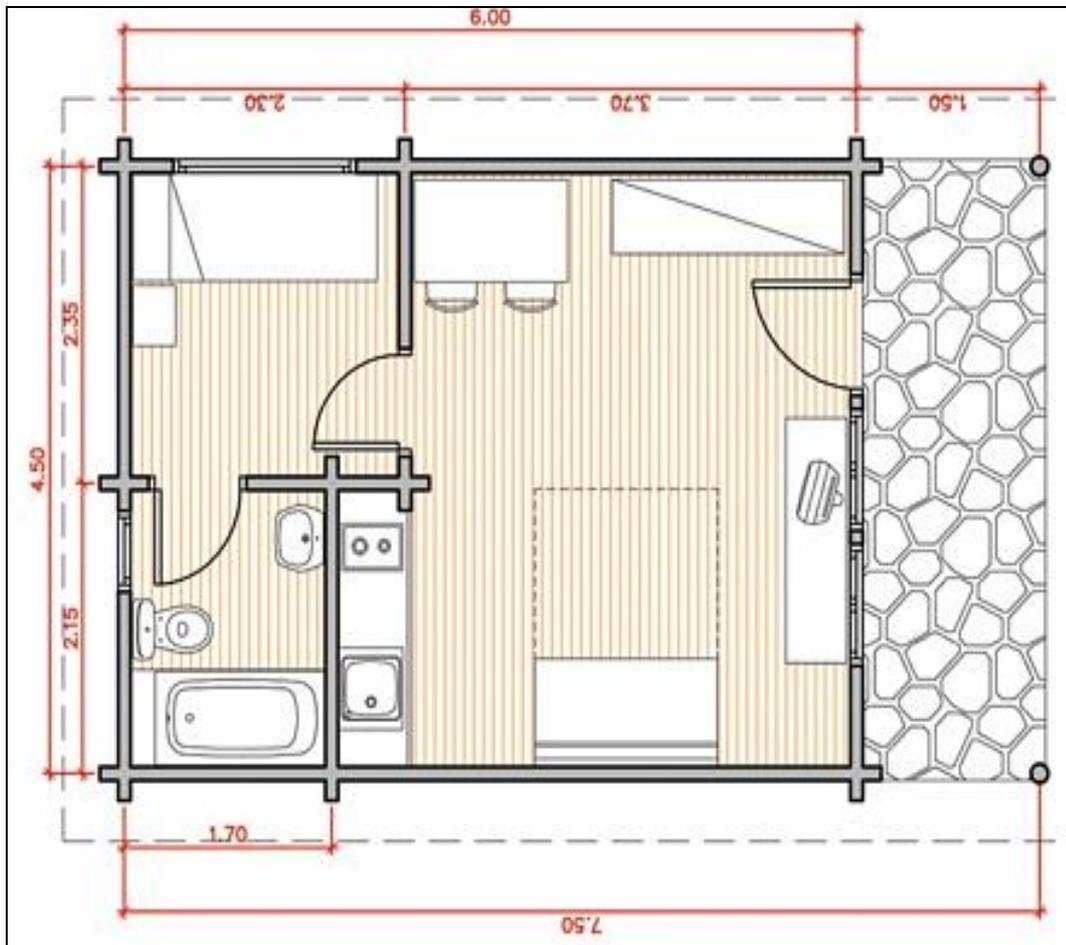
GRÁFICO # 39 Instalaciones Físicas



*Fuente: Photoshop
Elaboración: Roberto Macías Neira*

En el centro de cabañas semi-rústicas “VISTALMAR”, cada cabaña tiene medidas de 7.5 metros de largo por 4.5 metros de ancho y una altura de 3 1/2 metros. Tendrá dos habitaciones y un baño. Cada una contará con un baño propio de 1.70 metros por 2.15 metros de largo. El techo de cada cabaña estará constituido por cadí y eternit.

GRÁFICO # 40 Diseño de cabaña



Fuente: Plano de la cabaña
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.

El plan financiero que forma parte de un proyecto de inversión calcula basándose en varios indicadores que determinan la viabilidad de dicho proyecto, utilizando herramientas que calculan los resultados de que conjuntamente proporcionan la información para la toma de decisiones.

En los estados de resultados se determinarán ciertas cifras que permitirán al investigador cumplir con las expectativas para las decisiones que establecen la viabilidad o la inconsistencia del mismo proyecto, mostrándose a la vez mediante los flujos la percepción de los ingresos frente a las proyecciones de los mismos.

Además que a través de los indicadores como la tasa interna de retorno o el periodo de recuperación de capital permiten tomar decisiones que competan y comprometan a la ejecución y sostenimiento del proyecto, para que la inversión sea correspondiente a las alternativas que se podrían presentar mediante el análisis de las variables.

4.8.1. Plan de inversiones.

4.8.2. Inversión fija tangible.

El centro turístico “VISTALMAR” contará con varios activos fijos para la ejecución de sus actividades administrativas y complementarias. Los activos fijos que se encuentran dentro de la empresa están constituidos por equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina y equipos de limpieza.

A continuación se detalla la inversión fija:

El valor de la infraestructura será de 35.700 dólares en la cual estarán distribuidas seis cabañas y un área administrativa, la oficina tendrá la misma área que una cabaña. A continuación se detallan los rubros:

CUADRO # 38 Infraestructura

Departamento	Descripción	Costo original (dólares)	Depreciación mensual (dólares)	Meses de vida
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Oficina y recepción	\$ 5.400	\$ 23	18
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Cabaña Rústica Familiar x 3	\$14.100	\$ 20	18
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Cabaña para Grupo de 3 Personas x 3	\$16.200	\$ 23	18

*Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira*

Equipo de oficina: Tanto en los departamentos administrativos como dentro de las cabañas la suma de los equipos están valorado en 4.625 dólares los cuales se detallan a continuación:

CUADRO # 39 Equipos de oficina.

