



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA,
CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

AUTOR: JUAN VINICIO RODRÍGUEZ RAMÍREZ

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA,
CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: JUAN VINICIO RODRÍGUEZ RAMÍREZ

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 29 de noviembre del 2012

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de tutora del trabajo de investigación, “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO-TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por el Sr. Juan Vinicio Rodríguez Ramírez, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

TUTORA

DEDICATORIA

El proyecto se lo dedico a mi DIOS, quien me ha llenado de bendiciones y fortalezas para seguir adelante con cada una de mis metas y objetivos a cumplir. A mis padres quienes confían en mí y siempre están apoyándome para ser un profesional en esta vida, a las personas que me han brindado su apoyo incondicional y que han demostrado ser verdaderos amigos y que de una u otra forma han contribuido a la culminación exitosa en esta etapa de mi vida.

Vinicio Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A mi madre, por el apoyo y confianza incondicional que me brinda cada día de mi vida y durante el desarrollo del trabajo de esta tesis. A mi directora de tesis, Econ. Hermelinda Cochea, por la ayuda intelectual brindada durante la elaboración del presente trabajo de investigación. A mis hermanos de la iglesia y todas las personas de la comunidad de Montañita que de uno u otra forma, colaboraron conmigo y estuvieron dispuestos a ayudarme en la elaboración del presente trabajo.

Vinicio Rodríguez

TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Pedro Aquino Caiche, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA – TUTORA

Ing. Ramos Peredo Juan Alberto, MBA.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA
ELENA, AÑO 2013”

Autor: Juan Vinicio Rodríguez Ramírez

Tutora: Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

RESUMEN

Emprender un proyecto de inversión para su creación e inicio de sus actividades es muy amplio y se debe realizar estudios preliminares en los cuales se refleja la situación actual de su entorno, entre estos ensayos se encuentra el análisis económico financiero para su inversión y su viabilidad del proyecto. El presente trabajo tiene como objetivo principal realizar un estudio de mercado por medio de encuestas y entrevistas para conocer las opiniones de las personas y de su entorno en general, y a su vez un estudio económico financiero para el año 2013, mediante el análisis de los costos de inversión, determinación de valores de operación del proyecto y técnicas de investigación que permitan el establecimiento de políticas financieras para el proyecto de inversión y la creación de un complejo eco-turístico, ubicada en la comuna Montañita, Provincia de Santa Elena, para el año 2013. Donde también se tomó en cuenta la inflación anual de los últimos cinco años y así obtener su promedio; en el estudio se toma en cuenta la demanda de los turistas nacionales como extranjeros quienes serán los futuros clientes. La inversión un punto muy importante para las operaciones e infraestructura de la empresa para dar inicio a sus actividades. El estudio se presenta con la finalidad de establecer la inversión, a través de la investigación documental de datos financieros y la utilización de análisis de casos de la

información cualitativa y cuantitativa. A través del análisis de los datos económicos y financieros de esta propuesta, la información que se encuentran en el estudio de viabilidad económica utilizando indicadores financieros Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN) en el cual se considera los ingresos estimados a percibir como resultado de la operación del complejo eco-turístico con relación a la demanda a partir de su funcionamiento.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

Contenido

PORTADA	I
APROBACIÓN DE LA TUTORA	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE DIAGRAMA	XVI
ÍNDICE DE FOTOS	XVII
ÍNDICE IMAGEN	XVIII
ÍNDICE CUADROS	XIX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXII
ÍNDICE DE ANEXO	XXIII
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1. TÍTULO DEL TEMA DE TESIS.....	2
2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
2.1.1. SITUACIÓN ACTUAL.....	2
2.1.2. SITUACIONES FUTURAS.....	4
2.1.3. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	5
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:.....	6
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	7
3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	7

3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	8
4. OBJETIVOS.....	9
4.1. OBJETIVO GENERAL	9
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
5. HIPÓTESIS	9
6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	10
VARIABLES:	10
CAPÍTULO I.....	13
MARCO TEÓRICO	13
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
1.2.1. PROYECTO DE INVERSIÓN.....	14
1.2.2. IMPORTANCIA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	15
1.2.3. ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN.....	15
1.2.3.1. LA IDEA	15
1.2.3.2. ESTUDIO DE PRE-VIABILIDAD	16
1.2.3.3. ESTUDIO DE VIABILIDAD.....	16
1.2.3.4. INVERSIÓN	17
1.2.4. VIABILIDAD PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	17
1.2.4.1. ESTUDIO DE MERCADO	19
1.2.4.2. ESTUDIO TÉCNICO	22
1.2.4.3. ESTUDIO FINANCIERO	25
1.2.4.4. BASE LEGAL	26
1.2.4.5. IMPACTO AMBIENTAL.....	27
1.3. COMPLEJO ECO-TURÍSTICOS	29
1.3.1. COMPLEJOS.....	29
1.3.2. TURISMO.....	30
1.3.2.1. TURISMO SOSTENIBLE	32
1.3.3. REGULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	33
1.3.3.1. OTROS ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN.....	34
1.3.4. FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR	35

1.3.6. LOS INICIOS 1980-200.....	38
1.3.7. EL ECOTURISMO.....	40
1.3.8.1. SURGIMIENTO DEL ECOTURISMO	47
COMO CONSERVAR LA NATURALEZA A TRAVÉS DEL TURISMO:	47
1.3.9. ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL ECOTURISMO	47
1.3.9.1. MEDIDAS PARA DESARROLLAR INFRAESTRUCTURA “SOSTENIBLE”	49
1.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	50
1.4.1. COMUNAS Y TIERRAS COMUNALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	50
1.5.1. UBICACIÓN	55
1.5.2. SUPERFICIE	56
1.5.3. LÍMITES.....	56
1.5.4. CLIMA	56
CAPÍTULO II	57
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	57
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	57
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	60
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	60
2.3.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	61
2.3.2 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	62
2.3.3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.	62
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	63
2.4.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN INDUCTIVA.....	63
2.4.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN DEDUCTIVO.....	64
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	64
2.5.1. ENTREVISTA.....	64
2.5.2. ENCUESTA PILOTO	65
2.5.3. ENCUESTA	66
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	67

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	69
2.7.1. POBLACIÓN	69
2.7.2. MUESTRA.....	69
2.7.3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	70
2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS ..	71
2.8.1. PROCEDIMIENTOS	71
2.8.2. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	72
CAPÍTULO III.....	74
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	74
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	74
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	99
CAPÍTULO IV	100
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA .	100
4.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNA MONTAÑITA	100
4.1.1. ANÁLISIS FODA/ DAFO	101
4.1.1.1. OPORTUNIDADES.....	101
4.1.1.2. AMENAZAS	101
4.1.1.3. FORTALEZAS.....	101
4.1.1.4. DEBILIDADES	101
4.1.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	102
4.1.2.1. LA EMPRESA.....	102
4.1.2.2. RAZÓN SOCIAL.....	102
4.1.2.3. ESLOGAN	102
4.1.2.4. LOGOTIPO	102
4.1.3. MISIÓN.....	103
4.1.4. VISIÓN	103
4.1.5. FILOSOFÍA DE LA EMPRESA	103
4.1.7. OBJETIVO GENERAL	103
4.1.6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	103

4.1.7. VALORES CORPORATIVOS.....	104
4.1.7.1. LEALTAD Y COMPROMISO.....	104
4.1.7.2. RESPONSABILIDAD	104
4.1.7.3. HONESTIDAD Y ÉTICA	104
4.1.7.4. EQUIDAD	104
4.1.7.5. SOLIDARIDAD	104
4.1.8.2. OBJETIVOS DEL MARKETING	105
4.1.9.4. ESTRATEGIA GEOGRÁFICA	106
4.1.9.5. ESTRATEGIA DE ENFOQUE	106
4.1.9.6. ALIANZA ESTRATÉGICA	106
4.1.9.7. PAQUETE DE BRONCE.....	106
4.1.9.8. PAQUETE DE PLATA	107
4.1.9.9. PAQUETE DE ORO.....	107
4.1.10. MEZCLA DE MERCADOTECNIA	107
4.1.10.1. PRODUCTO Y SERVICIO	107
4.1.11. NIVELES	108
4.1.11.1. PRODUCTO PRINCIPAL.....	108
4.1.11.2. PRODUCTO REAL.....	108
4.1.12. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO	108
4.1.12.1. POR SU CONSUMO	108
4.1.13. CARTERA DE PRODUCTOS	108
4.1.13.1. LINEA DE PRODUCTO.....	108
4.1.13.2. AMPLITUD	108
4.1.13.3. PROFUNDIDAD	109
4.1.13.3.1. MODELOS	109
4.1.14. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y SERVICIO	109
4.1.14.1. PRECIO	109
4.1.14.2. PLAZA	109
4.1.14.3. PROMOCIÓN	109
4.1.14.3.1. DESCUENTOS.....	109
4.1.15. PUBLICIDAD	110

4.1.15.1. LETRERO O VALLAS.....	110
4.1.15.2. PÁGINA WEB.....	111
4.1.15.3. TV	112
4.1.16. ORGANIGRAMA.....	112
4.1.16.1. DESARROLLO DEL PERSONAL.....	114
4.1.16.2. GERENTE GENERAL	114
4.1.16.3. GERENTE ADMINISTRATIVO.....	114
4.1.16.3.1. FUNCIONES QUE DESEMPEÑAN.....	114
4.1.16.4. ASISTENTE ADMINISTRATIVO.....	114
4.1.17. GERENTE FINANCIERO	115
4.1.17.1. FUNCIONES	115
4.1.18. ASISTENTE CONTABLE.....	115
4.1.19. GERENCIA DEL TALENTO HUMANO.....	115
4.1.19.1. FUNCIONES	115
4.1.20. RECEPCIONISTAS	116
4.1.20.1. FUNCIONES	116
4.1.21. CHOFER.....	116
4.1.22. BOTONES	116
4.1.23. ASEO Y LIMPIEZA.....	116
4.1.23.1. MUCAMAS	116
4.1.23.2. FUNCIONES	116
4.1.24. VIGILANCIA	117
4.1.24.1. FUNCIONES	117
4.1.25. CONSTITUCIÓN LEGAL	117
4.1.25.1. PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS.....	117
4.1.26. OBLIGACIONES GUBERNAMENTALES ADQUIRIDAS ..	119
4.1.27. PERMISOS PARA FUNCIONAMIENTO:	119
4.1.27.1. REQUISITOS PARA PERMISO MUNICIPAL	119
4.1.27.2. REQUISITOS CUERPO DE BOMBEROS	119
4.1.27.3. REQUISITOS SALUD	119

4.1.28. REQUISITOS MÍNIMOS REQUERIDOS PARA EL ANÁLISIS DEL CRÉDITO CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)	120
4.1.28.1. CONSIDERACIONES PARA EL FINANCIAMIENTO	121
4.1.28.2. CONDICIONES DEL CRÉDITO	121
4.2. ESTUDIO TÉCNICO	122
4.2.1. LOCALIZACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO.....	122
4.2.2. LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	122
4.2.2.1. CERCANÍA DEL MERCADO	122
4.2.2.2. DISPONIBILIDAD DEL TERRENO	123
4.2.2.3. DISPONIBILIDAD DE AGUA, ENERGÍA Y OTROS SUMINISTROS.....	123
4.2.2.4. COSTOS DE OPORTUNIDAD.....	123
4.2.2.5. DELIMITACIÓN.....	124
4.2.3. TAMAÑO	124
4.2.4. INFRAESTRUCTURA.....	125
4.2.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO	126
4.2.5.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	126
4.2.6. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS EQUIPOS	127
4.2.7. IMPACTO AMBIENTAL.....	127
4.3. ESTUDIO ECONÓMICA	128
4.3.1. DATOS GENERALES	128
4.3.1.1. TASA DE INFLACIÓN.....	128
4.3.1.2. DEMANDA DEL PROYECTO	129
4.4. DETERMINACIÓN DE LAS INVERSIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO EN MONTAÑITA.	131
4.4.1. INVERSIÓN FIJA	131
4.4.2. INFRAESTRUCTURA.....	131

4.4.3. MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	132
4.4.4. VEHÍCULO	133
4.4.5. MUEBLES DE OFICINA	134
4.4.6. SUMINISTROS DE OFICINA.....	135
4.5. INVERSIÓN TOTAL	135
4.5.1. AMORTIZACIÓN.....	136
4.6. PRESUPUESTO DE INGRESOS	136
4.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	138
4.7.3. DEPRECIACIÓN	140
4.8. ESTADOS FINANCIEROS	142
4.8.1. ESTADO DE RESULTADO.....	142
4.8.2. FLUJO DE EFECTIVO	143
4.8.3. BALANCE GENERAL	144
4.9. VALOR ACTUAL NETO	145
4.10. TASA INTERNA DE RETORNO.....	145
CONCLUSIONES.....	151
RECOMENDACIONES.....	152
BIBLIOGRAFÍA.....	166
SITIOS WEB	168
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	169
GLOSARIO DE ABREVIATURAS.....	171

ÍNDICE DE DIAGRAMA

	Pág.
Diagrama # 1 Clasificación de estudio de viabilidad.....	18
Diagrama # 2 Factibilidad.....	22
Diagrama # 3 Estudio técnico	24
Diagrama # 4 Evaluación de impacto ambiental.....	28
Diagrama # 5 Diseño de investigación.....	57
Diagrama # 6 Flujo del proceso del servicio de hospedaje.....	126

ÍNDICE DE FOTOS

	Pág.
Foto #1 COMUNA MONTAÑITA	53
Foto # 2 COMUNA MONTAÑITA	54

ÍNDICE IMAGEN

	Pág.
Imagen # 1 Ubicación de montañita.....	55
Imagen # 2 Montañita en caricatura.....	56
Imagen # 3 Letrero o valla publicitaria.....	110
Imagen # 4 Página web	111
Imagen # 5 Publicidad por TV	112

ÍNDICE CUADROS

	Pág.
Cuadro # 1 Operacionalización de las variables	11
Cuadro # 2 Diseño para elaborar una encuesta	58
Cuadro # 3 Cuadro de entrevistados	63
Cuadro# 4 Etapas para ejecutar la entrevista	65
Cuadro# 5 Pasos para realizar una encuesta	66
Cuadro # 6 Población	69
Cuadro # 7 Datos para comprobar la hipótesis	94
Cuadro # 8 Significado de la Fórmula	94
Cuadro # 9 Nueva Tabla con las Frecuencias Esperadas (nie)	95
Cuadro # 10 Significado de la Fórmula Chi Cuadrada	96
Cuadro # 11 Significado de la Fórmula Grado de Libertad	97
Cuadro # 12 Organigrama	113
Cuadro #13: Media de la Inflación.....	128
Cuadro # 14 Demanda anual de la empresa	130
Cuadro # 15 Inversión fija infraestructura	131
Cuadro # 16 Maquinarias	132
Cuadro # 17 Equipos de Computación	132
Cuadro # 18 Equipo de Oficinas	132
Cuadro # 19 Equipo de seguridad	133
Cuadro # 20 Vehículo	133
Cuadro # 21 Muebles y enseres	134
Cuadro # 22 suministros de oficina.....	135
Cuadro # 23 Inversión Total	135
Cuadro # 24 Amortización	136

Cuadro # 25 Presupuesto de ingresos anuales	137
Cuadro # 26 Rol de pagos	138
Cuadro # 27 Servicios Básicos.....	139
Cuadro # 28 Publicidad.....	139
Cuadro # 29 Depreciación.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla # 1 Servicios requeridos por turistas	80
Tabla # 2 Creación de un complejo eco -turístico.....	81
Tabla # 3 Visitarías en el complejo turístico.....	82
Tabla # 4 Aumento en el nivel de empleo.....	83
Tabla # 5 Precios temporada baja	84
Tabla # 6 Precios temporada alta	85
Tabla # 7 Hospedajes suficiente.....	86
Tabla # 8 Complejo.....	87
Tabla # 10 Capacidad adquisitiva de los turistas	89
Tabla # 11 Edades por servicios	90
Tabla # 12 Calificación por servicio	91
Tabla # 13 Servicios adicionales.....	92
Tabla # 14 Complejo rodeado de la naturaleza.....	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico # 1 Servicios requeridos por turistas	80
Grafico # 2 Creación de un complejo eco –turístico.....	81
Grafico # 3 Visitas en el complejo turístico.....	82
Grafico # 4 Aumento en el nivel de empleo	83
Grafico # 5 Precios temporada baja	84
Grafico # 6 Precios temporada alta	85
Grafico # 7 Hospedajes suficientes	86
Grafico # 8 Complejo.....	87
Grafico # 9 Nuevos proyectos de inversión	88
Grafico # 10 Capacidad adquisitiva de los turistas	89
Grafico # 11 Edades por servicios	90
Grafico # 12 Calificación por servicio	91
Grafico # 13 Servicios adicionales.....	92
Grafico # 14 Complejo rodeado de la naturaleza.....	93

ÍNDICE DE ANEXO

	Pág.
Anexo # 1 Ubicación de la comuna montañita	153
Anexo # 2 Complejo eco-turístico de la propuesta	153
Anexo # 3 Estado de resultado.....	154
Anexo # 4 Flujo de efectivo	155
Anexo # 5 Balance General.....	156
Anexo # 6 Punto de equilibrio	157
Anexo # 7 Plan de acción del estudio técnico.....	158
Anexo # 8 Plan de acción del estudio económica.....	158
Anexo # 9 Diseño del cuestionario	160

INTRODUCCIÓN

El proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico estará direccionado para la comuna de Montañita perteneciente a la provincia de Santa Elena, ya que será la única hospedería que estará conectada con la naturaleza.

Dicho balneario es visitado por turistas nacionales como extranjeros inspirados por su diversidad de atractivos, por esta razón se ha convertido en un lugar donde se unen diferentes culturas del mundo ya que es reconocida internacionalmente.

El complejo recibirá tanto a familias y jóvenes nacionales como extranjeros que deseen tener una experiencia distinta y a la vez un momento de relajamiento y tranquilidad rodeada de la naturaleza.

Al momento de ser ejecutado el proyecto de inversión, generará algunos cambios beneficiosos en el ámbito, económico, ambiental y social, cabe recalcar que dicha inversión se convierte en el mejor instrumento de contribución para construir un nuevo futuro mediante la elaboración de proyectos que buscan garantizar nuevas oportunidades asegurando el desarrollo comunitario para las futuras generaciones.

El contexto de este documento está distribuido en cinco capítulos. En el capítulo I, se describe la fundamentación teórica donde se plantean los conceptos y definiciones. En el capítulo II, se basa en la metodología donde se presentan las técnicas y métodos en el proceso de la investigación para la obtención de información. En el capítulo III, análisis de resultados del proyecto a través del estudio y la interpretación de datos obtenidos en la investigación. En el Capítulo IV, se presenta el desarrollo de la propuesta como es el “Proyecto de Inversión para la creación del complejo eco-turístico en la comuna Montañita y se analiza los resultados financieros o económicos del programa de inversión del complejo eco-turístico.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. TÍTULO DEL TEMA DE TESIS.

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013”

2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1. SITUACIÓN ACTUAL.

Montañita es una comuna perteneciente al cantón Santa Elena creada el 7 de enero de 1938. Aunque cuenta con 74 años de creación, su historia en materia de turismo data apenas de la década del 80.

Montañita es lugar perfecto donde los amantes deportivos pueden encontrar la mejor playa para practicar el surf con olas que alcanzan hasta tres metros de altura.

Considerada como la capital del surf del Ecuador, Montañita es, a veces, un tranquilo pueblo durante el día, pero en las noches los bares están llenos de gente, especialmente los fines de semana, cuando llegan turistas de ciudades cercanas como Guayaquil, en los días feriados y en los campeonatos nacionales y extranjeros de surf, realizados entre febrero y marzo.

En la última década ésta comunidad se ha convertido en un destino popular para los surfistas y es considerada como la mejor playa ecuatoriana para practicar este deporte.

2.1.1.1. SÍNTOMAS

Nuevos hostales y restaurantes se construyen constantemente a lo largo de sus estrechos caminos, que ya están colmados de hostales y hoteles (de todo precio), restaurantes, bares, tiendas de surf, kioscos de batidos y cocteles, cafés- internet y puestos de hippies que venden artículos artesanales. Los costos del alojamiento pueden variar entre 5 y 50 dólares la noche. La mayoría de los que están ubicados en las calles aledañas a la calle principal son alojamientos económicos. Los restaurantes que se han levantado en el lugar preparan mariscos y platos vegetarianos, aunque también es posible encontrar todo tipo de comidas, desde pizza hasta sushi. Muchos de éstos restaurantes se convierten en clubes de baile al caer la noche.

2.1.1.2. CAUSAS

Montañita es un sitio turístico mundial, por tal razón los turistas les fascinan visitar y conocer el balneario por sus atractivos y así regresar con sus amigos y familiares.

Actualmente, Montañita convoca a gran cantidad de turistas internacionales por su famosa actividad nocturna, su agradable clima, sus aguas cálidas y su atmósfera entretenida. Este multicultural poblado es una mezcla de habitantes locales y extranjeros, que eligen este paraje para disfrutar durante los fines de semana, feriados y vacaciones.

Montañita al ser un balneario pequeño ubicado en una zona rural del cantón Santa Elena carece de infraestructura hotelera y de servicios recreativos capaces de albergar a la gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros que año a año acuden a éste sitio para vacacionar o practicar actividades relacionadas con el surf u otro deporte acuático sobre todo en épocas de temporada alta y feriados donde la situación se agrava.

2.1.2. SITUACIONES FUTURAS.

2.1.2.1. PRONÓSTICO

Con lo expuesto podemos deducir que si el crecimiento en la capacidad de respuesta de los negocios en Montañita sigue como hasta la presente, los visitantes nacionales como extranjeros tenderán que alojarse en otros balnearios cercanos como Ayangue, Olón y Puerto López que en éstos últimos años son quienes se han beneficiado de la poca capacidad de alojamiento y servicios brindados por quienes actualmente ejercen actividades económicas en Montañita.

2.1.2.2. EFECTOS

El crecimiento estructural de las instalaciones en Montañita también empieza a cambiar el tipo de turismo que se viene dando, si bien es cierto la mayoría de los locales son construidos con diseños rústicos en los dos últimos años se han realizado construcciones que en su totalidad son de estructura de hormigón armado que no son eco-amigables, y se está dejando de lado las mundialmente conocidas como cabañas eco-turísticas que hicieron tan popular a este balneario entre los amantes de la naturaleza sobre todo europeos y norteamericanos.

2.1.2.3. CONSECUENCIAS

Los sitios de alojamiento turísticos que tiene el balneario como hostales, hoteles y cabañas al no contar con la infraestructura necesaria y no cumplir con las necesidades no pueden albergar a la cantidad de turistas que acuden a éste sitio en épocas de temporada alta y feriado, por la gran demanda que tiene el balneario los hoteleros incrementar el precio de alojamiento por persona, ocasionando con ello muchos turistas no regresen a visitar el balneario y prefieran visitar otros sitios turísticos como Puerto López, Baños o el oriente ecuatoriano en épocas de feriado y temporada alta.

2.1.3. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.

Podemos notar que este balneario carece de lugares donde se puedan desarrollar actividades recreacionales y disfrutar al aire libre de la naturaleza. Es más ninguno de los balnearios cercanos cuentan con éste tipo de complejos turísticos lo que convierte ésta idea en un negocio potencial, dirigida para los turistas nacionales como extranjeros dando así rendimientos económicos a sus inversionistas y favorecería a la comunidad con la generación de empleo.

CONTROL DE PRONÓSTICO

Estimando también el enorme potencial turístico que ofrece Montañita y que año a año diversifica el mercado es propicio brindar nuevas alternativas de alojamiento y relax en éste balneario manteniendo el enfoque eco-amigable que ha sido lo que más ha llamado la atención a turistas nacionales y extranjeros que año a año acuden a este balneario a practicar actividades de surf y eco-recreativas.

En si ésta propuesta busca crear un complejo eco-turístico con la capacidad para albergar a un porción de turistas que visitan Montañita brindándoles un servicio de calidad a precios accesibles y opciones recreativas durante todo el año, bajo el enfoque eco-amigable que es una alternativa sostenible y sustentable de desarrollo para las zonas rurales del país.