Departamento	Descripción	Costo original (dólares)	Depreciación mensual (dólares)	Meses de vida
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Archivador	520	9	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Extintor	65	1	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Dispensador de agua	75	1	19
ADMINISTRATIVO	Cesto de basura	26	0	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Kit Dvr 8 Canales 500gb H.264 8 Cámaras Ir Monitoreo Web 3g	450	8	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Estanterías Metálicas Regulables Bodega	65	1	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Caja registradora	350	6	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Teléfono ejecutivo KIT X 2	80	1	19
MANT. Y LIMP.	Archivador	520	9	19
MANT. Y LIMP.	Cesto de basura	26	0	19
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Lavadora Lg 35 Libras Turbo Drum Wfs-1632ek	1.038	9	19
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Aspiradora Industrial Polvo, Súper Power Turbina x 2	960	8	19
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Plancha De Vapor Industrial Silverstar x 2	200	2	18
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Estanterías Metálicas Regulables Bodega	100	2	19
MANT. Y LIMP.	Teléfono ejecutivo KIT X 2	150	3	19

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

Muebles de oficina: rubros valorados en 660 dólares se detallan a continuación:

CUADRO # 40 Muebles de oficina

Departamento	Descripción	Costo original (dólares)	Depreciación mensual (dólares)	Meses de vida
ADM. Y VENTAS	Escritorios x 3	450	3	19
MANT. Y LIMP.	Juego de sillas x 6	120	2	18
MANTENIMIENTO	Silla ejecutiva	90	2	18

Fuente: Análisis Financiero

Elaboración: Roberto Macías Neira

Muebles y enseres: Para la parte interior de las cabañas el decorado interior tendrá un rubro de 6.674 dólares que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO # 41 Muebles y enseres

Departamento	Descripción	Costo original (dólares)	Depreciación mensual (dólares)	Meses de vida
MANT. Y LIMP.	Camas de dos plazas x 3	360	2	18
MANT. Y LIMP.	Camas de plaza y media x 3	180	2	18
MANT. Y LIMP.	Literas de plaza y media x 8	1.200	3	18
MANT. Y LIMP.	Veladores x 9	405	1	18
MANT. Y LIMP.	Closef's x 6	540	2	17
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Juego de sábanas de 2 plazas x 12	420	1	17
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Juego de sábanas de plaza y ½ x 12	360	1	17
MANT. Y LIMP.	Cobijillas de 2 plazas x 12	300	0	16
MANT. Y LIMP.	Cobijillas de plaza y 1/2 x 24	480	0	16
MANT. Y LIMP.	Colchones de 2 plazas x 4	480	2	15
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Colchones de plaza y 1/2 x 16	1.440	2	15
MANT. Y LIMP.	Almohadas x 18	216	0	14
MANT. Y LIMP.	Juego de toallas x 20	160	0	14

Fuente: Análisis Financiero

Elaboración: Roberto Macías Neira

Equipo de computación: Para el departamento administrativo se realizara un gasto de 1.676,41 dólares los cuales se desglosan en el siguiente cuadro:

CUADRO # 42 Equipos de computación

Departamento	Descripción	Costo original (dólares)	Depreciación mensual (dólares)	Meses de vida
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Computadora INTEL COREI3	900	25	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Impresora Zebra GK42T 203DPI USB Serial	380	11	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Impresora Zebra GK42T 203DPI USB Serial	350	10	19
ADMINISTRATIVO Y VENTAS	Router wireless DIR-600	46	1	19

Fuente: Análisis Financiero

Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo o también considerado como fondo de maniobra el cual sirve para ser reinvertido en varias actividades las cuales son necesarias para la empresa y que este déficit se presenta como una reinversión para la misma organización y satisfacer necesidades propias.

Para el cálculo del capital de trabajo del centro turístico “VISTALMAR” se ha tomado en consideración los gastos administrativos y los gastos de venta, tomando en consideración también el ingreso percibido por la demanda establecida para los años determinados.

A continuación se detalla el capital de trabajo:

CUADRO # 43 Capital de trabajo

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES (dólares)	PMM	VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL (dólares)
Proveedores (p)	6.264	12	208,80
Pasivo circulante (Pc)			<u>208,80</u>
Materiales (m)	6.264	12	208,80
Productos en fabricación (f)	0	2	0,00
Productos terminados (v)	0	4	0,00
Clientes (c)	105.600	12	3.520,00
Activo circulante (Ac)			<u>3.728,80</u>
		AC	3.728,80
		GARANTIA	20,88
		PC	208,80
		FM CT PREVISTO	3.540,88
		CAPITAL DE TRABAJO	\$ 42.490,56

Fuente: Análisis Financiero
 Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8.4. Resumen inversión inicial.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Para proceder al cálculo de la inversión inicial se pondrán a conocer las necesidades de financiación externa para completar los recursos propios.

La inversión inicial se puede clasificar en dos conceptos claramente diferenciados, por un lado la inversión destinada a la adquisición de activos fijos (activos no corrientes) y alta de suministros necesarios para el inicio de la actividad y, por otro, la liquidez necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros (activos corrientes).

La inversión inicial está constituida por distintos indicadores como el costo total de activos fijos que se establecen para el área de administración como para el área de servicios de la empresa. A continuación se detallan los siguientes datos:

CUADRO # 44 Resumen Inversión Inicial

RUBROS DE INVERSIÓN	VALOR (dólares)
Equipos de computación	1.676
Muebles y Enseres	6.674
Muebles de Oficina	660
Equipos de oficina	4.625
INFRAESTRUCTURA	35.700
CAPITAL DE TRABAJO	42.490,56
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 91.826

*Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira*

4.8.5. Plan de financiamiento.

Los programas de financiamiento son una de las alternativas para el inversionista para poder realizar sus actividades, fomentando de esta manera la actividad micro-empresarial en busca del desarrollo productivo y que aporte en el cambio de la matriz productiva.