Dando un buen servicio y a precios cómodos a los turistas nacionales como extranjeros el complejo eco-turístico tendría mucha demanda por sus precios cómodos y aun mejor rodeados de la naturaleza que le da un atractivo diferente con relación a los hostales, hoteles que se encuentran a su alrededor, por tal razón se puede decir que el complejo será algo innovador y agradable para los turistas, este “plus” motivará a los turistas a que visiten las instalaciones y así hospedarse en la misma, además que estarán respirando aire puro gracias a las plantas y árboles de su alrededor.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es rentable la creación de un complejo eco-turística en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena?

2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:

1. ¿Cuál es la capacidad de hospedaje de la comuna Montañita para satisfacer al flujo anual de turistas?
2. ¿Existe la demanda suficiente que nos permita captar clientes durante todo el año para ser económicamente rentable la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita?
3. ¿Es técnicamente viable la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita?
4. ¿Los costos y los servicios de los hoteles, hostales y cabañas existentes satisfacen las necesidades de los clientes?
5. ¿Con qué servicios debe contar el complejo eco-turístico para satisfacer los requerimientos de los turistas nacionales y extranjeros?
6. ¿Los hostales cumplen con las necesidades de los turistas con relación al servicio que se les brindan?
7. ¿Qué beneficios se obtienen al implementar el complejo eco-turístico en el balneario de Montañita?
8. ¿Es necesario invertir en nuevos proyectos de inversión en el balneario?

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.

El desarrollo del proyecto está centrado en la elaboración de un "Proyecto de inversión" que pretende superar la brecha existente entre la investigación y la realidad, contribuyendo a la implementación real de los resultados obtenidos.

Es de vital importancia para los empresarios que deseen invertir en la comuna Montañita, tener un panorama claro acerca de nuevos nichos de mercado y oportunidades de negocios que deban ser explotados en éste destino turístico. La falta de incentivos para la inversión ha generado que nuestro país en el campo turístico y en otros se encuentre estancada, pero al crear un Complejo Eco-turístico se crearán nuevas fuentes de trabajo y además se promocionará y publicitará todos los productos turísticos que se encuentren en la zona, captando el mayor número de turistas nacionales y extranjeros generando rentas que beneficiarán la forma de vida de los pobladores de ésta zona de la provincia.

Montañita no posee la capacidad pero si los atractivos necesarios como para abarcar, otros mercados como el turismo rural, turismo relax y turismo de aventura, todo esto sería posible con una promoción dirigida y una focalización turística.

3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.

El análisis y la evaluación de proyectos de inversión es la base metodológica para la realización de un proyecto y para lo cual es necesaria la investigación tanto descriptiva, bibliográfica y exploratoria sobre estudios de factibilidad, turismo, entre otros, como la obtención de datos empíricos a través de entrevistas, encuestas y observación directa a personas especializadas en la rama de turismo y clientes que hace referente a nuestro estudio.

3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.

Se estima que el turismo es el tercer rubro económico más importante del país, se ubica después del petróleo crudo que ocupa el primer lugar, y del banano el segundo.

Otro aporte importante en los ingresos en divisas es el generado por la remesas de los ecuatorianos residentes en el exterior ubicándose en el cuarto lugar. Los ingresos obtenidos por las actividades turísticas, en los últimos años, ha ido incrementándose paulatinamente. La entrada de extranjeros al Ecuador es un factor importante. Según cifras de Ministerio de Turismo el origen de los extranjeros es mayoritariamente del Continente Americano con el 79.5%, seguido por Europa con el 17.6, y Asia, África Oceanía un 2.9%.

El turismo interno en la provincia, no ha sido explotado de manera conveniente. No obstante, su carácter masivo y de baja inversión puede ser potencialmente visto como una fuente de generación de recursos para los gobiernos regionales.

La población de Montañita al no tener fuentes generadoras de trabajo se ve obligada a migrar hacia otras ciudades generando que la mano de obra se encuentre en constante descenso, por tal motivo, al realizar este proyecto en gran parte se detendrá la migración e incentivará la producción local en vista de que el turismo no solo pertenece a un sector exclusivo, al contrario involucra muchos sectores como ya se ha mencionado antes.

Al establecer fuentes de trabajo mediante el turismo la población optimizará sus recursos y tiempo provocando una reactivación económica en el sector. Por tal motivo se hace viable realizar este proyecto eco-turístico, que busca crear nuevas alternativas como recursos generadores de empleo. Por tanto la creación del proyecto eco- turístico para la comuna Montañita aportará con beneficios sociales, económicos, y de desarrollo sustentable mediante la preservación y conservación del mismo.

4. OBJETIVOS.

4.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de inversión mediante técnicas de investigación para la creación un complejo Eco-Turístico en la comuna Montañita – cantón Santa Elena.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fundamentar teóricamente la propuesta de investigación, considerando diferentes teorías que nos lleven a la identificación de criterios del objeto de estudio.
2. Elaborar los instrumentos de investigación, aplicando técnicas de recolección de datos que faciliten la recolección de información y elaboración de soluciones.
3. Analizar los resultados obtenidos de los instrumentos mediante la implementación de los datos para la determinación de la demanda potencial y la elaboración de la propuesta.
4. Diseñar un proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita considerando la viabilidad, la obtención y optimización de los recursos humanos, materiales y financieros para la puesta en marcha de la empresa y posicionamiento en el mercado.

5. HIPÓTESIS

El proyecto de inversión viabilizará la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita.

6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La variable comprende valores cuantitativos, siendo éstos cambios a nivel tanto individual como social.

Las variables son aquellas propiedades que poseen ciertas características o particularidades y son susceptibles de medirse u observarse; las variables indican los aspectos relevantes del fenómeno en estudio y que está en relación directa con el planteamiento del problema.

A partir de ello se selecciona las técnicas e instrumentos de información para la ejecución del problema en investigación.

Además las variables son aquellas que se pueden medir, controlar y estudiar en una determinada investigación y la capacidad de poder medir, controlar y estudiar esta variable depende de su variación.

El tema del proyecto de la presente investigación es:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO -TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013”

IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES:

VARIABLES:

1. Variable independiente: **PROYECTO DE INVERSIÓN**
2. Variable dependiente: **COMPLEJO ECO-TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA**

<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Complejo eco-turístico en la comuna Montañita</p>	<p>Lugar diseñado para las actividades eco-turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras.</p>	<p>Estudio administrativo organizacional</p> <p>Actividades turísticas</p> <p>Sostenibilidad</p> <p>Visitantes</p> <p>Sistema social</p> <p>Calidad de vida</p>	<p>Estudio administrativo Organigrama</p> <p>Número y tipo de actividades. Atractivos turísticos.</p> <p>Nivel de vida de la población.</p> <p>Impacto ambiental Nacionales Extranjeros Competitividad</p> <p>PEA Salud Educación</p>	<p>¿Qué cargos son necesarios? ¿Cuál será la cadena de mando de los cargos? ¿Qué tipo de actividades se puede realizar en Montañita? ¿Con qué atractivos turísticos cuenta Montañita? ¿Cómo influye en el desarrollo socioeconómico de la población? ¿Cómo afecta al medio ambiente el proyecto? ¿Cuántos turistas nacionales visitan el balneario al año? ¿Cuántos turistas extranjeros visitan el balneario al año? ¿Qué tipo de plan competitivo se emplearía? ¿Cuál es la PEA existente? ¿Qué tipo de programa se emplearía? ¿Qué nivel de educación posee la gente del área de influencia?</p>	<p>Observación directa Investigación bibliográfica</p> <p>Observación directa</p> <p>Observación directa Encuestas Entrevistas Observación directa</p> <p>Encuestas Entrevistas</p> <p>Observación directa</p> <p>Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas</p> <p>Entrevistas Investigación Documental</p>
--	--	---	---	---	---

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

La propuesta de un complejo eco-turístico sostenible surge como una iniciativa para el desarrollo de la comunidad de Montañita, abarcando el mercado turístico, promoviendo nuevas propuestas o proyectos de inversión dando así nuevas alternativas de alojamiento que estén en contacto con la naturaleza, para el beneficio de la comunidad y de los futuros clientes como son los turistas nacionales como extranjeros que buscan nuevas experiencias vacacionales en un entorno natural.

Las hospederías y hoteles en la provincia de Santa Elena (Montañita) al ser una zona turística están atravesando por una etapa de auge por el aumento de la demanda de turistas cada año, por lo que es necesario satisfacer esta necesidad con empresas innovadoras para la región.

La propuesta del plan de negocio o empresa, consiste en la creación de un complejo eco-turístico habitacional en la comuna Montañita que brinde a los turistas nacionales como extranjeros la oportunidad de estar en contacto con la naturaleza.

Lo que se quiere con esta propuesta de negocio, es marcar la diferencia al ofrecer a la comunidad de Montañita y a los turistas nacionales como extranjeros una experiencia distinta e inolvidable de aventura aprovechando la riqueza natural y la biodiversidad que tiene este balneario. El complejo eco-turístico promete satisfacer las necesidades habitacionales de los turistas nacionales como extranjeros rodeado de la naturaleza para el relax de los clientes de clase media, media alta y alta y que deseen alojarse a este lugar donde podrán desarrollar actividades recreacionales en un ambiente cálido.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. PROYECTO DE INVERSIÓN

Un proyecto de inversión podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencias de emprendedores e inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de la investigación necesaria a cumplir, para lograr información creíble sobre el proyecto de negocio de inversión.

Palabras transcritas por *Elbar Ramírez, Margot Cajigas, año 2007*. Así pues, responsabilidad y profesionalismo, conjugados en compromisos con la calidad, es el primer gran ingrediente requerido para hacer un estudio de viabilidad altamente confiable. *Pág. # 44*

Palabras transcritas por *Elbar Ramírez, Margot Cajigas, año 2007*. Para un proyectos de inversión el estudio de viabilidad debe determinar si es o no prudente invertir recursos en tal idea emprendedora. En virtud de esto, un estudio de factibilidad correctamente concebido y ejecutado, podría concluir positiva o negativamente sobre montar una empresa. *Pág. #45*

En conclusión el proyecto de inversión, es un estudio que determina el éxito o fracaso de una idea emprendedora para tener la certeza de poder o no invertir con recursos materiales, humanos y financieros a un proyecto de inversión para un negocio o empresa, teniendo en cuenta varios factores técnicos, legales, económicos, ambientales y de gestión que contribuyen a la viabilidad del proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la Comuna Montañita.

1.2.2. IMPORTANCIA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Es importante el proyecto de inversión, porque nos sirve para tomar la mejor decisión sobre la creación o no de un negocio o empresa, dentro de un nicho de mercado dando así una oportunidad para la creación de negocios viables.

1.2.3. ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Palabras transcritas por *Nassir Sapag Chain, año 2011*. Hay muchas formas de clasificar un proyecto de inversión. Una de las más comunes es identificar las etapas básicas; la generación de la idea, los estudios de pre-inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para implementación del proyecto, la puesta en marcha y operación. *Pág. # 29*

1.2.3.1. LA IDEA

Palabras transcritas por *Nassir Sapag Chain, año 2011*. La etapa de idea corresponde al proceso sistemático de la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa, proceso que surge de la identificación de opciones de solución de problemas e ineficiencias internas que pudieran existir, o de las diferentes formas de enfrentar las oportunidades de negocios que se pudieran presentar. La generación de ideas de proyectos no requiere solo de imaginación. Existen muchas y diversas fuentes de inspiración como las necesidades existentes. *Pág. # 29*

Palabras transcritas por *Nassir Sapag Chain, año 2011*. La observación de lo que actualmente se hace permite deducir posibles mejoras, así como la revisión de las necesidades de la propia empresa y de su entorno permite apreciar grados de satisfacción de sus clientes. *Pág. # 30*

1.2.3.2. ESTUDIO DE PRE-VIABILIDAD

El estudio de pre-viabilidad se utiliza como instrumento de negociación con instituciones financieras o con inversionistas potenciales.

Es importante adelantar en esta etapa el análisis de sensibilidad que permite observar el comportamiento del plan de negocio ante situaciones de orden económico y social que puedan afectar su buen curso. Igualmente se debe considerar varias alternativas de inversión en el proyecto, para que una vez analizada, permita la opción más viable a elegir.

Al terminar el estudio de pre-viabilidad se debe definir la alternativa más viable y continuar con el siguiente paso en la etapa de elaboración y evaluación del proyecto de inversión, como es el estudio de viabilidad o proceder al diseño definitivo para iniciar el cronograma de ejecución, o abandonar el proyecto de manera temporal o definitiva, si este no colma las expectativas del empleador, al no presentar ventajas comparativas que ameriten su ejecución.

1.2.3.3. ESTUDIO DE VIABILIDAD

Palabras transcritas por *Nassir Sapag Chain*, año 2011. El estudio de viabilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación de las inversiones necesarias y su cronología, los mismos que los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto. *Pág. # 31*

1.2.3.4. INVERSIÓN

Palabras transcritas por *Juan Antonio Flóres Uribe, año 2007*. Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa, la inversión se realizará a través de un préstamo a una institución financiera para cubrir con las expectativas de infraestructura y lo que requiera la empresa. *Pág. # 8*

Palabras transcritas por *Juan Antonio Flóres Uribe, año 2007*. Estudiando el plan de negocio, determinando su conveniencia y aprobada su inversión, se procede a su ejecución, que no es otra cosa que la utilización de los recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos necesarios para llevar a feliz término la puesta en marcha del proyecto. *Pág. # 9*

Palabras transcritas por *Juan Antonio Flóres Uribe, año 2007*. En esta etapa se deben conseguir los créditos necesarios, solicitar los permisos a las autoridades, realizar la contratación de obra, compras de maquinarias y equipos, de acuerdo con el proceso tecnológico definido; hacer la instalación y montajes de los equipos, de acuerdo con el diagrama de flujo establecido en el proceso de producción a seguir y a la distribución en planta realizada en el proyecto. *Pág. # 10*

1.2.4. VIABILIDAD PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN

Palabras transcritas por *Nassir Sapag Chain, año 2011*. Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres viabilidades que condicionan el éxito o fracaso de una inversión: la viabilidad técnica, la viabilidad legal, la viabilidad económica. Otras viabilidades son la gestión política y ambiental. *Pág. # 26*.

Diagrama # 1 Clasificación de estudio de viabilidad



Fuente: Nassir Sapag Chain

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Viabilidad técnica.- Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto, determinación que es realizada generalmente por los expertos propios del area en la que se situa el proyecto.

En algunos casos el estudio de esta viabilidad, puede llegar, incluso a evaluar la capacidad técnica y el nivel de motivación del personal de la empresa que se involucraria en el nuevo proyecto.

Viabilidad legal.- Determina la existencia de trabas legales para istalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a algunos de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto.

Viabilidad económica.- Determina la rentabilidad de la inversión de un proyecto viable, por medio del estudio financiero o económico.

Viabilidad de gestión.- Determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.

Viabilidad ambiental.- Determina el impacto sobre el ambiente, por ejemplo, la contaminación.

Viabilidad política.- Corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto.

1.2.4.1. ESTUDIO DE MERCADO

Permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien, para saber si existe demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos.

El estudio de mercado es el primer punto y más importante a considerar en la elaboración del informe de un proyecto de inversión para conocer la aceptación o no de la misma.

Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el servicio o bien que se pretende fabricar y vender, es decir proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores. Para alcanzar los objetivos anteriores del proyecto, el estudio de mercado se debe enfocar a los siguientes factores:

La demanda.- Consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas (ventas, producción, compras, inventarios entre otros.), entrevistas, cuestionarios y otros.

Los elementos básicos en la determinación de la demanda son:

Los precios del producto, el ingreso y egreso de los consumidores, el número de integrantes de cada sector de consumidores y los precios de los productos complementarios o sustitutos.

La oferta.- Consiste en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir al mercado.

Los elementos fundamentales en la determinación de la oferta de un producto son: el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca y el precio del bien y la competencia.

El precio.- Se refiere a la cantidad de dinero que se tendrá que pagar para obtener el producto. La función básica que el precio desempeña en el desarrollo del proyecto de inversión es como regulador de la producción, del uso de los recursos financieros, de la distribución y el consumo.

Los factores a considerar para la determinación del precio de un producto son entre otros: el precio existente en el mercado, el establecido en el sector público (en caso de ser básica), el estimado con base en el costo de producción entre otros.

Canales de distribución.- Se trata de la forma en que el bien será distribuido a los consumidores.

Palabras transcritas por *Marcial Córdoba Padilla, año 2007*. Aspectos referentes a la comercialización se puede dividir en cuatro variables producto, precio, plaza publicidad y propaganda. Pág. # 22

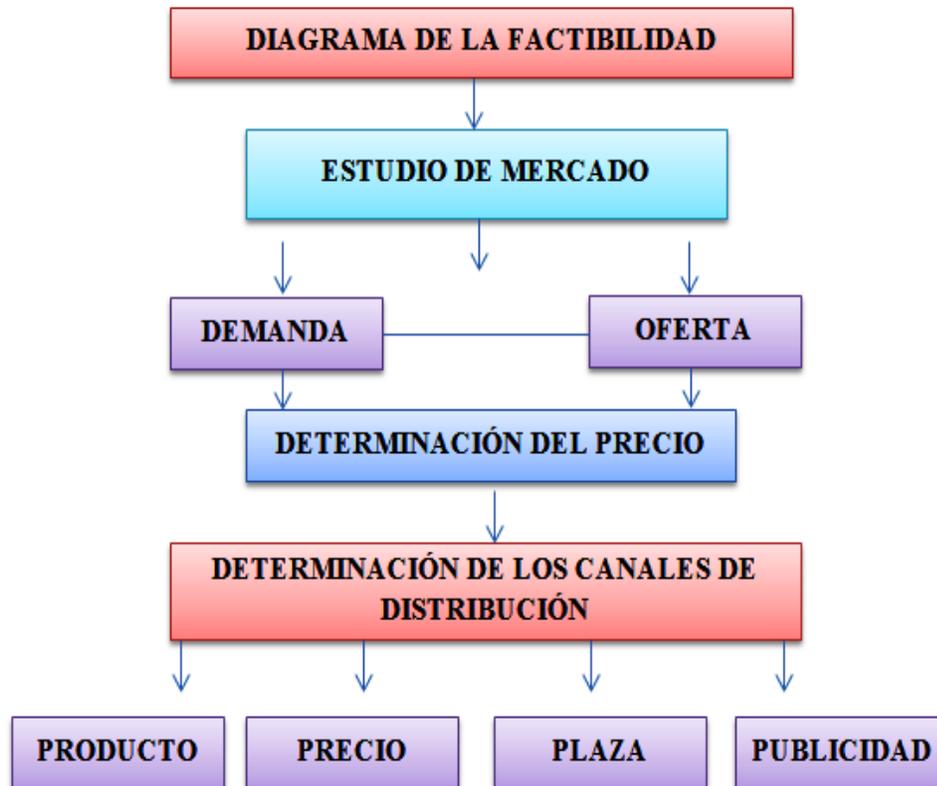
1. Producto.- Analizar la forma de presentación, su envoltura, cantidad de contenido y marca así como la variedad en presentación de consumo, asistencia técnica, entre otros.
2. Precio.- Gastos y costos de distribución, sistema de crédito al consumidor, almacenamiento e imagen de la empresa.
3. Plaza.- El objetivo principal de esta herramienta del Marketing mix es el de poner a disposición los productos y servicio de la empresa de la manera más accesible y cómoda posible para los consumidores finales.

Palabras transcritas por *Marcial Córdoba Padilla, año 2007*. Esto significa entender la forma como sus clientes les gusta encontrar los productos en tiempo, lugar, surtido, estado y precio. Para lograrlo, la empresa deberá evaluar sus necesidades de cobertura (en cuantos puntos de venta debe y quiere estar) y volumen de ventas (nivel de facturación que quiere alcanzar con cada punto de venta). Pág. # 23

Quiere decir que:

1. Contratar distribuidores que hagan llegar sus productos al mercado.
2. Distribuye directamente.
3. Constituye una red de distribución mixta, es decir, en donde entrega directamente a unos clientes y utiliza distribuidores para llegar a otros.
4. Publicidad y propaganda.- La cantidad destinada en el presupuesto para promoción del producto y su distribución para darlo a conocer, así como para anuncios en radio, televisión, periódicos, revistas, folletos, entre otros.

Diagrama # 2 Factibilidad



Fuente: Marcial Córdoba Padilla

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

1.2.4.2. ESTUDIO TÉCNICO

Tiene por objetivo proveer información para calificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta área. Su propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materia prima, energía, mano de obra entre otros); en este estudio se incluyen los aspectos de tamaño, localización e ingeniería. Consiste en:

Estudio básico.- Abarca el tamaño, procesos productivos y localización del proyecto.

Tamaño del proyecto.- Este se califica por la capacidad de producción y requerimientos que los bienes tengan el proyecto y el demandante respectivamente: se deberá definir la selección de:

1. Materias primas
2. Diseño
3. Márgenes de capacidad a utilizar

Los factores que se deben tomar con base para definir el tamaño del proyecto serán básicamente:

1. Tamaño del mercado.
2. Capacidad de recursos financieros, materiales y humanos.
3. Problema de transporte aspectos políticos.
4. Capacidad administrativa.

Procesos administrativos (organizacional): Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales, se debe atacar básicamente dos tipos de aspectos:

1. La forma jurídica de la empresa
2. La organización técnica y administrativa de la empresa

Procesos productivos.- Se refiere a los procesos de transformación aplicados en el proyecto para la fabricación de los bienes, es decir, la conversión de las materias primas en productos terminados.

Localización del proyecto.- Consiste en fijar desde el punto de vista económico es establecimiento de la dimensión de la planta; es necesario definir donde se va a

producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumos (materia prima, energía, mano de obra); también se debe analizar el mercado de los productos.

Palabras transcritas por *Saúl Fernández Espinoza, año 2007*. En conclusión el estudio técnico nos permite conocer la inversión y los costos de producción, donde se determina el tamaño, localización y procesos que nos ayudará a determinar cuánto efectivo se invertirá en la construcción de la empresa o negocio. *Pág. # 44*

Diagrama # 3 Estudio técnico



Fuente: Saúl Fernández Padilla

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

1.2.4.3. ESTUDIO FINANCIERO

Palabras transcritas por *Saúl Fernández Espinoza, año 2007*. El objetivo de este estudio es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión y los costos de operación del proyecto. *Pág. # 45*

La información utilizada en este estado proviene de dos grandes fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determina los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas dirigidas por el precio.

Por su parte el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, entre otros. Esta información se resume en una serie de cuadros y apartados de la siguiente manera:

- 1. Inversión inicial.-** Se refiere al costo de las adquisiciones como terreno, edificio, maquinaria, equipos, activos intangibles, entre otros. También el costo de consultoría y asesorías relacionadas con la inversión inicial.
- 2. Costos de producción y operación.-** Se refiere a los costos directos, indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar la materia prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de administración, alquileres, pago de impuestos, entre otros.
- 3. Capital de trabajo.-** Se refiere a la cantidad de efectivo necesaria para operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez el proyecto finalice su vida útil.

4. **Costo de capital.**- Se refiere al costo del financiamiento del proyecto y se determina en función de las diferentes fuentes de financiamiento del proyecto y su participación en el financiamiento de las inversiones que requiere el proyecto.

5. **Flujo de efectivo.**- Toma como base los precios y cantidades de producto que se planea vender anualmente según ese estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos de efectivo del proyecto, que son los que se utilizarán para calcular la rentabilidad del proyecto.

6. **Rentabilidad.**- Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y la TIR.

1.2.4.4. BASE LEGAL

Palabras transcritas por *Saúl Fernández Espinoza, año 2007*. Es necesario determinar todas las regulaciones de tipo legal que podrían afectar su desarrollo, especialmente en lo referente a su ubicación y funcionamiento. *Pág. # 47*

La ubicación está afectada por los planes reguladores de las municipalidades locales o por lo establecido por las entidades nacionales responsable del desarrollo urbano.