La inversión que se realizará para el centro de cabañas semi-rusticas “VISTALMAR” estará conformada de un 40% financiada por los accionistas y un 60% que será adquirida por un préstamo hipotecario.

CUADRO # 45 Fuentes de Financiamiento.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO (dólares)	
Socios 40%	42.730
Préstamo 60%	64.096
Total Inversión	\$ 106.826

*Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira*

4.8.6. Amortización de la deuda.

En el plan de amortización de la deuda se establecen los importes y plazos en los que se va a ir cancelando una deuda. Es fundamental establecer una estrategia o plan para recuperar la inversión.

La deuda estará amortizada por un periodo de 15 años que dura el proyecto con una tasa de interés del 12% anual. La amortización anual tendrá un valor de 4.273 dólares los mismos que irán disminuyendo el valor del préstamo durante los años consecutivos.

A continuación se detallan el periodo de pagos:

CUADRO # 46 Amortización Préstamo Bancario

PRÉSTAMO HIPOTECARIO				
PERÍODO	DIVIDENDOS (dólares)	INTERES (dólares)	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL (dólares)	SALDO FINAL (dólares)
				64.096
2014	11.965	7.691	4.273	59.823
2015	11.452	7.179	4.273	55.550

2016	10.939	6.666	4.273	51.276
2017	10.426	6.153	4.273	47.003
2018	9.913	5.640	4.273	42.730
2019	9.401	5.128	4.273	38.457
2020	8.888	4.615	4.273	34.184
2021	8.375	4.102	4.273	29.911
2022	7.862	3.589	4.273	25.638
2023	7.350	3.077	4.273	21.365
2024	6.837	2.564	4.273	17.092
2025	6.324	2.051	4.273	12.819
2026	5.811	1.538	4.273	8.546
2027	5.299	1.026	4.273	4.273
2028	4.786	513	4.273	0

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8.7. Proyección de ventas.

Una proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están a la alza o a la baja. Las pequeñas empresas utilizan varias inversiones para determinar las proyecciones de ventas. La iniciativa por lo general comienza en el departamento de ventas. Hay ciertas ventajas inherentes cuando se calcula y utilizan las proyecciones de ventas.

El centro turístico “La cabaña” estima las ventas en cuanto al alquiler de dos tipos de cabaña; la cabaña 1 que es de tipo...

Las ventas para el primer año están estimadas en un valor de \$105.600; con una tasa de crecimiento del 4% anual, y una tasa inflacionaria del 5%, obteniendo como resultado para el segundo año ventas de \$115.315.

CUADRO # 47 Proyección de Ventas (Dólares)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
VENTAS CABAÑA 1	48.000	52.416	57.238	62.504	68.255	74.534	81.391	88.879	97.056	105.985	115.736	126.383	138.011	150.708	164.573
VENTAS CABAÑA 2	57.600	62.899	68.686	75.005	81.905	89.441	97.669	106.655	116.467	127.182	138.883	151.660	165.613	180.849	197.487
TOTAL INGRESOS	105.600	115.315	125.924	137.509	150.160	163.975	179.060	195.534	213.523	233.167	254.619	278.044	303.624	331.557	362.060

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8.8. Depreciaciones.

Dentro de las NIC se manifiesta que es decisión de la empresa la fijación de la vida útil de los recursos que posee la misma, por esta razón dentro del estudio de factibilidad se a tomado varios porcentajes que se consideraron los correspondientes para cada activo.

En el siguiente cuadro se muestra el costo total de los activos fijos, el valor residual y el costo que tendrá que reducirse al año 2014.

CUADRO # 48 Depreciaciones de activos fijos

DEPRECIACIONES (Dólares)				
ACTIVOS FIJOS	COSTO TOTAL (Dólares)	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	AÑO 2014 (Dólares)
Total Inversión Equipos de computación	1.676,41	3	10%	503
Total Inversión Muebles de oficina	660	5	10%	119
Total Inversión Equipos de oficina	4.625	5	10%	833
Total Inversión Muebles y enseres	6.674	5	10%	1.201
Total Inversión Infraestructura	35.700	20	5%	1.696
TOTAL ANUAL				4.351

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.8.9. Rol de pagos.

Documento contable, de carácter interno, en el que se registran los valores que constituyen ingresos y deducciones para el trabajador por concepto de remuneraciones. Para la empresa estos rubros representan gastos o costos según sea el caso, obligaciones con los trabajadores y con terceros. Estos valores deberán ser entregados por lo general en forma mensual al trabajador, en pago por sus servicios prestados dentro de la institución.

CUADRO # 49 Depreciaciones de activos fijos

ROL DE PAGOS (DÓLARES)														
#	CARGO	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES								
		SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVID.	TOTAL A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL	
1	Gerente administrativo	750,00	9.000,00	70,13	8.929,88	62,50	26,50	31,25	62,50	91,13	273,88	1.023,88	12.286,50	
	Seguridad	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	
1	Secretaria recepcionista	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	7.499,10	
1	Jefe depto. Administrativo financiero	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00	
	Total administrativo y ventas	2.050,00	20.750,00	508,95	20.591,05	491,67	429,50	420,83	491,67	556,55	990,22	2.690,22	15.796,10	
1	Jefe de mantenimiento y limpieza	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	7.499,10	
1	Cocina	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	26,50	14,58	29,17	42,53	141,94	491,94	5.903,30	
	Total mantenimiento y limpieza	800,00	9.600,00	74,80	9.525,20	66,67	53,00	33,33	66,67	97,20	316,87	1.116,87	13.402,40	
4	TOTAL GENERAL	2.850,00	30.350,00	583,75	30.116,25	558,33	482,50	454,17	558,33	653,75	1.307,08	3.807,08	29.198,50	

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.