Palabras transcritas por *Saúl Fernández Espinoza, año 2007*. Dentro del tipo de actividad, se requiere cumplir con trámites para el otorgamiento de permisos de fundamentos (patentes, licencias, estudio de impacto ambiental, entre otros.) que podría afectar la etapa de operación, tanto en la parte productiva como de desechos, en donde se hace necesario cumplir con una serie de directrices emanadas por entidades responsables de la salud pública. *Pág. # 47*

1.2.4.5. IMPACTO AMBIENTAL

Palabras transcritas por *Manuel Andrés Abellán, Francisco Antonio García Morote, Manuela Andrés Abellán, año 2009*. En términos generales, los estudios de viabilidad ambiental son el instrumento para verificar la compatibilidad entre los usos solicitados por el proyecto del espacio, compatibilidad de las tecnologías propuestas y ordenamiento del territorio establecido tanto por el poder público, como por los propios intereses de la comunidad. *Pág. # 114*

El Estudio de Impacto Ambiental (E.I.A) incluye dos aspectos distintos que son:

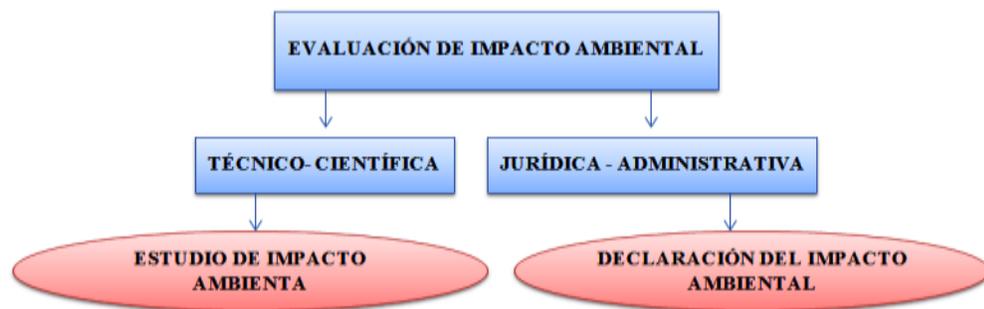
- 1. Una parte técnica – científica.-** Proceso analítico que tiene por objeto identificar (determinar las relaciones causa –efecto), valorar (cuantificar e interpretar) y corregir de forma preventiva, el impacto ambiental de un proyecto o actividades en el caso de que se ejecuten.
- 2. Una parte Jurídica - Administrativa.-** Trámites administrativos conducentes a la aceptación, modificación o rechazo de un proyecto o actividad por parte de la administración, en función de su incidencia sobre el medio ambiente.

El procedimiento del (E.I.A) está, por tanto, integrado por dos documentos: el estudio de impacto ambiental y la Declaración del Impacto Ambiental. (D.I.A).

Palabras transcritas por *Manuel Andrés Abellán, Francisco Antonio García Morote, Manuela Andrés Abellán, año 2009*. El estudio ambiental es el documento o informe técnico donde se deberán identificar, describir, valorar y corregir los impactos que la fase de construcción y puesta en marcha de un proyecto o actividad produciría sobre el medio, los recursos y los procesos naturales que existan en su entorno. *Pág. # 114 y 115*

Palabras transcritas por *Manuel Andrés Abellán, Francisco Antonio García Morote, Manuela Andrés Abellán, año 2009*. Este documento técnico es el que se debe presentar el promotor o titular del proyecto a la administración competente, y sobre él y sus conclusiones se debe formular la correspondiente declaración de impacto ambiental. *Pág. # 116*

Diagrama # 4 Evaluación de impacto ambiental



Fuente: Manuel Andrés Abellán

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

1. Estudio de impacto ambiental de la alternativa escogida.- Con el contenido mínimo siguiente: localización y descripción del proyecto y sus acciones durante las fases de construcción y funcionamiento (características físicas, necesidad de ocupación de suelo, características de los procesos de fabricación, materiales y recursos a utilizar).
2. Estimación de los tipos.- Cantidades y composición de residuos, vertidos y emisores de materia y energía resultantes (contaminación aire, agua, suelo, ruido, vibraciones, calor, radiaciones y emisores luminosos...), en las fases de construcción, funcionamiento y finalización de las actividad.
3. Inventario ambiental (descripción de los elementos del medio ambiente que puedan verse afectados de forma apreciable por el proyecto, y en especial la población, fauna y flora y sus respectivos hábitats, la geomorfología, el suelo, el agua, el aire, el clima, el paisaje, la estructura implementa intentando

articular todos estos requerimientos legales con estudios técnicos de general aceptación y con procedimientos técnicos utilizados para valorar de forma rigurosa y práctica los impactos ambientales de proyectos reales, a continuación se exponen las diferentes fases que a nivel técnico debería contener un estado de impacto ambiental relativo a sus proyectos y actividades.

1.3. COMPLEJO ECO-TURÍSTICOS

21.3.1. COMPLEJOS

Es un espacio destinado al esparcimiento y recreación de turistas locales, nacionales e internacionales; posibilitando múltiples actividades recreativas y de diversión, por lo consideración extensión de terreno que presenta facilita un estado de relajación y descanso para personas de toda edad”.

Un complejo puede ser dividido de acuerdo al enfoque del tipo de turista, ocasión, de acuerdo al tipo de turista que se piensa implementar. Datos generales como:

1. Ciudad, país, continente.
2. Superficie total.
3. Clima.
4. Atractivos turísticos.
5. Servicios ofertados.

Sus instalaciones deben ser complementados con:

Restaurante, bar, supermercado, aula de naturaleza, piscina, merendero, módulo de lavaderos y fregaderos, instalaciones higiénicas, parcelas caravanas.

1.3.2. TURISMO

Dado que el turismo de masas en los destinos del sol y playas no comenzó hasta pasada de la segunda guerra mundial, en España hasta 1965 no se comenzó a ordenar la actividad turística en un sentido moderno de la normativa.

Se hizo mediante el “Estatuto Ordenador de las Empresas y Actividades Turísticas”, aprobado con el decreto 231/1965, del 14 de enero del mismo año.

Esta normativa constituyó una herramienta esencial en el gran crecimiento del turismo en España en las décadas de los sesenta y de los setenta que intervenían en dos ámbitos muy concretos.

Las competencias que la norma regulaba eran, entre otras, la creación y el funcionamiento de empresas turísticas, la clasificación y tipología de las empresas, la inspección y la vigilancia de los establecimientos, el control de los precios, las medidas de fomento y la protección, en las reclamaciones y los recursos.

Posteriormente, este estatuto se desarrolló con reglamentos que trataban de regular varios sectores de actividad turística.

Tanto el estatuto como este reglamento ya no están vigentes hoy dado que España como hemos dicho antes las comunidades autónomas las que tienen competencias de ordenación turística dentro de su territorio y estas han desarrollado sus propias normativas.

En la historia de la humanidad los viajes han sido una constante, en principio por conquista de nuevos territorios, hoy por placer o negocios, y siempre por una necesidad del ser humano de conocer, descubrir nuevos parajes.

La Organización Mundial de Trabajo “O.M.T.” define el turismo como:

Palabras transcritas por *Mónica Pérez de las Heras, año 2007*. Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. *Pág. # 19, 20 y 21*

En la actividad turística es preciso distinguir una relación de elementos que forman parte de ella, y que van a ser claves a la hora de hablar de turismo sostenible, pues todos ellos deberán involucrarse, de una u otra forma, en la sostenibilidad. Son los siguientes:

1. La demanda turística: clientes y potenciales clientes de la industria turística.
 2. La oferta turística.- Productos y servicios que se ponen a disposición de los clientes.
 3. El enclave geográfico.- El destino en que se realiza la actividad turística.
-
1. Los agentes turísticos.- Empresa y organismos que facilitan el paso de la oferta de la demanda.

Palabras transcritas por *Mónica Pérez de las Heras, año 2007*. La demanda, por tanto, está formada por el conjunto de personas que se acercan a la industria turística para la realización de un viaje, la oferta por el viaje en sí, el enclave es el lugar al que se desplaza, y los agentes turísticos, las empresas que organizan y ponen a venta el producto. *Pág. # 21*

1.3.2.1. TURISMO SOSTENIBLE

Según las definiciones de la Organización Mundial de Turismo (O.M.T) el turismo sostenible es:

Palabras transcritas por *Matías Gonzales y Carmelo León, año 2007*. Turismo sostenible es aquel que conduce a la gestión de todos los recursos disponibles para darle un uso productivo. *Pág. # 4*

Palabras transcritas por *Matías Gonzales y Carmelo León, año 2007*. En una forma en que las necesidades económicas, sociales y estéticas pueden ser satisfechas manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sustentan la vida, *Pág. # 4*

El turismo sostenible es aquel que:

1. Optimiza el uso de los recursos ambientales claves para el desarrollo del turismo, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y contribuyendo a la conservación del patrimonio natural la biodiversidad.
2. Respeta la autenticidad cultural de las comunidades anfitrionas, conserva su patrimonio construido y cultural y los valores tradicionales, y contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Hace posible el sostenimiento a largo plazo de la actividad económica, proporcionando beneficios económicos equitativamente distribuidos a todos los actores participantes, incluyendo la generación de oportunidades de empleo estable e ingresos, mejorando el acceso de la comunidad a servicios e básicos y contribuyendo a la mitigación de la pobreza.

1.3.3. REGULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Palabras transcritas por *Oriol Miralbell Izard, Jesús González Barahona, Ramón Arcaronsy Simón, Josep Capellà y Hereu, Francesc González, año 2010*. Por lo que se refiere a los textos normativas de rango inferior encargados de fijar el detalle de la ordenación de las actividades turísticas. *Pág. # 25*

Se suelen hacer en los siguientes ámbitos:

1. Características y requisitos necesarios que han de tener los establecimientos turísticos (alojamiento, restaurantes), los equipamientos turísticos (parques temáticos, parques acuáticos, puertos deportivos, estaciones de esquí) y servicios turísticos (deportes de aventura, servicio de agua) y su clasificación.
2. Características y requisitos necesarios para ejercer como empresa turística (agencia de viajes, hotel, camping de deportes, alojamiento rural, empresa de explotación de apartamentos, empresa de deportes de aventuras) o como profesional del turismo (Guía turístico, director del hotel, cocinero).
3. Normas de funcionamiento de la actividad de intermediación, de acuerdo con las directivas europeas, leyes de protección del consumidor y de la Ley de turismo.
4. Régimen de precios, de reservas y servicios complementarios de los establecimientos turísticos.
5. Régimen sancionador por infracciones administrativas con el objetivo de mejorar la identificación de las conductas infractoras y determinan la sanción que corresponden.

Palabras transcritas por *Oriol Miralbell Izard, Jesús González Barahona, Ramón Arcaronsy Simón, Josep Capellà y Hereu, Francesc González, año 2010*. En un sentido genérico, la normativa turística sería un conjunto de normas que pretenden, por un lado, regular las empresas y las actividades que inciden directamente en el sector turístico y, por el otro fomentar y controlar estas empresas y las actividades. Esta normativa resulta esencial para la gestión pública del turismo a la hora de poner en marcha este sector en un país o comunidad autónoma. Pág. # 26

1.3.3.1. OTROS ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN

Palabras transcritas por *Oriol Miralbell Izard, Jesús González Barahona, Ramón Arcaronsy Simón, Josep Capellà y Hereu, Francesc González, año 2010*. Sin embargo, esta normativa no sería suficiente para ordenar toda la actividad que se desarrolla en torno al turismo y que tiene una importancia primordial también por el buen funcionamiento del mismo. Por eso, hay otros ámbitos de intervención relacionados con el turismo que necesitan una normativa y una planificación específica en los siguientes ámbitos de intervención. Pág. # 26

Ámbitos:

1. Seguridad,
2. Sanidad e higiene en los servicios,
3. Transporte público y privado de pasajeros,
4. Espectáculos y equipamientos,
5. Medio ambiente y paisaje,
6. Equipamiento e infraestructuras públicas,
7. Ordenación de territorial,
8. Política monetaria,
9. Política económica y fiscal.

1.3.4. FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR

Una de las competencias fundamentales de los gobiernos es la del fomento de la actividad turística.

Esta competencia consiste en la provisión de medidas que apoyen el desarrollo de este sector, bien por medio de una normativa que facilite la creación de las empresas y regule su actividad, bien mediante inversiones directas en servicios y equipamientos públicos que permitan el desarrollo y funcionamiento del sector turístico, bien por mediación de líneas de subvención a la creación y/o la modernización de los establecimientos turísticos, de la formación de los profesionales o a través de acciones de promoción del turismo en el destino en los mercados de origen del turista.

Aunque el turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente entre las tres últimas décadas, en que empieza a considerarse como actividad económica y socio cultural de importancia.

En el campo político, la creación de una instancia gubernamental el actual Ministerio de Turismo surge tan solo hace 16 años.

Hoy el turismo representa para el Ecuador la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y el banano (sin considerar las remesas de los emigrantes).

El turismo por otra parte, es una economía como la ecuatoriana, altamente dependiente de los ingresos del petróleo, es considerado como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, integradora y complementaria con múltiples actividades.

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. Por cada empleo directo que se genera en turismo se crean entre 3 y 6 puestos de empleos indirectos. De hecho el turismo se constituye así en una estrategia del país. *Pág. # 30 y 31*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. En este contexto, por un lado se ha desarrollado el sector tradicional del turismo, integrado por servicios como hotelería, restaurantes, operadoras turísticas, transporte comercial y turístico, infraestructura de turismo; mientras por otro lado, las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente durante las tres últimas décadas del siglo XX a plantearse también la relación con la actividad turística, acuñando una propuesta propia que se denomina turismo comunitario. *Pág. # 31*

1.3.5. TURISMO COMUNITARIO

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. El turismo comunitario se desarrolla a partir de los años 80, “paralelamente” a la industria turística convencional, llegó a ser un sector creciente e importante para no menos de 100 comunidades indígenas y campesinas unas 3000 familias, esta actividad por lo tanto beneficia directa e indirectamente a no menos de 15000 personas del sector rural ecuatoriano (FEPTCE). *Pág. # 13*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. La definición propuesta por la FEPTCE es al mismo tiempo una construcción colectiva y un punto de llegada en el proceso vivido por las comunidades ecuatorianas desde los años 80, refleja la confluencia de la búsqueda de alternativas económicas y sociales complementarias a sus actividades tradicionales en la generación de ingresos, empleo y lucha contra la pobreza. Pero también una estrategia de conservación, acceso y control de recursos naturales y de revalorización de su patrimonio cultural. *Pág. # 13*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. El turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito de las más acuciantes expectativas del mundo actual. *Pág. # 13*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. Por otro lado, es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo hegemónicos, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental, y aun supone una explotación consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural. *Pág. # 13*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. El principal problema para clarificar esta forma de gestión turística viene de la propia nomenclatura a utilizar y del reconocimiento de esta en la literatura especializada. Por el contrario, encontramos un conjunto de términos asociados – ecoturismo, turismo étnico, turismo indígena. *Pág. # 13*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. El turismo comunitario forma parte de una estrategia de desarrollo local a través de la actividad turística que se desempeña. Desde esta perspectiva ¿qué efectos persigue? *Pág. # 13 y 14*

1. Mejora de la calidad de vida (el buen vivir según la propuesta indígena). Desde lo organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo Comunitario se asocia a los programas de lucha contra la pobreza.

Desde el turismo comunitario se procura un efecto positivo sobre el conjunto de sus miembros, aunque al mismo tiempo considere recompensas desiguales en el negocio turístico.

En este mismo sentido, también se entiende que el turismo comunitario es una forma de frenar la emigración desde las comunidades. Se trata, por tanto, de una estrategia socioeconómica de desarrollo comunitario que elevando el nivel de vida general frente las atenciones migratorias.

2. Mejora medioambiental. La sistemática vinculación del turismo comunitario con el ecoturismo y de manera general con la naturaleza como objetivo turístico, hace que a nivel comunitario el negocio turístico implique una práctica de conservación ambiental.

No se ha hallado mejor excusa para transformar las prácticas ambientales negativas que hacer al medioambiente objeto del mercado. Junto a este proceso se recuperan formas de relación tradicional que, coincidentes con las políticas ambientales internacionales, vienen a hacer aún más consistente la protección ambiental.

3. Defensa de las minorías étnicas. Para las asociaciones y organizaciones indígenas, también para muchas comunidades, el turismo comunitario tiene una marcada dimensión política ya que se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos.

1.3.6. LOS INICIOS 1980-2000

Los años 80, estuvieron internacionalmente marcados por la creciente sensibilización y debate sobre la conservación de los recursos naturales y el manejo ambiental, así como el cuestionamiento de prácticas nocivas con los mismos. Ello habrá de desembocar en la famosa cumbre de la Tierra de Rio de Janeiro, (1992) que pondrá el concepto de sostenibilidad como nuevo elemento del debate y la práctica del modelo de desarrollo.

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. Este debate llegará también al turismo, planteado una conflictiva relación entre turismo y conservación, lo que ya fue considerado en el diseño de la operación turística para las Islas Galápagos (D Little, 1967, citado por Parra, 1989) y que posteriormente fue acogida por otros autores como por ejemplo Budowski en el año de 1976. *Pág. # 332*

La sensibilidad por la conservación del ambiente iría de la mano de la naturaleza de destinos naturales tanto en la fauna y la flora para conservar estas especies que en algunos casos están comenzando a desaparecer en todo el mundo por personas sin conciencia.

Aunque la historia del turismo de naturaleza habla de que este “Ha existido siempre”, motivada por la celebración del año del ecoturismo, pone de manifiesto las múltiples formas en que el turismo puede prestar asistencia al desarrollo sostenible, beneficiando a la población en condiciones de pobreza y a las comunidades indígenas.

Organización Mundial de Turismo (O.I.T) señala que “las nuevas corrientes turísticas mundiales, gestadas en las dos últimas décadas se han traducido en un creciente número de proyectos de turismo en comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externos como ONG, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional” precisando que lo que veremos en los años 90 en adelante es la intensificación y mayor escala en la relación con el mercado.

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, año 2007*. Se agranda que el perfil del turista para los años 2000, especialmente Europa y Norteamérica no, se inclina por un turismo de renovación, contraste originalidad, en entornos naturales preservados y con servicio de calidad. *Pág. # 332 y 333*

1.3.7. EL ECOTURISMO

Héctor Ceballos – Lascañán, coordinador del programa de ecoturismo de la ONG internacional, la “Unión Mundial para la Naturaleza (UICN)”, indica en su libro “Tourism, ecotourism and protected áreas” el ecoturismo en la actualidad.

“El viaje medio ambiental responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local”.

Por su parte, en el libro “Earthrips” de Dwight Holing, de la Organización Ambientalista Americana “Conservación Internacional” lo define como:

“El viaje ecológicamente sensitivo que combina los placeres de descubrir y entender una flora y una fauna espectacular a la vez que contribuye a su conservación”.

También la Asociación de Ecoturismo de Hawaii”, intentando especificar un poco más sobre esta cuestión, considera que el ecoturismo:

1. Es para los viajeros que quieren entrar en contacto directo con la naturaleza, las comunidades locales y la cultura indígena,
2. Está dirigido a viajeros con especial interés, que buscan experiencias únicas y auténticas.
3. Tiene en cuenta el impacto de la industria turística sobre el medio ambiente, así como el impacto social, cultural y económico,
4. Trata de dirigir sus actividades en armonía con naturaleza.

Casi todas las definiciones del término ecoturismo gira alrededor de un turismo altamente responsable *Ceballos- Lascurain (1933)*, que beneficia directamente a la conservación del área natural de destino de viaje y al bienestar económico de los

residentes locales (*Ziffer, 1986*); o bien en términos más abstractos, un turismo de naturaleza que promueve la conservación y el desarrollo sustentable. (*Boo, 1992*).

Si bien el término fue desarrollado originalmente para utilizarlo en áreas protegidas, luego se lo adapta para otros tipos de área naturales. Asimismo, tres diferentes criterios se han usado para caracterizar el ecoturismo:

1. Provocar un bajo impacto físico (y social) sobre el medio.
2. Servir como medio de educación ecológica al turismo.
3. Generar una significativa participación económica local.

Palabras transcritas por *Lindberg y Enríquez, Sven Wunder, año 2007* “La razón principal para la popularidad del ecoturismo es que puede generar empleos que se generan con un impacto mínimo sobre el medio ambiente y que muchas veces inducen un apoyo local al área natural que atrae los turistas. *Pág. # 7*

Palabras transcritas por *Lindberg y Enríquez, Sven Wunder, año 2007*. El ecoturismo es bueno para el desarrollo económico porque puede crear empleos en regiones remotas que históricamente se han beneficiado menos de programas de desarrollo económico que regiones más densamente pobladas. Incluso un número limitado de empleos pueden construir un beneficio significativo, en comunidades donde la población es escasa y hay pocas alternativas. *Pág. # 8*

Hacen hincapié en que el ecoturismo debería seguir contribuyendo a que sector turístico en su conjunto sea más sostenible, incrementando los beneficios económicos y sociales para las comunidades anfitrionas, contribuyendo activamente a la conservación de los recursos naturales y la integridad cultural de los comunidades anfitrionas e incrementando la sensibilización de los viajeros respecto a la conservación del patrimonio natural y cultural.

Palabras transcritas por *Mónica Pérez de las Heras, año 2007*. Reconocen a la diversidad cultural vinculada con numerosas zonas naturales, especialmente debido a la presencia histórica de comunidades locales e indígenas, algunas de las cuales han mantenido su saber – hacer, costumbres y prácticas tradicionales que, en muchos casos, han demostrado su sostenibilidad a lo largo de los siglos. *Pág. # 268*

Palabras transcritas por *Mónica Pérez, año 2007*. Una de estas iniciativas, provino en 2001 del Ministerio de Turismo y de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC) quienes a través de un convenio interinstitucional, promovieron la elaboración de un reglamento de ecoturismo y sostenibilidad que entre otros puntos incentivaban la legalización de las operaciones eco-turísticas comunitarias, pues en esa época, se comprobó que la mayor parte de oferta turística comunitaria se centraba en esa tipología turística. El reglamento efectivamente se publicó y en el constaba la forma de legalizar la operación comunitaria y la necesidad de que se contara con una norma técnica al efecto. *Pág. # 268*

Este reglamento de ecoturismo, fue insertado como el capítulo cinco del reglamento general de actividades turísticas que se expidió en el año 2002. En el mismo consta la posibilidad de legalización de las operaciones comunitarias. Este reglamento recoge por primera vez en la legislación ecuatoriana una conceptualización de la participación comunitaria en el ecoturismo. Entre los diferentes aspectos tratados en dicha legislación podrían destacarse:

1. Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie de determinadas de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al sistema Nacional de Áreas protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que

las rodea. Dicha actividad se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permitan la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

2. Se dispone como una de las políticas permanentes de ecoturismo y principios generales la incorporación y reconocimiento de la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos de ecoturismo, en su forma de organización y manejo, en formulación de políticas, en la planificación relacionada y la promoción.
3. Se reconoce como modelo de participación a las comunidades locales en el manejo de operaciones de las actividades de ecoturismo.
4. Se asegura por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo.
5. Se fomenta la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones.
6. Se fortalece a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación de turismo que se realiza dentro de las áreas naturales.
7. Se promueve las actividades de capacitación dirigidas a los miembros de comunidades locales en actividad calificadas como de ecoturismo. En tales procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad.
8. La ejecución de las actividades relacionadas con el ecoturismo en el Ecuador, corresponden al sector privado por medio de las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente reconocidas, dedicadas a esta actividad, según se

encuentra determinado en las leyes correspondientes, reglamentos específicos, normas técnicas y en este reglamento.

9. Se determinan las actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado comunitario; las comunidades legalmente reconocidas, pueden ejercer las actividades de ecoturismo previstas en la ley, a excepción de aquellas cuyo ejercicio estén reservados a algunas personas jurídicas según las leyes.
10. Las actividades se realizarán de manera directa, sin intermediarios. Por lo tanto las comunidades legalmente reconocidas podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos.
11. Las operaciones realizadas por comunidades legalmente reconocidas, serán autorizadas únicamente para su jurisdicción; sin implicar ello exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios.
12. Para efecto de este reglamento se entiende por comunidad la organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para tal efecto.
13. Se determina los requisitos para la operación de comunidades legalmente reconocidas. Las comunidades locales organizadas y capacitadas podrán prestar servicio de ecoturismo, previo cumplimiento de los siguientes requisitos:
 1. Petición realizada por los interesados de manera directa, indicando que tipo de actividad desean efectuar.
 2. Acta certificada de la Asamblea General Comunitaria en el cual se nombra al responsable o responsables para el ejercicio de las actividades de ecoturismo.
 3. Obtención de registro y licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.