4.9.1. Estados financieros proyectados.

4.9.2. Estado de pérdidas y ganancias.

Como está estipulado en la (NIC 1), de las Normas Internacionales de Contabilidad 1 en donde se indica la manera en la que los ingresos y egresos se deben presentar para que estas a su vez sean analizadas, actividades a realizar:

-  Ingresos de actividades ordinarias.
-  Costos financieros.
-  Gasto por impuestos.

Teniendo en consideración los resultados obtenidos se muestran los ingresos, lo distintos costos tanto como operativos como de administración y de ventas correspondientemente, además de esto se establecen los gastos de constitución los cuales son expuestos en el primer años, el 15% de participación de los trabajadores y el impuesto a la renta del 22% estimado en los siguientes periodos.

En el primer año se obtendrán como ingresos totales la cantidad de \$105.600, costos operativos totales \$57.856 la utilidad neta es de \$31.645. En la venta y sus proyecciones la tasa de inflación considerada es de un 5% en el precio y un 4% para la tasa de crecimiento de la demanda. Con los indicadores antes mencionados se estima que en el quinto año las ventas ascenderán a \$150.160 y se obtendrá como utilidad neta de \$54.220.

Los ingresos muestran que a partir del tercer año permitirán que el centro turístico “VISTALMAR” presente un nivel de liquidez aceptable, capaz de cubrir en su totalidad endeudamiento del préstamo bancario. A continuación se muestra el estado de resultado proyectado para los próximos 5 años:

CUADRO # 50 Estado de Resultados.

ESTADO DE RESULTADOS (EXPRESADO EN DÓLARES)															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
VENTAS CABAÑA 1	48.000	52.416	57.238	62.504	68.255	74.534	81.391	88.879	97.056	105.985	115.736	126.383	138.011	150.708	164.573
VENTAS CABAÑA 2	57.600	62.899	68.686	75.005	81.905	89.441	97.669	106.655	116.467	127.182	138.883	151.660	165.613	180.849	197.487
TOTAL INGRESOS	105.600	115.315	125.924	137.509	150.160	163.975	179.060	195.534	213.523	233.167	254.619	278.044	303.624	331.557	362.060
COSTO VARIABLES															
COSTOS VARIALES OPERATIVOS	10.560	11.532	12.592	13.751	15.016	16.397	17.906	19.553	21.352	23.317	25.462	27.804	30.362	33.156	36.206
MANO DE OBRA	13.402	14.073	14.776	15.515	16.291	17.105	17.960	18.859	19.801	20.792	21.831	22.923	24.069	25.272	26.536
Gastos Administrativos	19.960	20.958	22.006	23.106	24.262	25.475	26.748	28.086	29.490	30.965	32.513	34.139	35.845	37.638	39.520
Gastos de Ventas	1.980	2.079	2.183	2.292	2.407	2.527	2.653	2.786	2.925	3.072	3.225	3.386	3.556	3.734	3.920
Gastos de Intereses	7.691	7.179	6.666	6.153	5.640	5.128	4.615	4.102	3.589	3.077	2.564	2.051	1.538	1.026	513
Depreciación Equipos de computación	503	503	503	1.006	1.006	1.006	1.509	1.509	1.509	2.012	2.012	2.012	2.515	2.515	2.515
Depreciación Equipos de oficina	833	833	833	833	833	1.665	1.665	1.665	1.665	1.665	2.498	2.498	2.498	2.498	2.498
Depreciación Muebles y Enseres	1.201	1.201	1.201	1.201	1.201	2.403	2.403	2.403	2.403	2.403	3.604	3.604	3.604	3.604	3.604
Depreciación Muebles de Oficina	119	119	119	119	119	238	238	238	238	238	356	356	356	356	356
Depreciación Infraestructura	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607	1.607
TOTAL COSTO OPERATIVOS	57.856	60.082	62.486	65.582	68.380	73.550	77.304	80.806	84.579	89.145	95.671	100.379	105.950	111.404	117.273
UTILIDAD OPERATIVA	47.744	55.233	63.439	71.927	81.780	90.425	101.757	114.728	128.944	144.023	158.948	177.664	197.674	220.153	244.787
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	7.162	8.285	9.516	10.789	12.267	13.564	15.264	17.209	19.342	21.603	23.842	26.650	29.651	33.023	36.718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	40.582	46.948	53.923	61.138	69.513	76.861	86.493	97.518	109.602	122.419	135.106	151.015	168.023	187.130	208.069
22% IMPUESTO RENTA	8.928	10.329	11.863	13.450	15.293	16.909	19.029	21.454	24.113	26.932	29.723	33.223	36.965	41.169	45.775
UTILIDAD NETA	31.654	36.620	42.060	47.687	54.220	59.952	67.465	76.064	85.490	95.487	105.382	117.792	131.058	145.962	162.294

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.9.3. Balance general.

En lo que corresponde al balance general proyectado se establecen las diversas inversiones que se estimaron para la adquisición de los activos fijos, además se establecen las distintas cuentas a pagar como son las deudas de largo plazo las cuales se deben cancelar a la entidad prestamista en una amortización que tiene de 15 años.

CUADRO # 51 Balance General

BALANCE GENERAL (EXPRESADO EN DÓLARES)																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Activos		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Efectivo	42.491	74.134	110.743	152.791	200.971	255.683	318.279	388.891	468.103	556.740	655.878	767.063	890.658	1.028.022	1.180.289	1.348.889
Activos fijos																
Equip. de comp.	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676	1.676
Dep.equipo comp.		503	1.006	1.509	2.515	3.520	4.526	6.035	7.544	9.053	11.064	13.076	15.088	17.602	20.117	22.632
Inversión terreno	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Equipos de ofc.	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625	4.625
Dep.equipo oficina		833	1.665	2.498	3.330	4.163	5.828	7.493	9.158	10.823	12.488	14.985	17.483	19.980	22.478	24.975
Muebles y Ens.	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674	6.674
Dep. muebles y ens.		1.201	2.403	3.604	4.805	6.007	8.409	10.812	13.215	15.617	18.020	21.624	25.228	28.832	32.436	36.040
Muebles de Oficina	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660
Dep. muebles de ofi.		119	238	356	475	594	832	1.069	1.307	1.544	1.782	2.138	2.495	2.851	3.208	3.564
Infraestructura	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700	35.700
Dep. Infraestructura		1.607	3.213	4.820	6.426	8.033	9.639	11.246	12.852	14.459	16.065	17.672	19.278	20.885	22.491	24.098
Total activos	106.826	134.207	166.554	204.341	247.755	297.702	353.381	416.572	488.364	569.581	660.795	761.904	875.422	1.002.207	1.143.896	1.301.916
Pasivos																
Préstamo bancario	64.096	59.823	55.550	51.276	47.003	42.730	38.457	34.184	29.911	25.638	21.365	17.092	12.819	8.546	4.273	0
Patrimonio																
Capital social	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730	42.730
Utilidad del ejercicio		31.654	68.274	110.334	158.021	212.241	272.193	339.658	415.722	501.212	596.699	702.081	819.873	950.931	1.096.892	1.259.186
Total pasivo y capital	106.826	134.207	166.554	204.341	247.755	297.702	353.381	416.572	488.364	569.581	660.795	761.904	875.422	1.002.207	1.143.896	1.301.916

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.9.4. Flujo de efectivo proyectado.

Dentro de los parámetros establecidos por las normas internacionales de contabilidad define en la NIC 7 que al igual que los demás documentos de contabilidad el flujo de efectivo tiene su forma de presentación, en donde nos dice que el flujo de flujo de efectivo permite identificar y evaluar los diferentes cambios y su estructura de los activos netos de una empresa, para ser de esta manera analizados y determinar las oportunidades que se presenten entorno a la empresa.

El flujo de efectivo nos permite tener la visualización de la capacidad que posee la empresa para generar efectivo y como esta puede equipararlos para realizar diferentes operaciones, presenta la relatividad entre los años en que se proyecte. A continuación se presenta el flujo de caja proyectado para el centro turístico “VISTALMAR”

CUADRO # 52 Flujo Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO (EXPRESADO EN DÓLARES)																
Ingresos netos		105.600	115.315	125.924	137.509	150.160	163.975	179.060	195.534	213.523	233.167	254.619	278.044	303.624	331.557	362.060
Costos operativo		53.594	55.820	58.223	60.817	63.615	66.632	69.883	73.386	77.159	81.221	85.595	90.303	95.371	100.825	106.695
Pago de participación trabajadores		7.162	8.285	9.516	10.789	12.267	13.564	15.264	17.209	19.342	21.603	23.842	26.650	29.651	33.023	36.718
Pago de préstamo		4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273	4.273
Pago de impuesto		8.928	10.329	11.863	13.450	15.293	16.909	19.029	21.454	24.113	26.932	29.723	33.223	36.965	41.169	45.775
Cash flow		31.643	36.609	42.049	48.179	54.712	62.596	70.612	79.212	88.637	99.137	111.185	123.595	137.364	152.268	168.600

Fuente: Análisis Financiero

Elaboración: Roberto Macías Neira

4.9.5. Recuperación de la inversión.

Considerando los flujos de caja anuales, el centro turístico “VISTALMAR” recuperará la inversión en un periodo de 3 años.

CUADRO # 53 Recuperación de la inversión

CASH FREE (EXPRESADO EN DÓLARES)																
Inversión Equipos de computación	-1.676	0	0	-1.676	0	0	-1.676	0	0	-1.676	0	0	-1.676	0	0	0
Inversión Equipos de oficina	-4.625	0	0	0	0	-4.625	0	0	0	0	-4.625	0	0	0	0	0
Inversión Muebles y Enseres	-6.674	0	0	0	0	-6.674	0	0	0	0	-6.674	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-660	0	0	0	0	-660	0	0	0	0	-660	0	0	0	0	0
Inversión Terrenos	-15.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-35.700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-42.491	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recup. Equipos de comp.		0	0	168	0	0	168	0	0	168	0	0	168	0	0	168
Recuperación Equipos de oficina		0	0	0	0	463	0	0	0	0	463	0	0	0	0	463
Recuperación Maquinarias y herramientas		0	0	0	0	667	0	0	0	0	667	0	0	0	0	667
Recup. Muebles. de Ofic.		0	0	0	0	66	0	0	0	0	66	0	0	0	0	66
Recup. Cap. de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42.491
FLUJO DE INVERSIÓN	-106.826	31.643	36.609	40.540	48.179	43.949	61.088	70.612	79.212	87.129	88.374	111.185	122.086	137.364	152.268	212.454
		-75.183	-38.574	1.966												

Fuente: Análisis Financiero

Elaboración: Roberto Macías Neira

4.10. INDICADORES DE RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN.

4.10.1. Tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno o también definida como TIR es aquel valor porcentual que se encarga de dar eficacia a los flujos proyectados que serán traídos al presente, demás que se puede estimar como promedio de rentabilidad.