4. Obtención del permiso o autorización del Ministerio del Ambiente cuando la actividad se vaya a realizar dentro del sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, Año 2007*. Se llama empresa de ecoturismo a la persona natural o jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividad de ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes. *Pág. # 56*

Palabras transcritas por *Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, Año 2007*. Esta categoría especial se determinará sobre la base del proceso de certificación de sostenibilidad voluntaria a la que las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente constituidas o reconocidas dedicadas al ecoturismo, pueden optar, esta certificación avalará sus acciones. *Pág. # 56*

1.3.8. ECOTURISMO, TURISMO DE NATURALEZA Y TURISMO RURAL

Según algunos autores, el ecoturismo es un sector turístico que entra en lo que se denomina “turismo de naturaleza”,

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. La definición que a nivel internacional se conoce para el turismo de naturaleza es aquel que se realiza en el medio natural, incluyendo turismo deportivo, de aventura, cinegético etc. *Pág. # 23*

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. Por otro lado, se considera turismo rural a aquel que tiene lugar en el medio rural. Y dentro de él se incluirán otros sectores turísticos que, efectivamente se dan también en el ámbito rural, pero cuyos practicantes tienen objetivos muy diferentes. *Pág. # 23*

Por ejemplo:

1. **El turismo de aventura.-** Donde lo que se pretende es la vivencia de una situación especial, de carácter un tanto arriesgado.
2. **El turismo deportivo.-** Es el móvil para la práctica de algún deporte en pleno medio ambiente.
3. **El agroturismo.-** Lo que se desea es participar en las labores tradicionales de un establecimiento rural.

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. Se puede por tanto definir el turismo rural, para que quede bien clara su diferencia con el ecoturismo, como: “el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones rurales” por ejemplo en zonas donde hay playa. *Pág. # 24*

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. Así el objetivo del eco-turista es, disfrutar del recurso natural que se visita, ya sea un lugar donde hay animales, paisajes espléndidos una flora especial, pero con un añadido de máxima importancia: pretendiendo la conservación de los recursos naturales, y apoyando para ello la economía y a la población local. *Pág. # 24*

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. Como se indicaba anteriormente, es precisamente esta confusión o mezcla de términos la que está proporcionando que proyectos que nada tienen que ver con el ecoturismo se estén colgando una etiqueta que para nada les corresponde , provocando la confusión de ecoturismos, gestores de turismo, gerentes de parques naturales, etc. *Pág. # 24*

1.3.8.1. SURGIMIENTO DEL ECOTURISMO

Como conservar la naturaleza a través del turismo:

- a) La gente aprecia más los recursos naturales del planeta y verlos por sí misma.
- b) Los conservacionistas consideran que es una forma nueva de proteger los recursos, mediante el uso de “desarrollo sostenible”.
- c) Los países de destino que suelen ser del tercer mundo- ven en el ecoturismo una importante fuente de ingresos que pueden explorar.
- d) Hay un incremento de conocimiento sobre lugares nuevos y remotos a través de los medios de comunicación e internet.
- e) La estabilidad política a nivel mundial y la seguridad en los viajes.
- f) Comienza a darse una preocupación general por los lugares demasiado poblados como ciertos destinos turísticos.
- g) A nivel internacional surgen ayudas e incentivos para apoyar proyectos interesantes, ambientalmente hablando, de turismo.
- h) Los viajes de ecoturismo se hacen cada vez más baratos y más asequibles.

1.3.9. ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL ECOTURISMO

1. **ECOTURISTA OCASIONAL.**- El turista que elige un tour de ecoturismo de forma accidental, como parte de un viaje más grande.

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, año 2007*. Por ejemplo, los visitantes de las Cataratas de Iguazú. La mayoría de los turistas que pasan por Rio de Janeiro se acercan a dicho enclave natural, muchos de ellos no tienen un interés especial por el medio ambiente, pero es unas excursiones más típicas desde la ciudad de Rio y las cataratas resultan ser un espectáculo natural que gusta a todo el mundo. Pág. # 40

2. **ECOTURISTA DE HITOS NATURALES.**- Es aquel que visita ciertos puntos fundamentales del ecoturismo, para salir de la rutina de los viajes habituales. Por ejemplo, el que elige hacer un safari a Kenia, simplemente por vivir una aventura “diferente”, o quien visita la selva amazónica. Se trata por lo tanto de un turista que un año va a Cancún (México) a la playa, otro va de compras a Tailandia, pero alguna vez decide hacer algo distinto, como puede ser un safari fotográfico en Kenia.

3. **ECOTURISMO INTERESADO.**- Es el que específicamente busca este tipo de viajes, porque le gusta más disfrutar de la naturaleza y no quiere pasar sus vacaciones ni en ciudades ni en playas maravillosas. Por ejemplo, es aquel que en un año va a Costa Rica, y al siguiente a Kenia, y al otro a ver el Gran Cañón del Colorado (USA). Este es ya un eco-turista nato, que va demandando precisamente eco-tours para sus vacaciones.

4. **ECOTURISTA ENTREGADO.**- Se trata de investigadores, científicos o estudiosos de la naturaleza, así como personas con vocación ambiental, que quieren aprender a ayudar a la conservación del medio ambiente. Además de la gente que participa en proyectos de investigación, hay otros que colaboran en tareas de limpieza de ciertas zonas, como, por ejemplo, la recogida de basura del Monte Everest.

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007*. Son ecoturistas vacacionales que creen en el ecoturismo como instrumento de conservación de la naturaleza y pretenden aportar su granito de arena en la preservación del medio ambiente durante sus vacaciones y experiencia en diferentes lugares turísticos del planeta, consideran que se puede “salvar el planeta viajando”. *Pág. # 43 y 44*

1.3.9.1. MEDIDAS PARA DESARROLLAR INFRAESTRUCTURA “SOSTENIBLE”

Palabras transcritas por *Ramón Alonso Sebastián, Ramón Alonso Sebastián, Arturo Serrano Bermejo, Silverio Alarcón Lorenzo, año 2007. Como conservar la naturaleza por medio del turismo, como una guía para desarrollar infraestructura sostenible en lugares atractivos del planeta. Pág. # 56)*

1. Construcciones simples, que no rompan la armonía del lugar.
2. Utilización de materiales semejantes a los que se emplean en la zona, bambú, madera, piedra, etc.
3. El estilo de los edificios debe ser similar al de las casas de los habitantes locales.
4. Evita la construcción en lugares situados en el curso natural de un río, en pasos de animales que puedan interrumpir sus migraciones, entre otros.
5. Construir en los lugares más recónditos y escondidos posibles para pasar desapercibido para los animales.
6. Las facilidades turísticas deben situarse próximas entre sí, mientras que los edificios administrativos deben estar juntos, pero en otro lado, de manera que los eco-turistas tengan claro cuál es su zona donde pueden estar y cual no para evitar confusión.
7. Uso de técnicas de eco-diseño para una mayor sostenibilidad en todos en todos los edificios.

1.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.4.1. COMUNAS Y TIERRAS COMUNALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

La expedición de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas de 30 de julio de 1937, la cual se mantiene vigente, constituye el primer acto de reconocimiento jurídico-orgánico de las comunas y de sus tierras comunales ocurrido durante el período republicano.

1. En su artículo 1, La ley establece y define que es una comuna: “Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare”.

CABILDO Y/O GOBIERNO COMUNITARIO

El cabildo y gobierno comunitario son autoridades comunitarias, que representa a una comunidad organizada y dirige para fomentar el desarrollo colectivo, son representantes que organizarán los planes y proyectos para el mejoramiento y seguridad de los moradores de la comuna. Sin embargo, estas dos instancias son diferentes en cuanto a las atribuciones y competencias internas. Dentro del Reglamento Interno aprobado por MAGAP son cinco los integrantes del Cabildo: presidente, vicepresidente, tesorero, síndico y secretario, quienes tienen sus responsabilidades de trabajo más allá de representar; mientras que en el estatuto de comunidades que tienen legalizada en el CODENPE existe el gobierno comunitario que tiene las siguientes autoridades: presidente, vicepresidente, dirigentes: Actas y

comunicaciones, Economía y Finanzas, Territorios, recursos naturales, ambiente y desarrollo, política y fortalecimiento de la comunidad, educación y juventud. Mujer, familia y salud integral; es un gobierno comunitario que dentro de su circunscripción territorial pueden asumir la gestión administrativa de recursos naturales, infraestructura, educación y justicia, siempre que la asamblea general apruebe y demande los proyectos.

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS DEL CABILDO Y GOBIERNO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES.

Las atribuciones y competencias que tienen las autoridades comunitarias.

Depende del reconocimiento jurídico que tengan sean estos emitidos por MAGAP, CODENPE y MIES, por lo tanto, varían y se diferencian en cada caso.

- a) Dentro del reglamento interno de las comunidades legalizadas y aprobados por el MAGAP, como órganos de dirección consta el cabildo lo cual es el órgano administrativo y representativo de la comuna, estará integrado por el presidente, vicepresidente; el tesorero, el síndico y el secretario, quienes tienen las siguientes atribuciones y deberes:

Formular los planes y proyectos anuales de trabajo y obras, súper-vigilar el fiel y estricto cumplimiento de las disposiciones de la ley de comunas, estatuto jurídico y del presente reglamento interno así como las resoluciones de la asamblea general y del MAG.

Fijar las cuotas y más contribuciones, adoptar medidas más aconsejables para cobro de cuotas, elaborar el presupuesto económico anual, establecer y mantener un sistema de control que garantice la seguridad y orden.

- b) Dentro del estatuto aprobado por el CODENPE, las autoridades comunitarias asumen la gestión territorial como autoridades legítimas que debe planificar y ejecutar de acuerdo a sus requerimientos.

Dentro de este estatuto reconocen como concejo de gobierno, en la que nombra los miembros de acuerdo al área de trabajos que se dispongan dentro de desarrollo comunitario, y entre las principales autoridades que se nombra son las siguientes:

Presidente (a), vicepresidente (a), dirigente (a) de actas y comunicaciones, dirigente (a) de economía y finanzas, dirigente (a) de territorios, recursos naturales, ambiente y desarrollo, dirigente (a) de política y fortalecimiento de la comunidad, dirigente(a) de educación, juventud, dirigente (a) de la mujer, familia y salud integral.

Las atribuciones y competencias de estas autoridades son: Administrar los recursos naturales renovables y regulars su acceso, manejo y aprovechamiento, formular planes, programas, proyectos; conocer, analizar y aprobar los proyectos de contratos.

- a. Elaborar proyectos de reglamento interno.
- b. Rendir cuentas ante la asamblea general de las actividades realizadas.
- c. Establecer mecanismos.
- d. Promover la participación de la colectividad.
- e. Conocer y resolver todos los conflictos producidos entre las familias y/o organizaciones miembros para lo cual podrá utilizar las costumbres, prácticas, procedimientos y sanciones propias de la comunidad.
- f. Intervenir en nombre de la comunidad en los procesos de consulta, recibir los beneficios por la participación e indemnizaciones por los daños al medio ambiente y/o cultural

1.5. MARCO REFERENCIAL/SITUACIONAL

1.5.1. HISTORIA DE LA COMUNA MONTAÑITA.

Foto # 1 COMUNA MONTAÑITA



Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

Para el año 1962 llega al pueblo un surfista peruano cuyo nombre era PitiBlock, el cual entabló amistad con algunos pobladores de la comuna, los cuales se animaron a practicar surf con una tabla y seguir con este deporte, turnándose la tabla que había dejado el peruano, hasta que luego comenzaron a fabricar sus propias tablas con balsa. A ellos se les unieron muchos amigos y así poco a poco comenzó a crearse una pequeña tribu bien unida de surfers.

Es así como Montañita empezó a convertirse en un punto de encuentro para gente, usualmente extranjera, vinculada o inspirada en el movimiento hippie y el surf, y con gran afinidad entre la vida alternativa de los visitantes tanto nacionales como extranjeros y la estructura y organización comunitaria y autónoma de la comuna.

Hasta principios de los años noventa, los turistas acudían en busca de un ambiente de paz y prometedor de aventuras, esta visión de aquellos turistas todavía eran lejanos a la idea de convertir al lugar en un paraje turístico comercial.

Luego con el tiempo, Montañita comenzó a levantarse con casas de veraneo, pequeños hoteles y restaurantes rústicos, creado por guayaquileños y algunos extranjeros que se enamoraron de este lugar y quisieron establecerse ahí, los turistas comenzaron a practicar el surfers y a las personas que gustaban por sus atractivos y sus habitantes hogareños sin olvidar, el mar, el agua tibia y la paz de Montañita.

1.5.2. ORGANIZACIÓN SOCIAL

Foto # 2 COMUNA MONTAÑITA



Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

En la entrevista realizada al presidente de la comuna el señor Leonel del Pezo, obtuvimos la información necesaria en cuanto a organización social de la comuna, es así que en el año 1937 se crea la “Ley de organización de Comunas”; siendo el máximo ente regulador el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Y en el año 1938 los pobladores de esta zona se organizan jurídicamente y así nace la comuna Montañita, siendo su primer presidente el señor Lorenzo Villao.

La directiva se reúne todos los lunes de 7 a 8 de la noche, para revisar todos los problemas que se suscitan en la comuna, en estas reuniones solo participan los miembros que componen la organización, son: Presidente: Leonel del Pezo, vicepresidente: Isaías Villao, tesorero: Jimmy Rosales, secretario: Javier González. Y comité de Turismo: Danny Bazarro.

Este comité se reúne cada dos o tres meses con la comunidad, o dependiendo si existe algún problema grave en la comuna por lo cual llaman a sesión extraordinaria. A finales del mes de diciembre los pobladores de Montañita se reúnen para nombrar a los nuevos integrantes del comité de la comuna, y a principios del mes de enero se entrega los nombramientos para el nuevo comité.

1.5.1. UBICACIÓN

Imagen # 1 UBICACIÓN DE MONTAÑITA

UBICACIÓN DE LA COMUNA DE MONTAÑITA



Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

La comuna Montañita se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, a 60 Km de la ciudad de Guayaquil. Se la llama así por estar ubicada en una ensenada rodeada por cerros, y vegetación al pie del mar.

1.5.2. SUPERFICIE

Montañita cuenta con 1.414 hectáreas. Cuenta con una extensa playa, y dependiendo de las fases de luna y de su efecto subsiguiente sobre las mareas, las olas se extienden a partir de 3 - 12 pies.

1.5.3. LÍMITES

Imagen # 2 Montañita en caricatura



Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

Norte: Comuna Olón, Sur: Cabecera parroquial Manglaralto

Este: Cordillera Chongón Colonche, Oeste: El Océano Pacífico.

1.5.4. CLIMA

Clima cálido, fresco y seco, con temperaturas medias superiores a 23 grados centígrados. Existe una sola estación lluviosa (diciembre – abril o mayo). Al concluir las precipitaciones comienza la época seca (julio- diciembre), que durante unos meses está acompañada de garúas (mayo - agosto).

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Los tipos de diseño que se tomó para validar el proyecto de investigación son:

1. **Cualitativos.**- Se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Se utiliza una investigación para descubrir y refinar preguntas de investigación.

A veces se utiliza para probar hipótesis.

2. **Cuantitativo.**-Utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente.

Es la medición numérica el conteo y el uso de la estadística para establecer con exactitud el comportamiento de una población. Estos métodos aportaron para que la investigación obtenga información importante y determine una propuesta de trabajo.

Diagrama # 5 Diseño de investigación



Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

Para la aplicación de la encuesta, el enfoque cuantitativo es importante ya que por medio de este diseño, se recolectó información para su respectiva tabulación y dar validez a la hipótesis del trabajo de investigación que se estudia.

El estudio de viabilidad dará lugar a la creación de un complejo eco-turístico captando la demanda insatisfecha y aportando con posibilidades de trabajo para la gente de ésta población y de la provincia.

Cuadro # 2 Diseño para elaborar una encuesta

DISEÑO PARA ELABORAR UNA ENCUESTA				
ENCUESTA	OBJETIVO	INFORMACIÓN	ANÁLISIS	RESULTADOS
*Objeto de estudio. *Elaboración de preguntas. *Ejecución de Investigación de campo.	Elaborar los instrumentos de investigación, aplicando técnicas de recolección de datos para que facilite la recolección de información y elaboración de soluciones.	Con la recolección de información se pudo afirmar la hipótesis, para la creación de un complejo eco- turístico en la comuna montañaña través de la propuesta.	Por medio de cuadros estadísticos	Extraer información cuantitativa y exacta.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

La encuesta es una técnica esencial para la investigación a estudiar, donde se ampliará en el capítulo siguiente para la comprensión de la misma y se podrá notar la tabulación y análisis de los resultados obtenidos.

El método inductivo también es de gran ayuda para la investigación que aporta con datos preliminares como el conocimiento del tema de estudio.

Para determinar si es factible o no la investigación, se utilizó el enfoque cualitativo que nos permite estudiar el lugar de los acontecimientos de una forma directa como es la observación de los hechos para su registro y su estudio.

El modelo que se presentó consta de los siguientes aspectos:

1. Propósitos.

Recolectar información veraz que determine la viabilidad de la propuesta en función al diseño de investigación, dando así el estudio de factibilidad para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.

2. Métodos.

El diseño de la investigación es la opción técnica adecuada a un determinado tipo de problema de investigación y que entiende el diseño como un aspecto exclusivamente técnico.

Entonces, la presente investigación se realizará bajo el diseño de investigación descriptiva ya que ésta consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

La investigación descriptiva cuenta con las siguientes etapas:

1. Examinar las características del problema escogido.
2. Definir y formular la o las hipótesis.
3. Enunciar los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Elegir los temas y las fuentes apropiadas.
5. Establecer, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
6. Seleccionar o elaborar técnicas para la recolección de datos.

7. Verificar la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizar observaciones objetivas y exactas.
9. Describir, analizar e interpretar los datos obtenidos, en términos claros.

Los resultados obtenidos por la investigación de manera directa, la misma que permitió interpretar la realidad del balneario, dando como resultado nichos de mercado no explotados para a futuro implementar un complejo eco-turístico en la comuna Montañita.

3. Validez.

La encuesta como tal fue de gran ayuda, ya que dicho instrumento permitió conocer el comportamiento o impacto de la propuesta de investigación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita cantón Santa Elena.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de la presente investigación es la de un proyecto viable que se apoya en un estudio tipo descriptivo, ya que los datos de la investigación se obtienen directamente de la realidad al igual que una investigación de campo y en una revisión documental, que se propone desarrollar lineamientos para el estudio de inversión para la creación de un complejo Eco-turístico en la comuna Montañita del Cantón Santa Elena.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Entre los diferentes tipos de investigación son fundamentales para el desarrollo y credibilidad de los diferentes temas de estudio los cuales proporcionan información para seguir con la propuesta.

POR EL PROPÓSITO

Los tipos de investigación se presentan como propósito y a su vez básica para la investigación.

BÁSICA

La investigación básica representa el aumento de la teoría, ya que se relaciona con los conocimientos obtenidos por la investigación.

Se tomó en cuenta la investigación básica para ver la realidad de las necesidades que tiene el turista con relación al hospedaje y a su vez darle las posibles soluciones por medio de la propuesta del complejo eco-turístico.

POR EL NIVEL

La investigación por nivel tiene relación con la investigación descriptiva que a continuación se detalla.

2.3.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Por medio de la investigación descriptiva se puede llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas de la comuna Montañita.

POR EL LUGAR

Los tipos de investigación por el lugar no es otra cosa que la investigación de campo, documental o bibliográfica.

2.3.2 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La investigación documental fue un aporte importante ya que se realizó por medio de libros de diferentes autores sobre estudio de viabilidad, ambiental y creación de empresas a su vez también por medio de páginas web donde se pudo obtener información que permita comprender métodos de investigación y tesis de la carrera de turismo en la biblioteca de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, con todos los documentos obtenidos se realizó un trabajo de investigación real y valedera para futuros temas de tesis.

2.3.3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

La investigación de campo, fue esencial porque se obtuvo información real y actual del problema por medio de la observación directa.

El instrumento que se aplicó también fue el de la entrevista al señor Leonel del Pezo como presidente de la comuna montañita por ser la persona con gran conocimiento sobre el balneario ya que vive en carne propia las necesidades del balneario y así validar el proyecto de inversión.

POR LA DIMENSIÓN TEMPORAL

El tipo de dimensión temporal son los diseños transversales de la investigación.

DISEÑO TRANSVERSAL

Este diseño se utilizó en la encuestas que se aplicó para la respectiva recolección de datos por los turistas nacionales como extranjeros.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la investigación se tomó en cuenta dos métodos esenciales que demuestren la validez de la investigación como son: método inductivo y deductivo.

2.4.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN INDUCTIVA

Como se mencionó anteriormente en la investigación inductiva se tomó en cuenta el enfoque cualitativo la que se realizó en la comuna Montañita al presidente de la comuna Montañita el señor Leonel del Pezo ya que forma parte esencial en la investigación de la actividad turística. El conocimiento y experiencia en el mercado local del entrevistado fue de gran ayuda ya que se nos brindó información real y esencial para continuar con la investigación y desarrollo del proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita provincia de Santa Elena.

Cuadro # 3 Cuadro de entrevistados

NOMBRE	ACTIVIDAD
Del Pezo Leonel	Presidente de la comuna Montañita

Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

La investigación que se le hizo a los protagonistas o entrevistados fue de gran ayuda por que permitió la recolección de información necesaria para seguir con la investigación y a su vez para su el análisis respectivo.

2.4.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN DEDUCTIVO

En la investigación del método deductivo se utilizó el enfoque cuantitativo la que permite cuantificar los datos obtenidos y a su vez el análisis, este enfoque nos muestra la realidad de la investigación con datos numéricos y exactos para su respectiva tabulación y así demostrar lo que opina la población.

En esta ocasión no se entrevistó al presidente de la comuna si no a los protagonistas o sea a los turistas nacionales como extranjeros en el balneario de Montañita en temporada, por medio de encuestas ya que con esta técnica se obtuvo datos necesarios para validar la investigación.

El enfoque cuantitativo se utilizará en el capítulo siguiente para su mejor apreciación y comprensión de lo investigado, también se aplicará este enfoque en el estudio financiero que a su vez demuestra la viabilidad de la propuesta.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Como se mencionó anteriormente las técnicas utilizadas para la investigación, fueron la entrevista y la encuesta como fuentes primarias y las fuentes secundarias como son las tesis, páginas de internet y libros, respectivamente para recaudar información y dar credibilidad a la investigación, y a la elaboración del estudio de factibilidad.

2.5.1. ENTREVISTA

Por medio de la entrevista se pudo constatar que existe un mercado amplio para nuevas propuestas de empresas turísticas y nos demostró que vamos por buen camino, se recolectó información necesaria para seguir con la investigación y cumplir con los objetivos de la misma, esta entrevista se los compartió con el comunero y

presidente de la comuna montañita el señor Leonel del Pezo para comprobar la aceptación de la propuesta y su evolución.

La entrevista se realizó en un tiempo moderado de 15 minutos máximo a los propietarios o dueños de los hostales y hoteles de la comuna Montañita de la provincia de Santa Elena.

Cuadro# 4 Etapas para ejecutar la entrevista

ETAPAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ENTREVISTA			
PRESENTACIÓN	ENTREVISTADO	PREGUNTAS	AGRADECIMIENTO
* Saludo cordial. * Objetivo de la entrevista. * Se da a conocer el tema.	Presidente de la Comuna Montañita el Señor Leonel Del Pezo	1.- ¿Cree usted que el balneario de montañita es un lugar atractivo para los turistas? 2.- ¿Estaría usted de acuerdo con que se ejecuten nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de la comunidad? 3.- ¿Cree usted que han cambiado las fiestas tradiciones de la comuna montañita? 4.- ¿Piensan usted que ha cambiado la gastronomía en la comuna? 5.- ¿Considera usted que ha cambiado su forma de vestir de los pobladores de Montañita? 6.- ¿Piensa usted que los gustos musicales han cambiado en los nativos de montañita? 7.- ¿Cree usted que hay cambios en las actividades como fuentes de ingresos en los nativos de montañita? 8.- ¿Piensa usted que ha habido cambios en la pesca en el balneario? 9.- ¿Cree usted que cada año aumentan los turistas en el balneario? 10.- ¿Cree usted que las Amas de Casa de Montañita se dedican solamente a los quehaceres del hogar?	Por último se procede a agradecer al entrevistado por su cortesía y el tiempo que se tomó en la entrevista.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

2.5.2. ENCUESTA PILOTO

La encuesta piloto se realizó para determinar la viabilidad del complejo y así estructurar las preguntas para la encuestar a los turistas nacionales como extranjeros. Ya que la población nacional como extranjera en conjunto es demasiado grande.