Además esta misma tasa nos concederá la estimación de porcentajes de ganancia que existirá una vez recuperada la inversión establecida en el proyecto.

El centro turístico “VISTALMAR” cuenta con una inversión inicial total de \$106.826, el cual luego de un total de 15 periodos se lograra una tasa interna de retorno del 42%, dicho valor está por encima del 12% establecido, lo que nos permite establecer que dicho proyecto es rentable en el mercado.

CUADRO # 54 Tasa interna de retorno

TIR	42%
------------	------------

*Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira*

4.10.2. Valor presente neto.

El VAN o valor actual neto se puede considerar como los flujos anuales proyectados traídos al presente, o el valor real de dinero que la empresa percibirá en un determinado tiempo establecido con anterioridad y cuanto esto puede afectar en la rentabilidad y toma de decisiones de la empresa, sirve a demás como un indicador de error del proyecto.

El centro turístico “VISTALMAR” según los resultados obtenidos en los estados presentados como los flujos proyectados y los demás estados se presenta un total de \$ 354.530,78 como se indica en el cuadro anexado.

CUADRO # 55 Valor presente neto

VAN	\$ 354.530,78
------------	----------------------

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.10.3. Análisis de sensibilidad.

Para el cálculo del escenario optimista se ha tomado en consideración un incremento en el precio de \$40 a \$45 para la cabaña 1 y de \$48 a \$50 con la misma demanda establecida. Obteniendo un VAN de \$406.703,01 y una tasa interna de retorno del 45%, además se recupera la inversión igualmente a los 3 años. Para el cálculo del escenario pesimista, se ha tomado en consideración una baja en la demanda de un 10% y una baja de precio de \$40 a \$35 en el alquiler del primer tipo de cabaña y de \$48 a \$45 en el segundo tipo de cabaña. Obteniendo un VAN de \$235.279,98 y una tasa interna de retorno del 34%, además se recuperaría la inversión en un periodo de 4 años.

CUADRO # 56 Escenarios de sensibilidad.

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD (Dólares)						
INDICADORES	ESCENARIOS					
	OPTIMISTA		PESIMISTA		PROBABLE	
	CABAÑA 1	CABAÑA 2	CABAÑA 1	CABAÑA 2	CABAÑA 1	CABAÑA 2
PRECIO	\$45	\$50	\$35	\$45	\$40	\$48
DEMANDA	\$150	\$150	\$135	\$135	\$150	\$150
RESULTADO						
PRECIO						
VAN	\$406.703,01		\$235.279,98		\$354.530,78	
TIR	45%		34%		42%	
PRI	3 AÑOS		4 AÑOS		3 AÑOS	
DEMANDA						
VAN	\$406.703,01		\$257.639,51		\$354.530,78	
TIR	0,45%		0,34%		0,42%	
PRI	3 AÑOS		3 AÑOS		3 AÑOS	

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.10.4. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio sirve para determinar cuál será nuestro valor cero es decir desde que punto empezaremos a generar ganancias desde que punto se generarán pérdidas dentro de la empresa. Se define de la siguiente manera:

CUADRO # 57 Punto de equilibrio.

	Valor
Costos Fijos	53,594
Costos variables unitarios	35,20
Precio de cabañas	88
P.E. cantidad	1.015

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

4.10.1. Fórmula Aplicada.

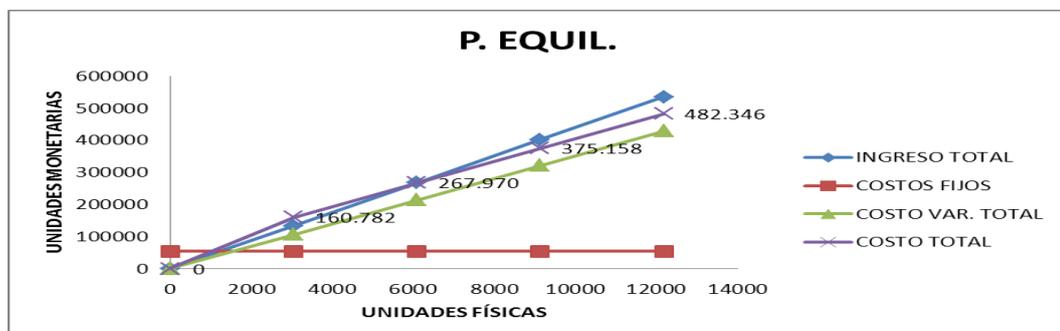
Costos Fijos = \$53594

Costos variables unitarios = $CTV/q \text{ demanda} = 10.560/300 = 35,20$

Precio= 40 cabaña 1 + 48 cabaña 2 = 88

P.E. cantidad= $53594/(88- 35,2) = 1.015 \text{ ventas}$

GRÁFICO # 41 Punto de equilibrio.



Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: Roberto Macías Neira

CONCLUSIONES.

- ✚ Punta Carnero del sector Mar Bravo ubicado en Salinas está en proyecto de desarrollo debido a la implantación de nuevos proyectos los cuales darán lugar a desarrollo de nuevas empresas que se ubicarán en este sector, por lo cual esta ubicación es idónea para la implantación del proyecto de cabañas semi-rústicas.

- ✚ Al concluir con la investigación se deduce cada gusto y preferencia del turista local e internacional, por la rusticidad en los proyectos que se establezcan debido a que esta provincia está en constante crecimiento y punto de encuentro de las estaciones para poder gozar de la diversidad de lugares turísticos de la misma.

- ✚ Según los índices presentados se demuestra que la empresa que se desea crear dentro de los lineamientos antes mencionados se encuentra con muy buenas posibilidades de éxito se concluye que la estructura de la tal es favorable para la inversión en el proyecto.