SI	28	→	0,9333333333	→	93 %
NO	2	→	0,0666666666	→	7 %

2.5.3. ENCUESTA

La técnica de encuesta fue de gran ayuda y esencial para la investigación de tal modo que por medio de la recolección de datos se logró información veraz y real que permitió conocer las necesidades de los encuestados (turistas nacionales como extranjeros), y a su vez si es factible la propuestas de factibilidad para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna montañita Cantón Santa Elena.

Las encuestas se las realizo a los turistas nacionales como extranjeros de entre los 18 años en adelante, ya que desde que cumplen su mayoría de edad forman parte de las personas con capacidad adquisitiva o sea que cuentan con empleos entre otros. La encuesta no solo se realizó en el balneario de montañita, también en los balnearios de Salinas y Alón para su correcta adquisición de información y cumplimiento del objetivo de la encuesta.

Cuadro# 5 Pasos para realizar una encuesta

PASOS PARA REALIZAR UNA ENCUESTA	
PRIMER PASO	Identificar el lugar a encuestar.
SEGUNDO PASO	Identificar a que personas encuestar (hombre o mujer), y su edad.
TERCER PASO	Saludo cordial.
CUARTO PASO	Presentación personal o institucional.
QUINTO PASO	Objetivo de la encuesta.
SEXTO PASO	Exponer las preguntas de la encuesta.
SÉPTIMO PASO	Agradecimiento por el tiempo dado para realizar la encuesta.
OCTAVO PASO	Despedida.

Fuente: Vinicio Rodríguez

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación, son las vías para aplicar una determinada técnica de recolección de información.

REGISTRO DE OBSERVACIÓN

El registro de observación se reconoce de la siguiente manera:

El nombre de la organización: “Hoteles y hostales”

Dirección: Cantón Santa Elena “Montañita”

Este instrumento se aplicó como guía de observación a los hoteles y hostales de la comuna Montañita con relación a la demanda de los turistas.

El registro de información cumple un papel esencial al observar el comportamiento de la demanda y al dialogar con los administradores de dichos hostales y hoteles para llevar un registro veras.

Guía de la entrevista:

La guía de entrevista cuenta con los pasos a seguir son:

- a) **Preparación de la entrevista:** En esta etapa se parte del problema de investigación, los objetivos y la hipótesis (si la hay), luego se prepara un guión de entrevista, teniendo en cuenta el tema a tratar, el tipo de entrevista a realizar y las personas a entrevistar. Valida el guión inicial con una prueba piloto o mediante el juicio de expertos, entra en contacto previo con las personas a entrevistar y se concreta la entrevista.

b) Realización de la entrevista: Con el guión de entrevista definido, y habiendo entrado en contacto con las personas a entrevistar, se procede a la fase de realización de la entrevista, teniendo preparado el material y las condiciones requeridas para tal efecto.

Se comienza por presentar al entrevistado el objetivo de la entrevista, la forma como se registrará la información (escrita, grabada, filmada, etc.) y después se procede a desarrollar el guión de la entrevista, según el tipo de entrevista seleccionado.

c) Finalización de la entrevista o de las conclusiones: En esta fase se agradece su participación al entrevistado y se organiza la información para ser procesada posteriormente para su respectivo análisis.

La guía de entrevista fue de gran ayuda, ya que se logró realizar un cuestionario ordenado con preguntas relacionadas con los cambios que ha sufrido la sociedad en dicha comunidad, con el fin de conocer cómo eran en el pasado y como son en la actualidad.

GUÍA ENCUESTA

La guía de la encuesta también fue de gran importancia, porque por medio de este instrumento se logró realizar un cuestionario ordenado y necesario para cumplir con los objetivos de la encuesta y conocer lo que opinan los turistas nacionales como extranjeros.

Las bases fundamentales como son el tema, objetivo de la investigación y el cuestionario aportaron para obtener datos o información real para seguir con la investigación.

Como se conoce la muestra es una parte de la población con la que se realiza la investigación de estudio, donde toda muestra debe tener un margen de error que no supere el 5%.

En el trabajo de estudio de investigación se consideró las clases sociales de Ecuador como media, media alta y alta de la población, asumiendo un número porcentual del 10 % de su totalidad y el 8% de los demás países.

Por ser demasiado grande y compleja para analizar la población de los demás países y clase sociales de la población global se pudo extraer un conjunto de la población que represente el total para realizar la muestra y así la encuesta a los turistas nacionales como extranjeros.

2.7.3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se realizó primeramente el cálculo de la población de turistas nacionales y extranjeros inclinados hacia el turismo en donde se pudo obtener datos importantes que nos decía que el 8% de turistas extranjeros aumentaba cada año, considerando un error muestral del 5% y un valor de confianza de 96% dando como resultado de 138 personas a encuestar, con la finalidad de conocer si el proyecto tendrá acogida o no por los turistas, a su vez se le asignó un margen de error y así saber el tamaño de la muestra para poder encuestar a los turistas nacionales como extranjeros.

- 1. Tamaño de la población (N) 628.940**
- 2. Error muestral (E) 0,05**
- 3. Proporción de éxito (P) 0,9**
- 4. Proporción de fracaso (Q) 0,1**
- 5. Valor para confianza (Z) 1,96**

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(E)^2 (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,9 * 0,1 * 628.939}{(0,05)^2 (628.940 - 1) + (1,96)^2 * 0,9 * 0,1}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,9 * 0,1 * 628940}{(0,0025) (628.939) + 3,8416 * 0,9 * 0,1}$$

$$n = \frac{217.452,23}{1572,35 + 0,345744}$$

$$n = \frac{217452}{1572,69}$$

$$n = 138,2674162$$

$$n = 138$$

Fuente: Comuna Montañita

Extraído por: Vinicio Rodríguez

2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

2.8.1. PROCEDIMIENTOS

Los mecanismos de procedimiento de información se guiarán de la siguiente manera:

1. Aprovechar al máximo fuentes de información nacional y local existentes para tener una base que permitiera estratificar la muestra.
2. Maximizar la participación de los actores relacionados con el tema.

A partir de estos principios, y de acuerdo con los diferentes niveles del estudio, se utilizará la combinación de los siguientes métodos:

1. Revisión y procesamiento de la información disponible: mapas, información socioeconómica, estadístico etc.
2. Entrevistas con expertos, conocedores del sector turístico y de su dinámica reciente en cada el área de estudio.
3. Visita a la comunidad de cada una de la zona turística de la provincia para verificar la información recopilada.
4. Recopilar toda la información obtenida para obtener datos reales que valide el proyecto.

2.8.2. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El proceso que permitirá el desarrollo de las actividades que se llevarán a cabo en el presente proyecto requiere de la realización de una serie de pasos, para lo que se hace necesario establecer una metodología conformada por un conjunto de etapas destinadas al logro de los objetivos planteados. Con el objeto de comprender el esquema metodológico del proyecto, este será explicado detalladamente a continuación.

ETAPA I: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA:

En esta fase se consultaran textos relacionados con el tema en estudio, artículos provenientes de la web, libros, trabajos de grado de diversas universidades, con el fin de profundizar los conocimientos del tema en estudio.

ETAPA II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL:

Se recopilará información necesaria para conocer a profundidad los procesos y actividades relacionados con el área de servicios de alojamiento y eco-turismo, para determinar sus necesidades y sus requerimientos en este aspecto y así consecuentemente hacer un análisis que permita generar resultados para conseguir una solución. Esta etapa comprende también la elaboración de las herramientas de recolección de datos, aplicación de los mismos y su posterior análisis e interpretación para su correcta elaboración...

ETAPA III: DISEÑO DEL MODELO ADMINISTRATIVO:

Una vez realizada la etapa anterior se procede a plantear un modelo de gestión que permita garantizar la realización oportuna de los procesos necesarios y así contribuir con la eficiente prestación del servicio de alojamiento turístico, recordando que esta investigación se limitará a presentar una propuesta teórica, quedando en manos de su autor su puesta en marcha.

ETAPA IV: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO – ECONÓMICA

Seguidamente se hace necesario analizar la factibilidad tanto técnica como económica de la creación de un complejo Eco-turístico como solución a los problemas detectados y analizados.

TAPA V: ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL

Se procederá a realizar el informe final haciendo uso de la información obtenida en las etapas anteriores estableciendo así, conclusiones y recomendaciones del estudio propuesto.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

La presente entrevista se la realizó en la comuna Montañita, al presidente de la misma el señor Leonel del Pezo ya que es una persona importante con alto nivel de conocimiento en el balneario.

El propósito de la entrevista es conocer los cambios que se han suscitado durante el tiempo en el comunero o habitante de Montañita, y los gustos de los turistas en el momento de adquirir un servicio en este caso un hospedaje, aporte importante para el proyecto de inversión que servirá para seguir con la investigación de campo.

1.- ¿Cree usted que el balneario de Montañita es un lugar atractivo para los turistas?

El Señor Leonel del Pezo presidente de la comuna Montañita nos dijo es definitivamente atractivo el balneario por los turistas nacionales como extranjeros por tener una diversidad de atractivos, su playa, fauna, flora, la calidez de sus noches de diversión entre otro, por esta razón las comunidades nacionales y extranjeras quieren conocer dicho balneario, pero cuando llegan a este lugar se enamoran de ella.

Estos atractivos hacen de Montañita un lugar excelente para invertir en proyectos turísticos por esta razón muchos inversionistas han llegado a estas playas por su gran afluencia de turistas todos los años, tanto así que cada año sobrepasan nuestras expectativas de turistas en el balneario dando como resultado un lleno total de turistas.

2.- ¿Estaría usted de acuerdo con que se ejecuten nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de la comunidad?

El señor Leonel del Pezo nos dijo, los proyectos de inversión son importantes para el desarrollo de las comunidades por esta razón estoy de acuerdo con que nuevos proyectos de inversión se ejecuten en el balneario, por ser un sitio turístico a nivel mundial, que debe satisfacer muchas necesidades de los turistas y sería bueno que se implementen nuevas empresas innovadoras con nuevas propuestas para incrementar el turismo y para que los turistas puedan observar de su playa y sus fiestas en las noches no son sus únicos atractivos, con nuevas propuestas la comunidad seguirá desarrollándose a medida que se invierta en este balneario.

3.- ¿Cree usted que han cambiado las fiestas tradiciones de la comuna Montañita?

El presidente de la comuna Montañita el señor Leonel del Pezo nos dijo: Las fiestas que celebran los comuneros, provienen de tiempos pasados que se han convertido en algo tradicional para los comuneros, en fiestas de Monserrate los comuneros recogen dinero para celebrar con la comunidad, quienes participan en estas fiestas patronales son los alumnos de la escuela “Mejía Lequerica”, y los habitantes de la comuna. En las fiestas de san Isidro para los comuneros es esencial por que los hace relacionar con la comunidad con diferentes actividades que se hacen en estas fiestas por ejemplo su tradicional procesión hasta llegar a la playa el deporte y baile.

Estas tradiciones no han cambiado siguen siendo los mismo desde que tienen uso de memoria, sus principales fiestas que se celebran en la comuna, es importante decir que para el proyecto de inversión tiene mucha importancia porque los negocios o empresas deben ser solidarios con el balneario de Montañita aportar con efectivo para sus fiestas.

4.- ¿Piensan usted que ha cambiado la gastronomía en la comuna?

El señor Leonel del Pezo nos comentó que los pobladores de la comuna sí han cambiado en cierta manera su alimentación, desde el modo de preparar sus alimentos, ya que anteriormente cocinaban sus alimentos con leña o carbón, ahora ya lo hacen con cocina y gas, además de que han dejado poco a poco de consumir los mismos productos de años anteriores, esto se debe a que ya no cuentan con la producción agrícola, debido a la sequía, por ejemplo anteriormente la base de su alimentación era pescado asado con verde asado o yuca cocinada, ahora es pescado frito con patacones, y arroz. También se han ido acostumbrando a los cambios por las necesidades de los turistas como es la preparación de nuevos platos como son el arroz marinero entre otros platos.

5.- ¿Considera usted que ha cambiado su forma de vestir de los pobladores de Montañita?

El señor Leonel del Pezo nos comentó que la vestimenta que utilizaban anteriormente los pobladores de la comuna eran: pantalón de tela, camisas, y guayaberas, en el caso de las mujeres era vestidos o faldas largas con blusas.

En la actualidad los comuneros visten con bermudas, faldas cortas, blusas con escotes, ropa apretada, sandalias, gorras, o ropa de surfistas.

Los habitantes de Montañita se tuvieron que adaptar a los cambios de vestimenta ya que eran atractivos por los jóvenes y en la actualidad son los mayores adultos, para los turistas los ven atractivos porque les gusta que los habitantes den a conocer por medio de su vestidura el ambiente de playa y diversión, en el caso de los hostales y hoteles les gusta más que estén con vestidura rústica o playera que identifique el ambiente real que se vive en Montañita.

6.- ¿Piensa usted que los gustos musicales han cambiado en los nativos de Montañita?

El señor Leonel del Pezo nos comentó que los comuneros en épocas pasadas escuchaban pasillos, boleros, vals y cumbia, en la actualidad esto ha cambiado, se han adaptado a nuevos ritmos musicales, los cuales muchas veces son canciones en inglés y la mayoría de los jóvenes no hablan este idioma y por lo tanto no entienden las letras de las canciones.

El entrevistado dijo que no han cambiado sus gustos musicales porque desde que tienen conocimiento siempre les ha gustado la música de antaño como el pasillo, boleros entre otros pero que si han cambiado los gustos musicales a las nuevas generaciones las melodías o músicas actuales, cabe recalcar que a los turistas les gusta mucho todo tipo de música por su diversidad de culturas en el balneario indirectamente estos gustos se relacionan con el proyecto de inversión por que los turistas después de asistir a las discotecas o bares del lugar acuden a sus hoteles y hostales para su respectivo descanso.

7.- ¿Cree usted que hay cambios en las actividades como fuentes de ingresos en los nativos de Montañita?

El señor Leonel del Pezo nos dijo, que recuerda que antes de que llegue la sequía en la comuna las personas podrían encontrar yuca, plátano, maíz, naranja, mandarina, café, entre otros, todos los habitantes de la comuna vivían de la agricultura, y ellos mismos vendíamos sus productos cosechados en Santa Elena, Libertad, y Salinas y comentó que han cambiado sus actividades laborales de la agricultura al turismo a medida que llegaban turistas en ese entonces extranjeros por la rusticidad del balneario y su calidad de sus pobladores, la hotelería es su fuente de ingreso más rentable en el balneario por esta razón la mayoría se dedica a esta labor.

8.- ¿Piensa usted que ha habido cambios en la pesca en el balneario?

El señor Leonel del Pezo nos comentó que en el balneario de Montañita existen una variedad de peces, moluscos, y crustáceos, los más utilizados tanto para la comercialización dentro de la comuna como para los demás pueblos entre las que se encontraban la lisa, ostras, conchas, calamares, lenguado, ostión, pangora, dorado, camotillo, tiburón, picudo, corvina, camarón, ostiones, langostinos, langostas entre otros, el entrevistado dijo que si ha habido cambios en su mayoría ya que se han inclinado más al turismo con sus hoteles y hostales que se encuentran en sus propios hogares adecuándolos para los turistas, cabe recalcar que hay una pequeña minoría que pesca para incurrir a sus fuentes de trabajo como son las personas que venden en los triciclos los seviches de todo tipo y que les sirve también para la alimentación de sus familias en esta comunidad.

9.- ¿Cree usted que cada año aumentan los turistas en el balneario?

El presidente de la comuna el señor Leonel del Pezo nos comentó que cada año en el balneario de Montañita es un lleno total tanto en los hoteles y hostales y mucha gente se queda sin hospedarse y tienden a irse a balnearios cercanos pero al día siguiente regresan para disfrutar de sus playas y sus fiestas que se hacen por las noches en el centro de Montañita la zona más recorrida por los turistas.

El balneario de Montañita por ser conocido mundialmente el turismo va cada año en aumento ya que siempre cuando son las épocas de feriado en Montañita los turistas exceden la capacidad de los hoteles y hostales del balneario dando así como resultado que se alojen en otros pueblos cercanos como Olón y Manglaralto entre otros y esta situación los vivimos todos años. Cabe recalcar que esto se debe a que a los visitantes se los trata con mucho respeto y calidez, por esta razón los turistas regresan a Montañita cada año.

10.- ¿Cree usted que las amas de casa de Montañita se dedican solamente a los que hacer del hogar?

El señor Leonel del Pezo nos comentó que anteriormente las madres o amas de casa solo se dedicaban a servir a sus maridos o esposos y a sus hijos dentro del hogar a medida que surgieron cambios turísticos en el balneario, existen mujeres que realizan varias funciones dentro y fuera del hogar, la mayoría de las mujeres tienen sus propios negocios hoteleros o restaurantes en su propia casa, son mujeres independientes y a su vez ayudan en su hogar, también existen otras que siguen practicando este rol como ama de casa porque sus esposos llevan el sustento a su hogar cada día. Cabe recalcar que esta pregunta se realizó para poder dar empleo a mujeres de la zona.

4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La encuesta se les hizo a 138 personas que nos brindaron información necesaria para confirmar que el proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna Montañita sea atractivo para nuestros futuros clientes.

Para seguir con la investigación se realizó encuestas a los turistas nacionales como extranjeros en las zonas de Montañita, Olón y Salinas ya que son los más acudidos por los turistas en la provincia de Santa Elena, y a su vez se confirmó que tanto los que visitan Olón y Salinas también lo hacen en Montañita.

El propósito de aplicar la encuesta a los turistas fue para conocer los gustos y preferencias que tienen los turistas para visitar un balneario donde puedan satisfacer sus necesidades varias y así poder sentirse cómodos con los servicios que se les brindan a cada uno de las personas que se inclinan por el turismo en el balneario de Montañita.

1. ¿Qué servicios requieren los turistas?

Tabla # 1 Servicios requeridos por turistas

1. ¿Qué servicio requieren los turistas?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
1	1.1	Hostales	14	10%
	1.2	Hoteles	91	66%
	1.3	Restaurantes	14	10%
	1.4	Discotecas	19	14%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 1 Servicios requeridos por turistas



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

En la encuesta a los turistas en el balneario de Montañita es importante conocer los servicios en los que más se inclinan los turistas nacionales como extranjeros para una investigación veraz; observando la información de la pregunta N° 1 de las encuestas. Nos damos cuenta que los servicios que más prefieren los turistas son los hoteles que equivalen a un 66% que son 91 encuestados, siguiendo con el orden de importancia con un 14% lo que equivale a 19 turistas se inclinan por las discotecas, con un 10% que equivale a 14 encuestados prefieren los hostales al igual que los restaurantes con un 10%.

2. ¿Estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita?

Tabla # 2 Creación de un complejo eco -turístico

2. ¿Estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
2	2.1	Si	133	96%
	2.2	No	5	4%
	TOTAL		138	100%

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 2 Creación de un complejo eco –turístico



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

La mayoría de los turistas entrevistados están de acuerdo que se cree nuevos sitios para el hospedaje de turistas porque ellos mismos se dan cuenta de que el balneario es muy conocido y que cada año se llena en su totalidad y en ocasiones les toca irse del lugar porque no encuentran donde pasar la noche, Observando la información de la pregunta N° 2, el 96% de los encuestados dijeron que si están de acuerdo con que se creara un complejo en Montañita esto equivale a 133 encuestados, y el 4% que equivale a 5 encuestados dijeron que no se cree un complejo en Montañita porque serían su competencia.

3. ¿Visitaría el complejo turístico?

Tabla # 3 Visitarías el complejo turístico

3. ¿Visitaría el complejo Turístico?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
3	3.1	Definitivamente si	96	70%
	3.2	Probablemente si	42	30%
	3.3	Indeciso	0	0%
	3.4	Probablemente no	0	0%
	3.5	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 3 Visitas en el complejo turístico



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas en la mayoría nos dijeron que visitarían el complejo ya que les gustaría un lugar donde pasar la noche y mucho mejor rodeado de la naturaleza donde se puede respirar el aire puro y por la mañana escuchar el canto de las aves que tiene este balneario maravilloso por los turistas. Observando la información de la pregunta N° 3, el 70% de los encuestados dijeron que si visitarían el complejo eco-turístico en el balneario, y en un 30% posiblemente visitarían nuestras instalaciones o el complejo porque también quieren conocer otros lugares pero si iban a regresar al balneario de Montañita.

4. ¿Cree usted que con la creación del complejo turístico, aumentaría el nivel de empleo?

Tabla # 4 Aumento en el nivel de empleo

4. ¿Cree usted que con la creación del complejo turístico, aumentaría el nivel de empleo?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
4	4.1	Muy de acuerdo	119	86%
	4.2	De acuerdo	13	9%
	4.3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	3%
	4.4	En desacuerdo	1	1%
	4.5	Muy en desacuerdo	1	1%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 4 Aumento en el nivel de empleo



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas comentaron que las nuevas inversiones en el balneario disminuirá el desempleo ya sea para los de la zona o para otras personas de otros pueblos cercanos, observando la información de la pregunta n° 4, el 86% de los encuestados dijeron que están muy de acuerdo con la creación de un complejo, abriría plazas de empleos para las familias, con un 9% está de acuerdo con que aumentará el empleo en el sector, siguiendo con el nivel de importancia el 3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, y con 1% están en desacuerdo y muy en desacuerdo con que aumentaría el nivel de empleo.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertan en temporada baja?

Tabla # 5 Precios temporada baja

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertaran en temporada baja?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
5	5.1	Tipo 1 y Tipo 2: \$12 -\$15	138	100%
	5.2	Tipo 1 y Tipo 2: \$20 -\$25	0	0%
	TOTAL		138	100%

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 5 Precios temporada baja



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas dicen que los precios de los hospedajes son accesibles al bolsillo de las personas que visitan el balneario pero se hace costoso cuando se lleva a la familia completa a los hoteles y hostales pero la mayoría los hacen en conjunto de sus amigos donde el precio es individual y cómodo en comparación de otros países que son más elevados, observando la información de la pregunta N° 5, el 100% que equivale a 133 de los encuestados dicen que en temporada baja estarían dispuestos a cancelar por nuestro servicio entre \$12 y \$15 dólares para hospedarse en el complejo turístico de la comuna Montañita.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertan en temporada alta?

Tabla # 6 Precios temporada alta

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertaran en temporada alta?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
6	6.1	Tipo 1 y Tipo 2: \$20 -\$25	138	100%
	6.2	Tipo 1 y Tipo 2: \$27 - \$28	0	0%
	TOTAL		138	100%

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 6 Precios temporada alta



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas dicen que los precios de los hospedajes en temporada alta son costosos para el bolsillo de las personas que visitan el balneario, pero se hace un esfuerzo para estar más tiempo en Montañita y así disfrutar de su playa y sus fiestas por las noche que son muy atractivas para los grupos de amigos y familias que visitan el balneario, observando la información de la pregunta N° 6, el 100% de los encuestados dicen que en temporada alta estarían dispuestos a cancelar por nuestro servicio entre \$20 y 25\$ esto equivale a 138 personas las cuales están interesados por conocer a futuro el lugar o complejo..

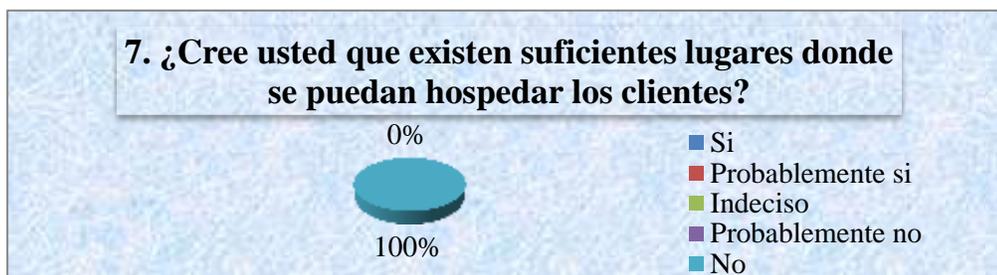
7. ¿Cree usted que existen suficientes lugares donde se puedan hospedar los clientes?