- ✚ La implementación de las cabañas semi-rústicas según los estudios realizados se convertiría en un ente de producción de servicios y que genere ingresos pensando en una futura reestructuración y crecimiento de la misma para de esta manera integrar y reunir a más turistas y visitantes así también abrir más fuentes de empleo.

- ✚ El proyecto de creación de un centro de cabañas semi-rústicas se encuentra enmarcada en la preservación del medio ambiente y el cuidado de los recursos naturales que posee Punta Carnero, además proporcionará plazas de empleo y contribuirá con el crecimiento del sector.

RECOMENDACIONES.

- ✚ Para la aplicación de este servicio no se debe descartar los costos contemplados para la ejecución del proyecto mucho menos recortar algún indicador debido a que cada información tomada es vital para la ejecución del proyecto.

- ✚ Para el administrador del proyecto de creación de cabañas semi-rústicas conservar las estrategias de calidad que se han estimado para el funcionamiento del proyecto.

- ✚ En un futuro realizar alianzas estratégicas tanto con empresas proveedoras de insumos como empresas que fortalezcan a la organización.

- ✚ Realizar la debida publicidad escatimando costos para el mismo para colocar a la empresa en un marco de reconocimiento a nivel nacional.

- ✚ El estudio constante de las competencias, requerimientos y exigencias de los clientes de la empresa.

- ✚ Realizar diagnósticos de posicionamiento de la empresa, además medir el alcance de la empresa en cuanto a la competencia.

- ✚ Se recomienda a los accionistas la inversión necesaria y el rendimiento de cuentas por parte del administrador general de la empresa para que de esta forma sea un proyecto que en su totalidad sea controlado paulatinamente y que sea un ente referente dentro de la provincia.

BIBLIOGRAFÍA.

- ✚ Alles Martha Alicia (2008), Dirección Estratégica de Recursos Humanos: Gestión por competencias, Ediciones Granica S. A., Segunda Edición, Buenos Aires-Argentina.
- ✚ Barrón D'Aquino Marisa, (2007), Proyecto Y Metodología De La Investigación, Editorial Maipue, Primera Edición, Argentina.
- ✚ Bernal Torres César Augusto (2006), Metodología de la investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales, Pearson Educación, Segunda Edición, México.
- ✚ Delgado Victore Roberto (2007), La dirección integrada de proyectos haciendo uso de las bases de datos en el marco del perfeccionamiento empresarial, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Delgado Victore Roberto (2007), La dirección integrada por proyectos (Project Management) en el marco de la ciencia y la innovación tecnológica, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Baglietto Eduardo (2010), Ingeniería, inversión y desarrollo, ANI - Academia Nacional de Ingeniería, Argentina.
- ✚ Escalona Iván (2009), Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Gómez Marcelo M. (2006), Introducción a la Metodología de la Investigación Científica, Editoriales Brujas, Primera Edición, Córdoba - Argentina.
- ✚ Hansen Bertrand L. (2010), Control de calidad: teoría y aplicaciones, Ediciones Díaz de Santos, España.
- ✚ Hernández Carlos Evaristo (2009), La evaluación de proyectos como un sistema, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Idelfonso Grande Esteban & Abascal Fernández Elena (2009), Fundamentos y Técnicas de Investigación comercial, Esic Editorial, Décima edición, Madrid-España.

- ✚ Lerma González Héctor, (2007), metodología de la investigación, ECOE Ediciones, Tercera Edición, Colombia.
- ✚ Magnazo Cecilia (2007), Estrategias Asociativas para Micro y Pequeñas empresas, Programa AREA, 1ª ed. Buenos Aires: Oficina de la OIT en Argentina.
- ✚ Melgar Callejas José, (2009), La Mega Administración De La Empresa Como Nueva Tendencia Para El Siglo XXI, Editorial CLACSO, Primera Edición, Argentina.
- ✚ Méndez Álvarez Carlos Eduardo (2006), Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en ciencias Empresariales, Editorial Limusa S.A., Caurta Edición, Bogotá - Colombia.
- ✚ Montilla José Alberto (2005), Liderazgo, Red Revista Espacio Abierto, Venezuela.
- ✚ Parra Ramírez Rubén Darío & Toro Jaramillo Iván Darío (2006), Métodos y conocimiento: Metodología de la investigación, Editorial Universidad Eafit, Primera Edición, Venezuela.
- ✚ Pazmiño Cruzatti Iván (2010), Liderazgo, más que una estrategia gerencial, Editeka Ediciones, Ecuador.
- ✚ Petrella Carlos (2009), El secreto de los proyectos exitosos, El Cid Editor, Argentina.
- Ortiz Guerrero Nubia Amparo (2009), La elaboración de los proyectos de investigación, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Ross Sheldon M. (2007), Introducción a la Estadística, Editorial Reveté S. A., Segunda Edición, España.
- ✚ Sánchez Rodolfo (2009), Toma de decisiones, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Sautu Ruth Boniolo (2010), Manual De Metodología: Construcción Del Marco Teórico, Formulación De Los Objetivos Y Elección De La Metodología, Editorial CLACSO, Primera Edición, Argentina.
- ✚ Sosa Flores Miguel (2007), Fundamentos teórico-metodológicos para la evaluación económico-financiera de proyectos de inversión, El Cid Editor, Argentina.

- ✚ Sosa Flores Miguel (2007), Propuesta metodológica para la evaluación del riesgo en proyectos de inversión en tecnologías de información y comunicación, El Cid Editor, Argentina.
- ✚ Velásquez Contreras Andrés (2006), Modelo De Gestión De Operaciones Para Pymes Innovadoras, Red Revista Escuela de Administración de Negocios, Primera Edición, Colombia.
- ✚ Zapata Oscar A. (2006), Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas, México, Editoriales Pax, Primera Edición, México.