Tabla # 7 Hospedaje suficiente

7. ¿Cree usted que existen suficientes lugares donde se puedan hospedar los clientes?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
7	7.1	Si	0	0%
	7.2	Probablemente si	0	0%
	7.3	Indeciso	0	0%
	7.4	Probablemente no	0	0%
	7.5	No	138	100%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 7 Hospedaje suficiente



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas en su totalidad comentaron que hay hoteles y varios hostales en el balneario de Montañita pero la capacidad no es la adecuada porque una gran cantidad de turistas en épocas de temporada alta se quedan sin hospedarse y tienden a irse a otros lugares turísticos para satisfacer su necesidad y para pasear con su familia o amigos, observando la información de la pregunta N° 7, el 100% que equivale a 138 de los encuestados dicen que no existen suficientes lugares para hospedarse para satisfacer la necesidad de los turistas nacionales como extranjeros que visitan el balneario.

8. ¿Conoce usted que es un complejo?

Tabla # 8 Complejo

8. ¿Conoce usted que es un complejo?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
8	8.1	Si	112	81%
	8.2	No	26	19%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 8 Complejo



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas en su mayoría nos comentaron que si conocen lo que es un complejo y que hay varios tipos de complejos en unas hay complejos donde se visita la fauna y la flora y otros son hoteles de lujo con varios servicios y otros dijeron que solo lo han escuchado o comentado por otros amigos de ellos, observando la información de la pregunta N° 8, el 81% que equivale a 112 personas de los encuestados nos dijeron que si conocen que era un complejo y que sería bueno tener algo así en el balneario y en un 19% que equivale a 26 de los encuestados dijeron que no conocen que es un complejo.

9. ¿Cree usted que es necesario nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de la comunidad?

Tabla # 9 Nuevos proyectos de inversión

9. ¿Cree usted que es necesario nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de la comunidad?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
9	9.1	Definitivamente si	101	73%
	9.2	Probablemente si	17	12%
	9.3	Indeciso	15	11%
	9.4	Probablemente no	5	4%
	9.5	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 9 Nuevos proyectos de inversión



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos comentaron que en el balneario es necesario incrementar nuevos proyectos de inversión para que solamente se concentre en el centro de Montañita si no en su totalidad para abarcar más turistas y satisfacer sus necesidades variadas, observando la información de la pregunta N° 9, el 74% de los encuestados dijeron que definitivamente si son necesarios nuevos proyectos de inversión en el balneario, con un 12% posiblemente si al igual de las personas indecisas con un 12%, y un 2% nos dijo que probablemente no es necesario la creación de nuevos proyectos de inversión.

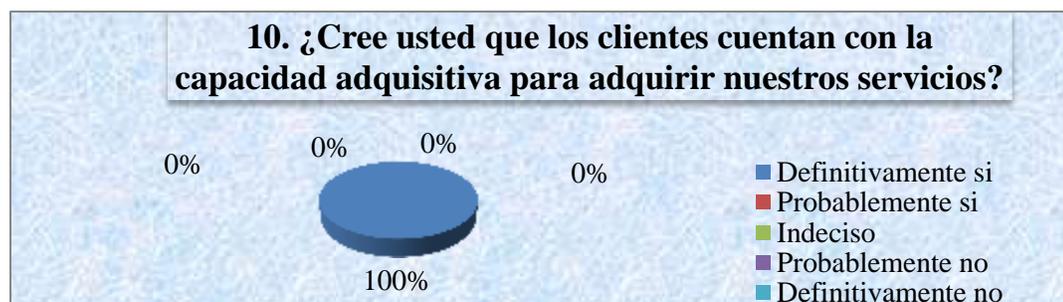
10. ¿Cree usted que los clientes cuentan con la capacidad adquisitiva para adquirir nuestros servicios?

Tabla # 10 Capacidad adquisitiva de los turistas

10. ¿Cree usted que los clientes cuentan con la capacidad adquisitiva para adquirir nuestros servicios?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
10	10.1	Definitivamente si	138	100%
	10.2	Probablemente si	0	0%
	10.3	Indeciso	0	0%
	10.4	Probablemente no	0	0%
	10.5	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 10 Capacidad adquisitiva de los turistas



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos dijeron que si tienen dinero para cubrir los precios de hospedaje y sus gustos durante sus visitas a los balnearios incluso en Montañita, aunque en ocasiones hacen un esfuerzo mayor para visitar la comunidad y así cubrir con los gastos durante sus días de visita de hospedaje comida y diversión, observando la información de la pregunta N° 10, el 100% de los encuestados nos dijeron que definitivamente si tienen la capacidad adquisitiva para pagar o cubrir por nuestro servicio y sus gustos en el balneario de Montañita.

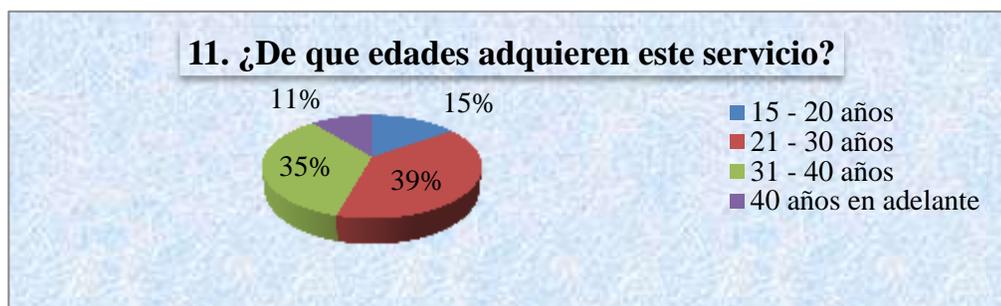
11. ¿De qué edades adquieren este servicio?

Tabla # 11 Edades por servicios

11. ¿De qué edades adquieren este servicio?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
11	11.1	15 - 20 años	21	15%
	11.2	21 - 30 años	54	39%
	11.3	31 - 40 años	48	35%
	11.4	40 años en adelante	15	11%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 11 Edades por servicios



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos comentaron que se ven todo tipo de personas y de todas las edades pero los más frecuentes son los jóvenes que más visitan el balneario y de ahí les sigue los adultos con una cantidad considerable en los días de temporada, observando la información de la pregunta N° 11, el 39% de los encuestados nos dijeron, que de 21 a 30 años de edad son los que más visitan el balneario y adquieren este servicio de hospedaje, con un 35% los de edades entre 31 y 40 años, siguiendo con el nivel de importancia el 15% los de edades entre 15 y 20 años y con un 11% de 40 años en adelante.

12. ¿Cómo califica usted el servicio que ofrecen las hospederías?

Tabla # 12 Calificación por servicio

12. ¿Cómo califica usted el servicio que ofrecen las hospederías?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
12	12.1	Excelente	35	25%
	12.2	Bueno	78	57%
	12.3	Regular	24	17%
	12.4	Malo	1	1%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 12 Calificación por servicio



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos comentaron que el servicio que se brinda es bueno porque la mayoría de las hospederías les hace falta algunos de los servicios básicos para un hospedaje como por ejemplo los baños en cada habitación esto más se ven en los hostales que solo son las habitaciones y en ocasiones solo tienen uno para todas las habitaciones, observando la información de la pregunta N° 12, el 57% de los encuestados dicen que el servicio de los hospedajes es bueno, con un 25% nos dicen que es excelente el servicio, con un 17% nos dijeron que el servicio es regular y con el 1% dijeron que es malo el servicio.

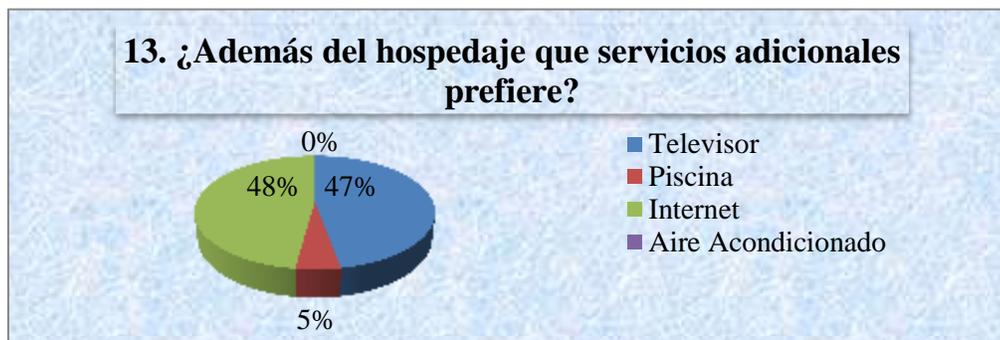
12. ¿Además del hospedaje que servicios adicionales prefiere?

Tabla # 13 Servicios adicionales

13. ¿Además del hospedaje que servicios adicionales prefiere?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
13	13.1	Televisor	65	47%
	13.2	Piscina	7	5%
	13.3	Internet	66	48%
	13.4	Aire Acondicionado	0	0%
	TOTAL		138	100%

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 13 Servicios adicionales



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos comentaron que los servicios que los hoteles y hostales primordialmente deben tener es el internet porque hay turistas que quieren comunicarse con sus familias o amigos vía Web Cam y televisores para los días de descanso y distraerse con programaciones a su gusto, observando la información de la pregunta N° 13, el 48% de los encuestados dicen que requieren servicios adicionales como el internet, con un 47% el servicio adicional sería televisores y con un 5% las piscinas.

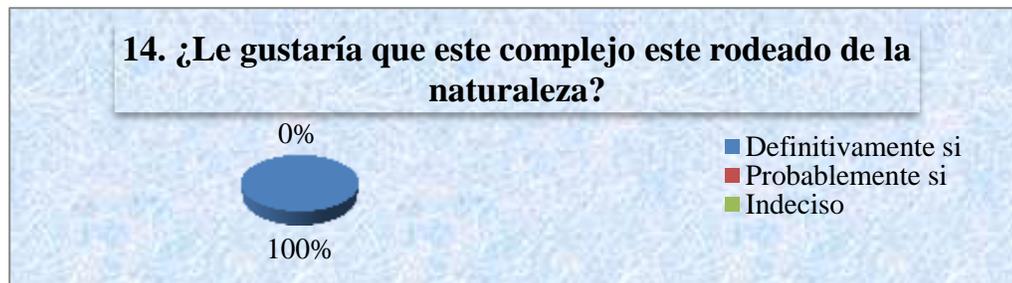
14. ¿Le gustaría que este complejo este rodeado de la naturaleza?

Tabla # 14 Complejo rodeado de la naturaleza

14. ¿Le gustaría que este complejo este rodeado de la naturaleza?				
ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	VALORACIÓN	PORCENTAJES
14	14.1	Definitivamente si	138	100%
	14.2	Probablemente si	0	0%
	14.3	Indeciso	0	0%
	14.4	Probablemente no	0	0%
	14.5	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL			138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Gráfico # 14 Complejo rodeado de la naturaleza



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Los turistas nos comentaron que sería bueno que existiera un complejo un lugar donde este rodeado de la naturaleza, sería algo innovador para la zona turística en el balneario de Montañita y a la vez sentir en el amanecer el aire puro que se emana por estar rodeado de plantaciones que ayudan al medio ambiente. Observando la información de la pregunta N° 14, el 100% de los encuestados nos dijeron que les gustaría que el complejo este rodeado de la naturaleza y que sería un atractivo diferente para emprender la empresa y así atraer a los futuros clientes al complejo turístico del balneario de Montañita.

Cuadro # 7 Datos para comprobar la hipótesis

		TURISTAS		
	Proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico	Nacionales	Extranjeros	Tniof
1	Estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita	115	18	133
2	No estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el Sector de Montañita	2	3	5
	Tnioc	117	21	n = 138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Ciento quince turistas nacionales que conforman nuestros posibles clientes por el servicio de hospedaje dijeron que si están de acuerdo que se cree un complejo habitacional en el balneario, mientras 2 turistas extranjeros dijeron que no; el grupo que integran los turistas extranjeros 18 dijeron que si están de acuerdo con el proyecto de creación y 3 manifestaron una respuesta negativa.

Lo próximo es calcular las frecuencias absolutas esperadas para cada celda, mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

Dónde:

Cuadro # 8 Significado de la Fórmula

nie =	Frecuencia absoluta esperada
Tniof =	Total de las frecuencias absolutas en la fila
Tnioc =	Total de las frecuencias absolutas en la columna
n =	Tamaño muestral

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Desarrollo:

$$nie = \frac{(133)(117)}{138} = 113$$

$$nie = \frac{(5)(117)}{138} = 4$$

$$nie = \frac{(133)(21)}{138} = 20$$

$$nie = \frac{(5)(21)}{138} = 1$$

La nueva tabla con las frecuencias esperada (nie), queda de la siguiente manera:

Cuadro # 9 Nueva Tabla con las Frecuencias Esperadas (nie)

		TURISTAS				
		Nacionales		Extranjeros		Tniof
	Proyecto de inversión para la creación de un complejo eco-turístico					
1	Estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita	nio =	115	nio =	18	133
		nie =	113	nie =	20	
2	No estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita	nio =	2	nio =	3	5
		nie =	4	nie =	1	
Tnioc		117		21		n = 138

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplicó la fórmula de la Chi Cuadrada.

$$X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

Cuadro # 10 Significado de la Fórmula Chi Cuadrada

$X^2 =$	“Chi cuadrada”
nio =	Frecuencias absolutas observada
nie =	Frecuencias absolutas esperada

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Continuando con el proceso de aplicación de esta técnica se procedió a restar la frecuencia absoluta observada de la esperada, elevando al cuadrado esta diferencia para luego dividir ese resultado entre la frecuencia esperada. Una vez que se determinó la “chi cuadrada” para cada celda, se sumaron sus valores, el resultado final fue el valor de la “chi cuadrada” calculada así:

DESARROLLO:

$$X^2 = \frac{(115 - 113)^2}{113} = 0,04$$

$$X^2 = \frac{(2 - 4)^2}{4} = 1,18$$

$$X^2 = \frac{(18 - 20)^2}{20} = 0,25$$

$$X^2 = \frac{(3 - 1)^2}{1} = 6,59$$

Luego:

$$X^2 = 0,04 + 1,18 + 0,25 + 6,59$$

$$X^2 = 8,06$$

Determinado el valor de la “chi cuadrada”, se comparó con su valor teórico considerando que para investigaciones con variables sociales, existen dos niveles de confianza convenidos: 95% y 99%, los que coadyuvaron a la generalización de resultados con ciertas excepciones.

La comprobación del valor de “chi cuadrada” calculada con su valor teórico, la realizamos mediante el cálculo del grado de libertad para cuadro 2 x 2 al 95% de confianza utilizando la siguiente fórmula.

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

Dónde:

Cuadro # 11 Significado de la fórmula “Grado de Libertad”

gl =	Grados de libertad
f =	Filas
c =	Columnas del cuadro

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Entonces:

$$gl = (2 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

Finalmente se utilizó la tabla de valores de C2A a niveles de confianza 95% y 99%, para ubicar el valor de la chi cuadrada teórica en el grado de libertad uno y nivel de confianza 95%. El valor encontrado es 3.841

Informe sobre la comprobación de la hipótesis

El resultado de chi cuadrada calculado fue igual a 8,06 siendo superior a la teórica $gl = 1 =$ al 95% = 3.84 lo que significa que es aplicable a la población estudiada, por lo tanto se acepta la hipótesis del trabajo de investigación.

Como conclusión la hipótesis se acepta como verdadera por ende la propuesta de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la Comuna Montañita, provincia de Santa Elena es aplicable.

CONCLUSIONES

La entrevista y las encuestas en la comuna Montañita fue todo un éxito ya que los resultados fueron de gran ayuda para conocer un poco más de la comunidad, se puede decir que a medida que ha pasado el tiempo Montañita ha ido cambiando poco a poco su cultura y adaptándose a los cambios de esta nueva era turística.

Lo único que sigue igual son las celebraciones de sus fiestas nativas como el 21 de noviembre Virgen de Monserrate y el 14 al 17 mayo San Isidro Labrador y estas fiestas lo hacen con el apoyo de la comunidad en general.

En este caso el complejo eco-turístico debe regirse a las políticas de la zona dando así que debe aportar solidariamente con efectivo a la comuna en sus fiestas tradicionales.

En su gastronomía las empresas que realizan esta actividad actúan indirectamente con el proyecto de inversión por que atrae a los turistas gracias a su variedad de platos típicos y a su vez ayuda a que los mismos turistas se hospeden en el complejo.

En función a la vestimenta toma un rol importante ya que los turistas les gustan que las personas se vistan de acuerdo al clima playero, sin mucha formalidad, como es el caso de otros países como las vegas, con vestidura cómoda y divertida, por tal motivo se tomará en cuenta para el complejo eco-turístico en funciones que se relacionen directamente con los turistas como es el caso de la recepción.

Los turistas nos dieron a conocer por medio de la encuesta que les gustaría que se creara un complejo habitacional que este rodeado de la naturaleza, además que estas clases de proyectos de inversión le dan un realce a la comunidad para que se vea reflejado en todo el mundo como un lugar turístico y con nuevos atractivos en el balneario.

RECOMENDACIONES

Existen varios hostales y hoteles en la comunidad de Montañita, aunque los precios de hospedaje están acordes a la capacidad adquisitiva de los turistas en su mayoría, pero hay que concientizar que los precios de habitación son muy elevados, por tal motivo para que los turistas puedan adquirir el servicio y acaparar más demanda es necesario bajar un poco los precios de hospedaje por persona.

Para que el balneario de Montañita siga con esa gran demanda de turistas es necesario darles nuevos atractivos para que pueda competir con los sitios turísticos del mundo con nuevas infraestructuras innovadoras que den un realce a Montañita, por esta razón es necesario que nuevos proyectos de inversión se pongan en marcha y así acaparar la demanda insatisfecha, por qué no hay infraestructura necesaria para los turistas, tienden a irse a otras zonas cercanas al balneario.

Los hostales que se encuentran en el balneario deben de implementar nuevos servicios para que los turistas se sientan satisfechos de hospedarse en su habitación, aunque son hospederías deberían tener los servicios básicos para cada habitación, al contrario en algunos hostales solo cuentan con un baño para una cantidad considerable de turistas y eso debe cambiar para mejorar el aspecto de las hospederías que se encuentran en Montañita.

La zona turística en el balneario cuenta con sitios donde se puede realizar una inversión, con el propósito de reactivar su economía de las familias porque desde los años 60 cuando hubo la sequía y no tuvieron ayuda del gobierno con canales de riego para sus cultivos muchos han dejado de producir sus tierras, pero con la ayuda del gobierno pueden invertir ya que es una zona turística y de gran afluencia, deben aprovechar esta oportunidad para tener una vida mejor y así contribuir con la economía del país.

CAPÍTULO IV
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
ECO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA

4.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNA MONTAÑITA

Montañita es una comuna perteneciente al cantón Santa Elena creada el 7 de enero de 1938. Su historia en materia de turismo data apenas de la década del 80.

Considerada como la capital del surf del Ecuador, Montañita es, a veces, un tranquilo pueblo durante el día, pero en las noches los bares y discotecas están llenos de gente, especialmente los fines de semana, cuando llegan turistas nacionales como extranjeros de ciudades cercanas y de otros países, en los días feriados y en los campeonatos nacionales e internacionales de surf, realizados entre febrero y marzo.

En la última década ésta comunidad o balneario se ha convertido en un destino popular para los turistas nacionales como extranjeros y es considerada como la mejor playa ecuatoriana para practicar el surf y pasar días de relax y diversión acompañados con el hospedaje en los hostales y hoteles que se ha vuelto esencial en este balneario por la masiva demanda de turistas que visitan Montañita cada año.

Montañita por ser reconocido mundialmente a través de sus visitantes y por medio de su página Web, los turistas pueden tener una idea de cómo es la vida en Montañita y les parece muy atractivo, que los turistas extranjeros planifican a futuro para visitar este balneario porque es casi el ambiente que se vive en las vegas, un sitio donde las personas se divierten mucho por esta razón Montañita se ha dedicado al turismo y satisfacer las necesidades naturales de los turistas.

4.1.1. ANÁLISIS FODA/ DAFO

4.1.1.1. OPORTUNIDADES

1. Facilidad de que nuestros posibles clientes adquieran las casa de hospedaje a precios accesibles.
2. Nuestra empresa se encuentra estratégicamente ubicada cerca de centro de Montañita.
3. Cerca de la carretera principal
4. El crecimiento de turistas.

4.1.1.2. AMENAZAS

1. Que las nuevas empresas con el mismo servicio se lancen al mercado.
2. Posibles desastres naturales.
3. Dificultad en las vías de acceso.
4. El alza de los sueldos por parte del gobierno central.

4.1.1.3. FORTALEZAS

1. Constará con un personal altamente capacitado.
2. Infraestructura acorde al sistema actual y moderno de proyectos habitacionales que exige la sociedad actual.
3. Ubicación estratégica, lo que convierte al proyecto atractivo para el desarrollo poblacional en este sitio.

4.1.1.4. DEBILIDADES

1. No ser reconocido en el mercado turístico.
2. Ser nuevo en el mercado local.

4.1.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

4.1.2.1. LA EMPRESA

EL EDEN S.A. es una empresa dedicada a brindar un servicio de hospedaje, a turistas nacionales y extranjeros, que requieran un lugar donde pasar unas vacaciones y momentos de relax, en el complejo y sus casa de hospedaje que permitan el desarrollo sustentable, social y ambiental de la comunidad.

4.1.2.2. RAZÓN SOCIAL

EL EDEN S.A.
Montañita, Ecuador
Telf. 0988714153

4.1.2.3. ESLOGAN

“Como estar en el paraíso”

4.1.2.4. LOGOTIPO



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.1.3. MISIÓN

Introducimos en el mercado local (Montañita), por medio del complejo y sus casas habitacionales e innovadoras, que permitirán ser competitivos ante los hostales y hoteles que se encuentran a su alrededor.

4.1.4. VISIÓN

Crecer en el mercado local y nacional con el fin de ser la principal alternativa de nuestros clientes en lo que a hospedaje se refiere.

4.1.5. FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

“EL EDEN tiene como filosofía de integridad y confianza, las mismas que constituyen las bases claves de nuestro éxito futuro”

4.1.7. OBJETIVO GENERAL

Brindar servicio de calidad en el sector de “Montañita” a través del hospedaje para satisfacer las necesidades de los turistas.

4.1.6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conservar el medio ambiente, a través del cuidado del hábitat natural, para la conservación de las especies, que darán un atractivo turístico a los visitantes o clientes.
2. Analizar el valor que tendrán nuestros servicios a través de los precios de la competencia para obtener mayor demanda.
3. Crear alianzas con proveedores estratégicos que nos proporcionen equipos de calidad que permitan brindar un buen servicio.

4.1.7. VALORES EMPRESARIALES

4.1.7.1. LEALTAD Y COMPROMISO

La empresa a través de sus colaboradores demostrará la lealtad y el compromiso con la organización para cumplir óptimamente las expectativas del cliente.

4.1.7.2. RESPONSABILIDAD

Cada colaborador responderá por los actos propios dentro de la institución, frente a clientes, autoridades de control, accionistas, empleados y la sociedad en general por sus actos.

4.1.7.3. HONESTIDAD Y ÉTICA

El personal que integra la empresa, demostrarán madurez y una conducta honesta en base a principios que deberán flejar en todo momento para el cumplimiento de las leyes internas.

4.1.7.4. EQUIDAD

Brindar a los clientes equidad, trato justo y una esmerada cortesía y responder de manera oportuna al servicio y a las necesidades de los clientes.

4.1.7.5. SOLIDARIDAD

Deben tener como referencia a la ayuda mutua en todas las circunstancias laborales que los compañeros y la compañía lo requieran y así fortalecer los lazos entre el personal de la empresa.

4.1.8. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

4.1.8.1. OBJETIVO CORPORATIVO

Lograr una rentabilidad en el quinto año a través del servicio habitacional para nueva inversiones en el futuro.

4.1.8.2. OBJETIVOS DEL MARKETING

1. Captar en los primeros días de temporada a los turistas, aprovechando la inauguración de la empresa.
2. Contactar a nuestros futuros clientes a través de la página Web para que conozcan nuestra empresa.