ANEXOS

ANEXO# 1

Encuesta dirigida a los turistas, autoridades, habitantes locales y operadoras de turismo de Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), Provincia de Santa Elena.

.....

INSTRUMENTO

OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO PARA LA FASE DE DIAGNÓSTICO

OBJETIVO GENERAL

Recopilar información de turistas, autoridades, habitantes locales y operadoras de turismo de Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), mediante encuestas estructuradas que permitan el análisis de la factibilidad de la creación de un centro de cabañas semi-rústica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.** Conseguir información de los gustos y preferencias de los turistas que visitan Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas).
- 2.** Obtener información de las autoridades del Cantón Salinas para el conocimiento acerca de la problemática del tema en desarrollo.
- 3.** Recabar información de los habitantes locales que permita el análisis de la situación actual de Punta Carnero.
- 4.** Recopilar información de los operadoras de turismo para detectar las falencias este sector turístico.

Instrumento dirigido a los turistas, autoridades, habitantes locales y operadoras de turismo, direccionada a conocer su opinión acerca de la creación de un centro de cabañas semi-rústica en Punta Carnero del sector mar bravo (Salinas).

El objetivo de esta encuesta, es establecer y considerar las diferentes opiniones que tienen las diversas personas encuestadas acerca de la centro de cabañas semi-rústica en Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas),

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una **X** el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

- 5 Totalmente de acuerdo**
- 4 Medianamente de acuerdo**
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- 2 Medianamente de acuerdo**
- 1 Totalmente en desacuerdo**

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

I. Información General

1. Definición del encuestado

Sexo: Hombre Mujer

Turista

Autoridad

Habitante Local

Operadora de turismo

II. Información específica

ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1. ¿Al momento de visitar Mar Bravo lo hace por las bondades que posee la playa Punta Carnero?					
2. ¿En el tiempo de visita a este sector turístico disfruta de las características de estas playas?					
3. ¿Considera satisfactorio el aporte del gobierno dentro del					

desarrollo turístico en este sector?					
4. ¿Su estancia en los distintos lugares de distracción le son de total agrado?					
5.- ¿Considera usted que existen placenteros lugares de esparcimiento dentro del sector?					
6.- ¿Los lugares de disfrute se encuentran con la infraestructura acorde al sector?					
7.- ¿Considera posibilidades de desarrollo en este sector turístico?					
8.- ¿Está de acuerdo con la forma en la que las autoridades de la Provincia de Santa Elena manejan los fondos que poseen para apoyar este sector?					
9.- ¿Cree usted que el aporte al sector turístico esta equitativamente distribuido?					
10.- ¿De las actividades realizadas en este sector se ha visto involucrado en ellas?					
11.- ¿Considera a la implantación de nuevas empresas como fuente de enriquecimiento de un sector?					
12.- ¿La implementación de proyectos innovadores serian un gran aporte al crecimiento de ingresos para este sector?					
13.- ¿Es necesaria la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector?					
14.- ¿Cree usted que a Punta Carnero le faltan centros de esparcimiento familiar y que se enfoquen en la rusticidad?					
15.- ¿Considera que la creación de un centro de cabañas semi-rústica en este sector tendrá acogida para considerarse sustentable y sostenible?					
<p>Expresa, alguna sugerencia sobre el tema:</p> <p>.....</p> <p>.....</p>					

.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)					

Lugar / Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO#2

Encuesta dirigida a los turistas y visitantes de Punta Carnero Del Sector Mar Bravo (Salinas), Provincia de Santa Elena.

INSTRUMENTO

OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO PARA LA FASE DE

IMPLEMENTACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Recopilar información de turistas y visitantes de Punta Carnero del sector Mar Bravo (Salinas), mediante encuestas estructuradas que permitan el análisis de la factibilidad de la creación e implementación de un centro de cabañas semi-rústica.

Preguntas

1.- ¿A qué género pertenece?

Masculino	
Femenino	

2.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

Rango	Marcar
18-29	
30-39	
40-49	
50 en adelante	

3.- ¿Por qué razón visita la playa de Punta Carnero?

Valoración	Marcar
Diversión	
Esparcimiento	
Relajación	
Trabajo	
Otros	

4.- ¿Cuándo visita este sector con quien lo hace?

Valoración	Marcar
Familiares	
Amigos	
Solo	

5.- ¿Cuánto tiempo es su estadía en este sector?

Valoración			
Horas	Días	Semanas	Meses

6.- ¿Al momento de elegir un lugar para hospedarse qué sitio prefiere?

Valoración	Marcar
Pensión	
Hotel	
Motel	
Tiendas de Camping	

7.- ¿En su estancia se hospeda en algún hotel del sector?

Valoración	Marcar
Si	
No	

8.- ¿Cómo considera la calidad del servicio ofrecido en los hoteles del sector?

Valoración	Marcar
Si	
No	

9.- ¿Los servicios prestados en los hoteles del sector cumplen con sus expectativas?

Valoración	Marcar
Siempre	
Casi siempre	
Rara vez	
Nunca	

10.- ¿Conoce usted sobre las bondades de las cabañas semi-rústicas?

Valoración	Marcar
Si	
No	

11.- ¿Le gustaría que exista una empresa dedicada al alojamiento semi-rústico en este sector?

Valoración	Marcar
Si	
No	

12.- ¿De existir esta empresa usted estaría dispuesto a alojarse en ella?

Valoración	Marcar
Si	
No	

13.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por alojarse en este centro de cabañas semi-rústica?

Rango	Marcar
15 a 20	
20 a 25	
25 a 30	
30 a 35	

14.- ¿Considera que la creación de un centro de cabañas semi-rústica fortalecerá este sector?

Valoración	Marcar
Si	
No	

ANEXO # 3

Fotos ubicación de empresa