4.1.9. ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.1.9.1. ESTRATEGIA CENTRADA EN LOS CONSUMIDORES

Como recién se va a iniciar sus actividades la empresa, es necesario que exista publicidad para que el consumidor tenga conocimiento sobre las características del producto y servicio, para que así pueda adquirirlo cuando lo deseen.

4.1.9.2. ESTRATEGIA DE CALIDAD

Se aplica esta estrategia a través de sus casas habitacionales para los turistas

4.1.9.3. ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

La empresa aspira crecer en 10 años incrementando sus casas con nuevos atractivos y así obtener mejores ingresos.

4.1.9.4. ESTRATEGIA GEOGRÁFICA

El EDEN como empresa de servicio será lanzado en el mercado nacional de la provincia de Santa Elena específicamente en la comuna Montañita por ser un punto turístico y reconocido internacionalmente.

4.1.9.5. ESTRATEGIA DE ENFOQUE

Optaremos por utilizar esta estrategia ya que buscamos satisfacer primordialmente las necesidades del consumidor nacional como internacional para brindarle un servicio de calidad.

4.1.9.6. ALIANZA ESTRATÉGICA

Las alianzas estratégicas nos permitirán llegar mucho más a los turistas, por medio de alianzas con hoteles conocidos como el Barceló, Colón, Miramar, donde se compromete a recomendar y enviar a turistas a nuestro complejo eco-turístico cuando requieran del servicio en el balneario y viceversa.

Las alianzas también se realizarán con nativos que tengan material de trabajo eco-turísticos para fomentar el empleo y ayudarnos mutuamente con nuestros servicios, por medio de nuestros paquetes eco-turísticos.

4.1.9.7. PAQUETE DE BRONCE

1. Traslado al hotel.
2. Hospedaje.
3. Paseo en bicicleta de cuatro ruedas.
4. Desayuno.

4.1.9.8. PAQUETE DE PLATA

1. Traslado al hotel.
2. Hospedaje.
3. Paseo en bicicleta de cuatro ruedas.
4. Desayuno.
5. Traslado a discoteca nativabambu.

4.1.9.9. PAQUETE DE ORO

1. Traslado al hotel.
2. Hospedaje.
3. Paseo en bicicleta de cuatro ruedas.
4. Desayuno, almuerzo y merienda.
5. Traslado a discoteca nativabambu.
6. Paseo a caballo.
7. Recorrido del complejo para que experimenten, el muro de escalar y la cuerda en descenso como deporte extremo.

4.1.10. MEZCLA DE MERCADOTECNIA

4.1.10.1. PRODUCTO Y SERVICIO

El Complejo eco-turístico habitacional está formado por el departamento de información o recepción y administración, con quince casas habitacionales de tipo uno constituido por cuatro habitaciones para cuatro personas, cinco casas de tipo dos o matrimoniales con dos habitaciones para dos personas con sus respectivos baños en cada habitación, en total son veinte casas habitacionales y el área de recreación para los turistas.

4.1.11. NIVELES

4.1.11.1. PRODUCTO PRINCIPAL

Satisfacer las necesidades habitacionales y contribuir al desarrollo del sector.

4.1.11.2. PRODUCTO REAL

4.1.12. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO



Casas



Etiqueta

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.1.12.1. POR SU CONSUMO

También podemos clasificarlo como un servicio de consumo de conveniencia, debido a que es un producto que se consumen con frecuencia y mayormente en temporada.

4.1.13. CARTERA DE PRODUCTOS

4.1.13.1. LINEA DE PRODUCTO

Dentro de nuestra producción solo existirá una línea de producto y servicio en conjunto, las casa de hospedaje.

4.1.13.2. AMPLITUD

No existirá otra línea de producto o servicio después de 5 años.

4.1.13.3. PROFUNDIDAD

4.1.13.3.1. MODELOS

Casa de tipo 1 y casa de tipo 2

4.1.14. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y SERVICIO

Modelo: Madera y Ladrillo.

4.1.14.1. PRECIO

\$12 y \$15 en temporada baja y \$20 y \$25 en temporada alta.

4.1.14.2. PLAZA

Los que integran la plaza, son los turistas nacionales como extranjeros llegando así nuestro producto y servicio a todo el Ecuador y el mundo a través de la página web, y a la vez realizaremos la distribución del servicio por medio de un canal directo, como es del complejo hacia el turista sin intermediario, llegando al complejo los turistas por si solos por medio de la publicidad como son las vallas y televisión.



4.1.14.3. PROMOCIÓN

4.1.14.3.1. DESCUENTOS

Por inauguración del servicio de las casas de hospedaje, se realizara un descuentos del 5% desde las 09:00 a 12:00 horas del día.

4.1.14.3.2. DOS POR UNO

Por inauguración por el servicio de hospedaje, dos personas por un valor de un hospedaje.

4.1.15. PUBLICIDAD

4.1.15.1. LETRERO O VALLAS

Imagen # 3 Letrero o valla publicitaria



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

Estas vallas permitirán que los visitantes de la zona y turistas se puedan enterar de un nuevo lugar rústico e innovador donde pasar sus días de vacaciones entre otros: la valla representa un modelo de innovador y publicitario donde se detalla el lugar donde estará ubicado el complejo turístico de igual manera el número telefónico donde se pueden comunicar con la empresa para reservaciones a futuro y la página web para realizar la misma función, se da a conocer el nombre y el eslogan para identificarse ante los demás hoteles y hostales que se encuentran a su alrededor.

4.1.15.2. PÁGINA WEB

Imagen # 4 Página web



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

La página web permitirá difundir a todo el mundo la información completa de nuestra empresa y así ser conocido mundialmente.

En la página web se representa de la siguiente manera con el nombre de la empresa el teléfono para las reservaciones y de igual manera la página web; la página web cuenta con fotos para que los turistas visualicen su estructura interna como externa, su misión, visión y valores de la empresa. Además cuenta con un cuadro donde pueden hacer sus reservaciones y seleccionar el número de habitaciones y su horario de entrada y salida, de esta manera los turistas nacionales como extranjeros tendrán acceso a la empresa y a sus beneficios dentro del complejo.

4.1.15.3. TV

Imagen # 5 Publicidad por TV



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

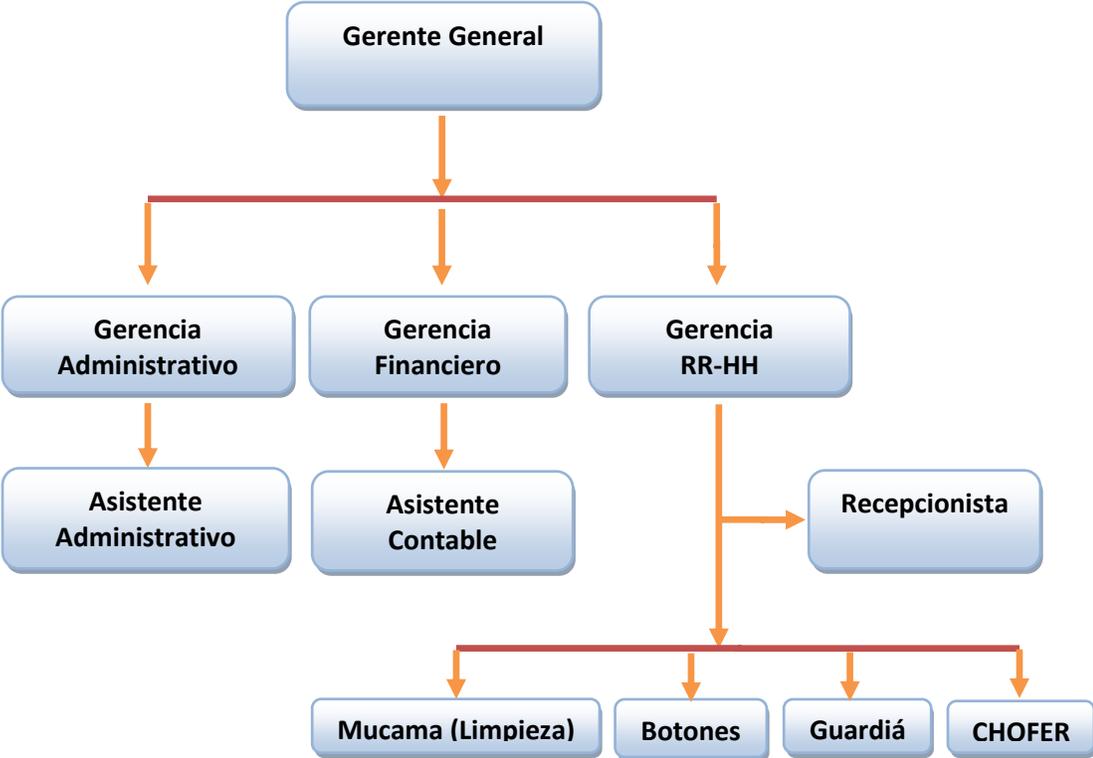
La publicidad por medio de la televisión es muy importante porque se hace conocer la empresa en diferentes partes del Ecuador y así atraer a nuestros futuros clientes de esta manera los turistas nacionales conocerán un poco más sobre los servicios que se brindan dentro del complejo, ya sea por la televisión como por internet, ya que se muestra las diferentes medios para que puedan buscar o llamar al complejo turístico y así hacer sus respectivas reservaciones o acudir al lugar personalmente.

4.1.16. ORGANIGRAMA

“EL EDEN” S.A, constará con el talento humano necesario e idóneo que será uno de los activos de la empresa, con relación a la atención de los trabajadores hacia los clientes. Se ha considerado fundamental definir el ordenamiento interno, distribuyendo las tareas y responsabilidades entre los propietarios y los futuros colaboradores de la empresa, que serán personas de la provincia de Santa Elena, lo que permitirá crear fuentes de trabajo en beneficio de la comunidad en general.

“EL EDEN” S.A requiere contar con 17 personas distribuidas en la diferentes áreas de la empresa.

Cuadro # 12 Organigrama



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.1.16.1. DESARROLLO DEL PERSONAL

Los colaboradores de la empresa laboraran 8 horas diarias comenzando de 9H00 am a 1H00 p.m., de 2H00 pm a 6 p.m. y 10H00 p.m. a 6H00 a.m.

4.1.16.2. GERENTE GENERAL

Constituye el cargo de mayor jerarquía dentro de la organización, el mismo que tendrá la responsabilidad de afianzar estrategias que permita mayor vinculación del producto en el mercado, además el gerente tiene la responsabilidad en la toma de decisiones junto con la junta de accionistas.

4.1.16.3. GERENTE ADMINISTRATIVO

Ejercer funciones de dirección, gestión, supervisión y coordinación con los demás órganos dependientes.

4.1.16.3.1. FUNCIONES QUE DESEMPEÑAN

1. Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades y proponer políticas generales operacionales; la estructura orgánica y los reglamentos institucionales, a efecto de alcanzar sus fines y objetivos.
2. Coordinar y supervisar las actividades de los gerentes de área, administrativos, financieros y recurso humano.

4.1.16.4. ASISTENTE ADMINISTRATIVO

1. Organizar, supervisar y coordinar las actividades de la unidad de planificación, seguimiento y control.

4.1.17. GERENTE FINANCIERO

La persona que está a cargo de la contabilidad de la empresa asesora y tendrá un trato muy directo con el administrador para unificar criterios en cuanto a la toma de decisiones que realizarán en el mercado.

4.1.17.1. FUNCIONES

1. Se encarga de los estados financieros que sean analizados y a partir de estos realizar los correctivos adecuados.
2. Experto en auditorias.
3. Cuentas claras y oportunas.

4.1.18. ASISTENTE CONTABLE

1. Declaraciones del IVA y SRI
2. Clasificación de los comprobantes contables.
3. Revisa la elaboración de planillas de salarios.

4.1.19. GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

Encargado reclutar el talento humano, con liderazgo, motivador y responsabilidad además de registrar la nómina de pagos al personal.

4.1.19.1. FUNCIONES

1. Encargado de manejar los contratos y realizar los respectivos descuentos, para registrar las aportaciones y seguro a los empleados.
2. Responsable de evaluar semestralmente al personal.
3. Brinda capacitación y dar incentivos al personal destacado.

4.1.20. RECEPCIONISTAS

Administrar eficientemente las reservaciones, además el buen trato hacia los clientes y estar atento a la recaudación del servicio en unidades monetarias.

4.1.20.1. FUNCIONES

1. Se encargará de la atención directa del cliente.
2. Manejo de la recepción (llaves) e informes.

4.1.21. CHOFER

Encargado de transportar equipos y eventualidades que se susciten en la empresa.

4.1.22. BOTONES

Los responsables de cargar y llevar el equipaje de los clientes a sus habitaciones con amabilidad y respeto.

4.1.23. ASEO Y LIMPIEZA

4.1.23.1. MUCAMAS

Encargada de realizar el aseo de toda la empresa específicamente en las habitación.

4.1.23.2. FUNCIONES

1. Limpieza de la empresa en general.
2. Sacar la basura hacia el área de rampa, para que sea llevada al basurero.
3. Lavado de ropa.

4.1.24. VIGILANCIA

El guardia de seguridad se encarga vigilar toda la empresa y conservar el orden en su exterior e interior.

4.1.24.1. FUNCIONES

1. Limpiar su área de trabajo.
2. Vigilar las instalaciones.
3. Vigilar los accesos de personal.
4. Vigilar su entorno
5. Ser cordial con los clientes.
6. Actuar responsablemente en situaciones extremas.
7. Ser cordial con todos sus compañeros de trabajo.

4.1.25. CONSTITUCIÓN LEGAL

4.1.25.1. PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS

1. Aprobación del nombre en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier Banco.
3. Elevar a Escritura Pública la constitución de la empresa en cualquier nota
4. Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio del abogado patrocinador en la Superintendencia.
5. La Superintendencia responde a un oficio (en caso de error en la constitución o falta de algún permiso previo), con resolución y extracto (para continuar con el proceso de constitución).
6. La Superintendencia emite un extracto, el cual, el usuario debe publicar en uno de los periódicos de mayor circulación donde tendrá domicilio la

empresa, por un solo día, (se recomienda comprar 3 ejemplares, 1 para la Superintendencia, 1 para el Registro Mercantil y uno para la Empresa.

7. Debe sentar razón de la resolución de constitución de la misma Notaria donde obtuvo la escritura.

8. El usuario solicita número de expediente.

Debe entregar a la Superintendencia:

Documentos:

1 Escritura inscrita en el Reg. Mercantil

1 Resolución escrita en el Reg. Mercantil.

Nombramiento original de gerente y presidente inscrito en el Reg. Mercantil.

Publicación del periódico. (1 Ejemplar).

1 Planilla de servicios básicos y formulario A1 SRI.

9. Se le entrega al usuario para que proceda a sacar el RUC.

Documentos:

Hoja de datos generales.

Nómina de accionistas.

Se devuelve el Formulario A1 y certificado de cumplimiento de Obligaciones (CCO).

10. Debe presentar en la Superintendencia de Compañías una copia simple del RUC, previo a la entrega del oficio al Banco para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital.

4.1.26. OBLIGACIONES GUBERNAMENTALES ADQUIRIDAS

Siendo una actividad de servicio, “EL EDEN S.A.” genera estas obligaciones:

Declarar mensualmente, los movimientos económicos ante el SRI.

Declaraciones del impuesto al valor agregado

Declaración del impuesto a la renta anual

Tener calificación como contribuyente

Actualizar el RUC, cada 5 años.

En otras palabras tener todo en orden.

4.1.27. PERMISOS PARA FUNCIONAMIENTO:

4.1.27.1. REQUISITOS PARA PERMISO MUNICIPAL

1. Copia de cédula.
2. Copia de la papeleta de votación.
3. Predio urbano.
4. Copia del RUC.

4.1.27.2. REQUISITOS CUERPO DE BOMBEROS

1. Factura de la compra del extintor
2. Copia del Ruc.

4.1.27.3. REQUISITOS SALUD

1. Exámenes médicos.
2. Especia valorada.

4.1.28. REQUISITOS MÍNIMOS REQUERIDOS PARA EL ANÁLISIS DEL CRÉDITO CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)

1. Solicitud de crédito.
2. Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo).
3. Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años.
4. Copia de las últimas 12 declaraciones del Impuesto al Valor Agregado. (IVA)
5. Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) de ser el caso.
6. Plan de Inversiones.
7. Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito).
8. Referencias personales, comerciales y bancarias.
9. Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar.
10. Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00.
11. Para proyectos nuevos mayores a USD 1'500.000,00 presentar un proyecto de factibilidad que justifique la viabilidad del mismo mediante un estudio de mercado, técnico y financiero.
12. Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc.
13. Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas).
14. Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal.
15. Certificado de la S.C sobre conformación de accionistas (personas jurídicas).
16. Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles.

4.1.28.1. CONSIDERACIONES PARA EL FINANCIAMIENTO

2. Los proyectos financiables deberán ser viables desde el punto de vista técnico, financiero, ambiental, de mercado y legal, de acuerdo con los análisis practicados.
3. No se financia terrenos para proyectos nuevos, créditos de consumo, comercio, servicios financieros, compra de bonos y transferencia de acciones, ni adquisición de viviendas.
4. No se financiará a clientes que registren cuentas inhabilitadas, cartera castigada o demanda judicial de acuerdo al reporte de buró de crédito y los que tengan obligaciones vencidas con instituciones públicas.
5. No se financiará a clientes que se encuentren registrados en la base reservada del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas. (CONSEP)

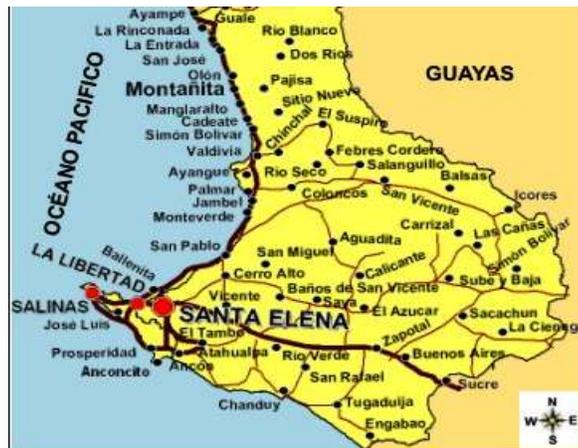
4.1.28.2. CONDICIONES DEL CRÉDITO

1. Desde USD 50.000,00 (La amortización se traduce en pagos mensuales, trimestrales, semestrales o anuales de acuerdo al flujo de caja).
2. Máximo a financiar por parte de CFN (en porcentajes de la inversión total), dependiendo del nivel de riesgo del sector.
3. Para proyectos nuevos hasta un 70%.
4. Para proyectos en marcha hasta un 100%.
5. Activo fijo: hasta 10 años en función del flujo de caja.
6. Capital de trabajo: Hasta 3 años en función del flujo de caja.
7. PYME (monto hasta 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,15%.
8. Sector empresarial, (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0 % - hasta 9,50 %.
9. Sector corporativo, (montos mayores a USD1 millón), Desde 8 % - hasta 8,15 %.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. LOCALIZACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO

El proyecto se realizara en la provincia de Santa Elena, comuna Montañita por sus diferentes atractivos turísticos.

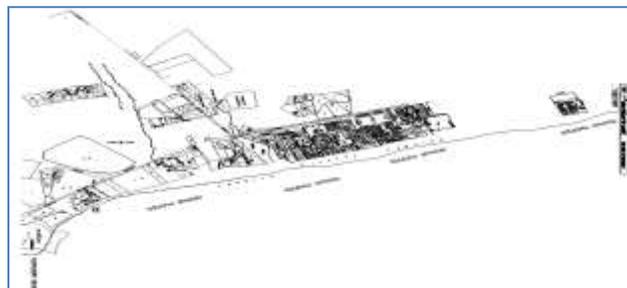


Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.2. LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.2.1. CERCANÍA DEL MERCADO

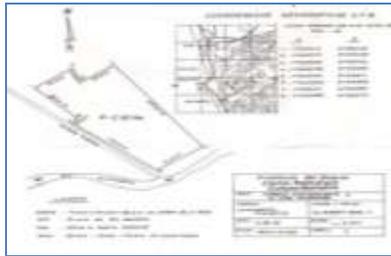
La localización del local debe estar cerca de los clientes potenciales.



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.2.2. DISPONIBILIDAD DEL TERRENO

Contar con terreno propio es una fortaleza que se posee, por las dimensiones requeridas para la construcción de las casa de hospedaje y las expectativas de crecimiento de la empresa.



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.2.3. DISPONIBILIDAD DE AGUA, ENERGÍA Y OTROS SUMINISTROS

Es muy importante contar con este factor de localización para el buen desarrollo de la empresa y pueda brindar un servicio de calidad.

La planta estará ubicada en la provincia de Santa Elena, en la comuna Montañita vía a la montaña. Se ubica en este sitio porque contamos con un terreno propio, este es un lugar consta con luz eléctrica, una tubería de agua potable, además se construirá una cisterna por si hubiere dificultades en disponibilidad del agua y se encuentra cerca de una línea telefónica que mejorará el servicio de la empresa.

4.2.2.4. COSTOS DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad que se identificó para beneficio del proyecto, es que se cuenta con un terreno propio cerca de la comuna Montañita, que servirá para la construcción de las casas rústicas para el hospedaje de los turistas nacionales como extranjeros.

4.2.2.5. DELIMITACIÓN

La empresa estará ubicada en Montañita, vía a la montaña donde contará de la siguiente manera:

Al norte con los terrenos del sr. Efrén de la Rosa.

Al sur con el Rio de Montañita.

Al este con los terrenos de la familia Rosales.

Oeste con el Océano pacífico.



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.3. TAMAÑO

La empresa tiene una dimensión de 2,96 hectáreas para las instalaciones de la misma.

La empresa consta de 20 cabañas, 15 de tipo uno, dividido para 4 habitaciones con capacidad 4 personas, en total la prestación del servicio en base a la capacidad es de 240 para la cabaña de tipo uno.

Las 5 cabañas restantes de tipo 2 se divide en dos con una capacidad de dos personas, la capacidad total es de 20 personas.

En total es de 260 la capacidad total entre las dos cabañas.

Al mes la capacidad es de 7800 personas.

4.2.4. INFRAESTRUCTURA

“El EDEN S.A.” cuenta con una amplia infraestructura que nos permite brindar nuestros servicios del modo más adecuado y cubrir así las necesidades que demandan nuestros clientes.

Nuestro complejo está ubicado estratégicamente en Montañita, facilita a los clientes poder hospedarse para pasar un tiempo de relax rodeado de la naturaleza.

Disponemos de dos tipos de casas habitacionales el de tipo 1 donde caben cuatro habitaciones y en cada uno pueden estar hasta 4 personas y el de tipo 2 caben dos habitaciones y en cada habitación caben dos personas esta se los denomina como matrimoniales, el complejo eco-turístico cuenta con 20 años de vida útil al termino de sus edificación.

Las oficinas administrativas y contables se encuentran en el mismo lugar en un edificio aparte de las casas habitacionales.

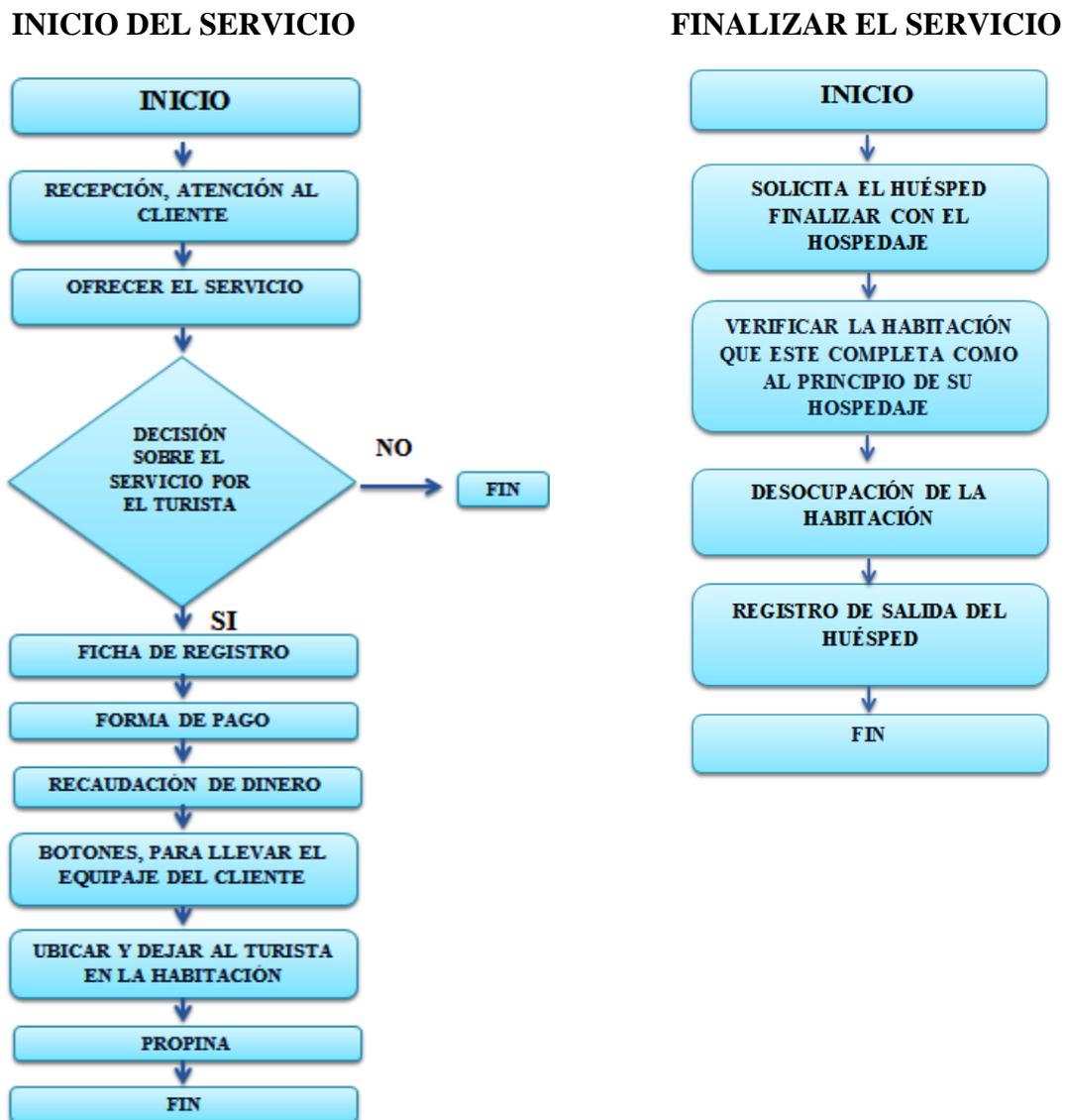


Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.2.5.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE

Diagrama # 6 Flujo del proceso del servicio de hospedaje



Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.6. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS EQUIPOS

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
Computadora
Impresora Canon

EQUIPOS DE OFICINA
Teléfono
Teléfono Inalámbrico

INSUMOS Y MATERIALES DE ASEO
baldes de basura
Escoba
Pinoklin
Detergentes DEJA 4Kg
Galón Cloro
Fundas plásticas de basura
Papel Higiénico Familia
Insecticida Raid Max
Tips Pastillas
Jabón de tocador
Trapeador de pisos

MUEBLES Y ENSERES
Televisor LG LCD
Colchones Paraíso 1 1/2Plaza
Colchones 2 Plazas
Litera de 1 1/2 Tipo 1
Camas 2 Plaza Tipo 2
Almohada
Edredones
Sabanas
Cajonera ropero Tipo 1
Cómoda Tipo 2
Lámparas Fluorescente Tekho
focos ahorradores

Elaborado por: Vinicio Rodríguez Ramírez.

4.2.7. IMPACTO AMBIENTAL

“EL EDEN S.A” consiente del impacto que las actividades, productos y servicios del sector hotelero tienen sobre el medio ambiente, ha decidido implantar un Sistema de Gestión Ambiental.

Asumiendo el compromiso de respetar y proteger el medio ambiente en su actividad, “EL EDEN S.A” ha adoptado una política de prevención de la contaminación y ahorro de recursos naturales, que le permita contribuir a la conservación del entorno.

Promover la formación y concienciación medio-ambiental de todas aquellas personas implicadas en el desarrollo de la actividad del hotel: trabajadores, proveedores y clientes.

4.3. ESTUDIO ECONÓMICA

4.3.1. DATOS GENERALES

La evaluación económica y financiera fue dirigida a la propuesta de inversión para la creación de un complejo eco-turístico en la comuna montañita.

Para los cálculos de los flujos económicos financieros se consideraron los siguientes datos generales:

4.3.1.1. TASA DE INFLACIÓN

La inflación es el alza generalizada de los precios y para su proyección se utilizó datos de años históricos y proyectados para el año 2013, y así calcular el promedio, siendo el resultado el valor de la inflación esperada en años futuros como a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro # 13: Media de la Inflación

INFLACION	
Años	%
2013	3,44%
2012	4,49%
2011	5,41%
2010	3,44%
2009	4,02%
PROMEDIO INFLACION	4,16%

Fuente: BANCO CENTRAL
Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Entonces, conforme a los datos obtenidos tenemos una inflación proyectada de 4.16%, éste valor será de vital importancia para la obtención de valores aproximados en los presupuestos tanto para ingresos como egresos.

4.3.1.2. DEMANDA DEL PROYECTO

Para determinar la capacidad instalada de la empresa se calculó el número de habitaciones por el número de personas por cada habitación. Teniendo en cuenta que existe dos tipos de casa para el hospedaje.

El tipo uno las casa tiene 4 habitaciones para 4 personas esto da un total de 240 personas y el de tipo dos tienen 2 habitaciones para 2 personas dando un total de 20 personas.

Por ende la capacidad total es de 260 por día, determinando que en temporada alta como son en los meses de diciembre, enero, febrero, y marzo; la empresa estará arrendada en su totalidad y en temporada baja de abril a noviembre, su demanda disminuye.

Para determinar la demanda en temporada baja de las casas de tipo uno se disminuye en 5 casas diarias y de tipo dos se disminuyen dos casas, dando así una disminución de 88 personas diarias durante 8 meses del año.

En esta proyección la demanda de la empresa aumenta en un 2% anualmente debido a que la demanda de turistas extranjeros aumenta en un 8% por año.

En el primer año la empresa tendrá una demanda de 74.795 turistas nacionales como extranjeros.

Según su porcentaje tenemos:

Temporada alta 30.900 equivale al 40% de turistas.

Temporada baja 43.275 equivale el 60% de turistas.

Dando un total 74.795 dando el 100%.

Cuadro # 14 Demanda anual de la empresa

EMPRESA "EL EDEN" S.A.
PRESUPUESTO DE ALQUILER

496 720

INGRESOS DE PERSONAS POR ALQUILER HABITACIONAL (MENSUAL)												
CASAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ALQUILER 1	7440	6.720	7.440	4.800	4.960	4800	4.960	4.960	4.800	5.456	5.520	7.440
ALQUILER 2	620	620	620	360	372	360	372	372	360	409	414	620
											37	54

ESTIMACIÓN DEL PRECIO											
CASAS	CAPACIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
TEMPORADA BAJA TIPO 1	240	\$ 12,00	\$ 12,84	\$ 13,74	\$ 14,70	\$ 15,73	\$ 16,83	\$ 18,01	\$ 19,27	\$ 20,62	\$ 22,06
TEMPORADA BAJA TIPO 2	20	\$ 15,00	\$ 16,05	\$ 17,17	\$ 18,38	\$ 19,66	\$ 21,04	\$ 22,51	\$ 24,09	\$ 25,77	\$ 27,58
TEMPORADA ALTA TIPO 1	240	\$ 20,00	\$ 21,40	\$ 22,90	\$ 24,50	\$ 26,22	\$ 28,05	\$ 30,01	\$ 32,12	\$ 34,36	\$ 36,77
TEMPORADA ALTA TIPO 2	20	\$ 25,00	\$ 26,75	\$ 28,62	\$ 30,63	\$ 32,77	\$ 35,06	\$ 37,52	\$ 40,14	\$ 42,95	\$ 45,96

DEMANDA ANUAL											
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ALQUILER 1		69.296	70.682	72.096	73.537	75.008	76.508	78.039	79.599	81.191	82.815
ALQUILER 2		5.499	5.609	5.721	5.836	5.952	6.071	6.193	6.317	6.443	6.572
TOTAL		74.795	76.291	77.817	79.373	80.961	82.580	84.231	85.916	87.634	89.387

CASA 1			
TEMPORADA ALTA	29.040		
TEMPORADA BAJA	40.256	TEMPORADA	30.900 0,4
CASA 2			
TEMPORADA ALTA	1.860		74.175
TEMPORADA BAJA	3.019		

INFLACION	5%
CRECIMIENTO PRECIO	7%
CRECIMIENTO DEMANDA	2%
DEMANDA TEMPORADA ALTA	40%
DEMANADA BAJA	60%
INCREMENTO MANO DE OBRA	7%

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.4. DETERMINACIÓN DE LAS INVERSIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO EN MONTAÑITA.

Para la puesta en marcha la empresa en la comuna Montañita se determina la inversión total que se describió en el estudio técnico que serán determinantes para su evaluación económica.

4.4.1. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija para la creación de la empresa, está dirigida a los activos tangibles como es el terreno y su obra física así como sus equipos para dar inicio a las operaciones del complejo en montañita.

4.4.2. INFRAESTRUCTURA

Cuadro # 15 Inversión fija infraestructura

EDIFICIO O INFRAESTRUCTURA	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
CONSTRUCCIÓN DE HABITACION TIPO 1	15	\$ 22.395,19	\$ 335.927,90
CONSTRUCCIÓN DE HABITACION TIPO 2	5	\$ 12.036,40	\$ 60.182,01
CONSTRUCCIÓN DE AREA DE INFORMACIÓN-RECEPCION-ADMINISTRACIÓN	1	\$ 76.256,62	\$ 76.256,62
AREAS COMPLEMENTARIAS	1	\$ 20.019,33	\$ 20.019,33
TOTAL		\$ 130.707,54	\$ 492.385,86

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

4.4.3. MAQUINARIA Y EQUIPOS

El complejo para iniciar sus operaciones necesita de maquinarias y equipos que se detallan a continuación:

Cuadro # 16 Maquinarias

MAQUINARIA CASAS	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Lavadora Can LG	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Secadora General electric	1	\$ 520,00	\$ 520,00
Plancha Oster	2	\$ 20,00	\$ 40,00
TOTAL			\$ 1.280,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

Los equipos que se utilizaran en los departamentos para sus operaciones son:

Cuadro # 17 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Impresora Cannon	5	\$ 80,00	\$ 400,00
TOTAL			\$ 2.800,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

Cuadro # 18 Equipo de Oficinas

EQUIPOS DE OFICINA	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Teléfono	70	\$ 12,00	\$ 840,00
Teléfono Inalámbrico	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Aire Acondicionado Panasonic SPL 9000 BTU	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
TOTAL			\$ 2.740,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

El equipo de videocámara para la vigilancia interna y externa son muy importantes para la seguridad de los trabajadores y clientes además el equipo necesario para la vigilancia externa como son los guardias de seguridad para el complejo turístico en Montañita.

Cuadro # 19 Equipo de seguridad

Equipo de Seguridad y Vigilancia	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Cámaras de vigilancia Equipo Completo	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Pistola 9mil,	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Balas	200	\$ 0,50	\$ 100,00
Chaleco antibalas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Tolete	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Extintor Pequeño	22	\$ 75,00	\$ 1.650,00
Señalética	25	\$ 5,00	\$ 125,00
Gas Pimienta	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Botiquín	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 5.355,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.4.4. VEHÍCULO

El vehículo será destinado para uso exclusivo de la empresa, para transportar maquinaria, para uso del gerente o para cualquier suceso que se requiera.

Cuadro # 20 Vehículo

VEHÍCULO	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Camión CHERVOLET NPR 815	1	\$ 28.861,50	\$ 28.861,50
TOTAL			\$ 28.861,50

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.4.5. MUEBLES DE OFICINA

Para las actividades administrativas y para el uso de las casas de hospedaje o inicio de sus actividades son los muebles de oficina.

Todos estos bienes serán adquiridos una vez que se termine la construcción total de la infraestructura y dar uso para el inicio de las actividades.

Cuadro # 21 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Escritorios	7	\$ 100,00	\$ 700,00
Juego de Muebles	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Televisor LG LCD	10	\$ 630,00	\$ 6.300,00
Mesa Para Conferencias	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sillas Giratorias	19	\$ 40,00	\$ 760,00
Archivadores	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Colchones Paraíso 1 1/2Plaza	240	\$ 90,00	\$ 21.600,00
Colchones 2 Plazas	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
Litera de 1 1/2 Tipo 1	240	\$ 120,00	\$ 28.800,00
Camas 2 Plaza Tipo 2	10	\$ 98,00	\$ 980,00
Almohada	260	\$ 2,50	\$ 650,00
Edredones	250	\$ 30,00	\$ 7.500,00
Sábanas	250	\$ 25,00	\$ 6.250,00
Cajonera ropero Tipo 1	60	\$ 130,00	\$ 7.800,00
Cómoda Tipo 2	10	\$ 180,00	\$ 1.800,00
Tabla de planchar EKO	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Lámparas Fluorescente Tekho	30	\$ 20,00	\$ 600,00
focos ahorradores	30	\$ 2,50	\$ 75,00
TOTAL			\$ 86.305,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.4.6. SUMINISTROS DE OFICINA

Los suministros de oficina son destinados para uso exclusivo de los departamentos y sus actividades dentro de la empresa.

Cuadro # 22 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	Cantidad	Precio Unitario	VALOR TOTAL
RESMA DE HOJAS A4	4	\$ 3,00	\$ 12,00
BOTELLAS DE TINTA PARA IMPRESORA	3	\$ 5,00	\$ 15,00
CARPETAS COLGANTES	20	\$ 1,10	\$ 22,00
GRAPADORA	4	\$ 4,00	\$ 16,00
PERFORADORA	4	\$ 3,50	\$ 14,00
BOLÍGRAFO	10	\$ 0,25	\$ 2,50
TOTAL			\$ 81,50

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.5. INVERSIÓN TOTAL

La inversión total se detalla a continuación para la edificación del complejo turístico y los activos necesarios para dar inicio a las actividades de la empresa.

Cuadro # 23 Inversión Total

FINANCIAMIENTO	TOTAL	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 296.000,00	32,32%
Capital prestado	\$ 619.727,36	67,68%
Capital de trabajo	\$ 30.000,00	
TOTAL	\$ 915.727,36	100,00%

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.5.1. AMORTIZACIÓN

El préstamo se la realizara en la corporación financiera nacional con un interés del 9% de interés a 10 años como se detalla a continuación.

Cuadro # 24 Amortización

CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 649.727,36
1	\$ 123.448,20	\$ 58.475,46	\$ 64.972,74	\$ 584.754,62
2	\$ 117.600,65	\$ 52.627,92	\$ 64.972,74	\$ 519.781,89
3	\$ 111.753,11	\$ 46.780,37	\$ 64.972,74	\$ 454.809,15
4	\$ 105.905,56	\$ 40.932,82	\$ 64.972,74	\$ 389.836,41
5	\$ 100.058,01	\$ 35.085,28	\$ 64.972,74	\$ 324.863,68
6	\$ 94.210,47	\$ 29.237,73	\$ 64.972,74	\$ 259.890,94
7	\$ 88.362,92	\$ 23.390,18	\$ 64.972,74	\$ 194.918,21
8	\$ 82.515,37	\$ 17.542,64	\$ 64.972,74	\$ 129.945,47
9	\$ 76.667,83	\$ 11.695,09	\$ 64.972,74	\$ 64.972,74
10	\$ 70.820,28	\$ 5.847,55	\$ 64.972,74	\$ (0,00)
TOTAL	\$ 971.342,40	\$ 321.615,04	\$ 649.727,36	

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.6. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos del complejo turístico en la comuna Montañita se verán a través de los ingresos generados por el alquiler de las habitaciones que se ofrece, en el cuadro se detalla los ingresos anuales durante los primeros 10 años.

Para determinar los ingresos de la empresa turística por alquiler o por el servicio de hospedaje es el resultado de multiplicar el precio del servicio por la cantidad demandada y dependiendo de los tipos de casa, como se puede observar en el cuadro se obtienen grandes ingresos por año que lo hacen rentable, a continuación el cuadro que demuestra los ingresos anuales del complejo eco- turístico en la comuna montañita

Cuadro # 25 Presupuesto de ingresos anuales

PRESUPUESTO DE INGRESOS										
HABITACIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ALQUILER 1										
TEMPORADA ALTA	\$ 554.368,00	\$ 605.037,24	\$ 660.337,64	\$ 720.692,50	\$ 786.563,79	\$ 858.455,72	\$ 936.918,58	\$ 1.022.552,93	\$ 1.116.014,27	\$ 1.218.017,98
TEMPORADA BAJA	\$ 498.931,20	\$ 544.533,51	\$ 594.303,87	\$ 648.623,25	\$ 707.907,41	\$ 772.610,15	\$ 843.226,72	\$ 920.297,64	\$ 1.004.412,85	\$ 1.096.216,18
SUBTOTAL HAB 1	\$ 1.053.299,20	\$ 1.149.570,75	\$ 1.254.641,51	\$ 1.369.315,75	\$ 1.494.471,21	\$ 1.631.065,88	\$ 1.780.145,30	\$ 1.942.850,58	\$ 2.120.427,12	\$ 2.314.234,16
ALQUILER 2										
TEMPORADA ALTA	\$ 54.990,00	\$ 60.016,09	\$ 65.501,56	\$ 71.488,40	\$ 78.022,44	\$ 85.153,69	\$ 92.936,74	\$ 101.431,15	\$ 110.701,96	\$ 120.820,12
TEMPORADA BAJA	\$ 49.491,00	\$ 54.014,48	\$ 58.951,40	\$ 64.339,56	\$ 70.220,19	\$ 76.638,32	\$ 83.643,06	\$ 91.288,04	\$ 99.631,77	\$ 108.738,11
SUBTOTAL HAB 2	\$ 104.481,00	\$ 114.030,56	\$ 124.452,96	\$ 135.827,96	\$ 148.242,63	\$ 161.792,01	\$ 176.579,80	\$ 192.719,19	\$ 210.333,73	\$ 229.558,23
TOTAL INGRESOS	\$ 1.157.780,20	\$ 1.263.601,31	\$ 1.379.094,47	\$ 1.505.143,70	\$ 1.642.713,84	\$ 1.792.857,88	\$ 1.956.725,09	\$ 2.135.569,77	\$ 2.330.760,85	\$ 2.543.792,39

Fuente: Vinicio Rodríguez

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

Los ingresos del complejo eco-turístico corresponden a los alquileres de tipo uno y de tipo 2 en temporada alta y baja en el balneario.

Los ingresos anuales del complejo eco-turístico son de \$ 1.157.780,20 en el primer año y \$ 2.543.792,39 en el año 10, cabe destacar que no se detalla los costos anuales totales que son del 48% del total de los ingresos que representan cada año.

4.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos están compuestos por los sueldos y salarios de los colaboradores que integran en el complejo turístico, así como los gastos por servicios básicos y suministros de oficina.

Cuadro # 26 Rol de pagos

EMPRESA " EL EDEN "												
ROL MENSUAL												
CARGO	DEPARTAMENTO	SUELDO	SOBRETIEPO	TOTAL INGRESOS	9,35 % IESS	TOTAL A PAGAR	13ERO	14TO	VACACIONES	F.RESERVA	TOTAL BENEFICIOS	COSTO TOTAL
GERENTE GENERAL	GERENCIA	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00	\$ 112,20	\$ 1.087,80	\$ 100,00	\$ 16,67	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 266,67	\$ 1.466,67
GERENTE ADMINISTRATIVO	ADMINISTRATIVO	\$ 700,00		\$ 700,00	\$ 65,45	\$ 634,55	\$ 58,33	\$ 16,67	\$ 29,17	\$ 58,33	\$ 162,50	\$ 862,50
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	ADMINISTRATIVO	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
GERENTE FINANCIERO	FINANCIERO	\$ 700,00		\$ 700,00	\$ 65,45	\$ 634,55	\$ 58,33	\$ 16,67	\$ 29,17	\$ 58,33	\$ 162,50	\$ 862,50
ASISTENTE CONTABLE	FINANCIERO	\$ 400,00		\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 100,00	\$ 500,00
GERENTE RRHH	RECURSOS HUMANOS	\$ 600,00		\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 543,90	\$ 50,00	\$ 16,67	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 141,67	\$ 741,67
RECEPCIONISTA AUXILIAR	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
RECEPCIONISTA AUXILIAR	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
CAMARERA	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
CAMARERA	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
CAMARERA	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
CAMARERA	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
BOTONES	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
BOTONES	RECURSOS HUMANOS	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
GUARDIAN	SEGURIDAD	\$ 318,00	\$ 30,00	\$ 348,00	\$ 29,73	\$ 318,27	\$ 29,00	\$ 16,67	\$ 14,50	\$ 29,00	\$ 89,17	\$ 437,17
GUARDIAN	SEGURIDAD	\$ 318,00	\$ 30,00	\$ 348,00	\$ 29,73	\$ 318,27	\$ 29,00	\$ 16,67	\$ 14,50	\$ 29,00	\$ 89,17	\$ 437,17
CHOFER	TRANSPORTE	\$ 318,00		\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 288,27	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 13,25	\$ 26,50	\$ 82,92	\$ 400,92
	GASTOS ADM.	\$ 7.416,00	\$ 60,00	\$ 7.476,00	\$ 693,40	\$ 6.782,60	\$ 623,00	\$ 283,33	\$ 311,50	\$ 623,00	\$ 1.840,83	\$ 9.316,83
				\$ 47.016,00	\$ 4.396,00	\$ 42.620,00	\$ 3.918,00	\$ 1.200,00	\$ 1.959,00	\$ 3.918,00	\$ 10.995,00	\$ 58.011,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$ 42.696,00	\$ 3.924,76	\$ 38.771,24	\$ 3.558,00	\$ 2.200,00	\$ 1.779,00	\$ 3.558,00	\$ 11.095,00	\$ 53.791,00

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.7.1. SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos mensuales se detallan anualmente durante los diez primeros años, donde los gastos administrativos proyectados se determinan en energía eléctrica en un 70%, agua potable un 50%, telefonía un 70% e internet un 80% por el uso de los servicios esenciales por el complejo.

Cuadro # 27 Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Energía Eléctrica	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.508,00	\$ 2.620,86	\$ 2.738,80	\$ 2.862,04	\$ 2.990,84	\$ 3.125,42	\$ 3.266,07	\$ 3.413,04	\$ 3.566,63
Agua Potable	\$ 190,00	\$ 2.280,00	\$ 2.382,60	\$ 2.489,82	\$ 2.601,86	\$ 2.718,94	\$ 2.841,29	\$ 2.969,15	\$ 3.102,76	\$ 3.242,39	\$ 3.388,30
Telefonía	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 752,40	\$ 786,26	\$ 821,64	\$ 858,61	\$ 897,25	\$ 937,63	\$ 979,82	\$ 1.023,91	\$ 1.069,99
Internet	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 877,80	\$ 917,30	\$ 958,58	\$ 1.001,72	\$ 1.046,79	\$ 1.093,90	\$ 1.143,12	\$ 1.194,56	\$ 1.248,32
	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 6.520,80	\$ 6.814,24	\$ 7.120,88	\$ 7.441,32	\$ 7.776,18	\$ 8.126,10	\$ 8.491,78	\$ 8.873,91	\$ 9.273,23

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.7.2. PUBLICIDAD

La publicidad es importante para las empresas y para darse a conocer por todo el mundo, en el caso del complejo eco-turístico para llegar al turista a través de los medios tecnológico como el letrero, comerciales en la televisión y a través de su página web que serán medio de información para que los turistas tengan una idea del servicio que se brinda en dicho complejo.

Cuadro # 28 Publicidad

PUBLICIDAD										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Letreros	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TV	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Página web	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00	\$ 20.550,00
	\$ 1.712,50									

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.7.3. DEPRECIACIÓN

Se determina cuantos años de vida útil tiene cada bien en meses.

Cuadro # 29 Depreciación

Grupos	Vida útil meses
Equipos de computación	36
Edificio	300
Muebles de oficina	60
Equipos de seguridad y vigilancia	60
Maquinarias	60
Vehículo	60
Equipos de oficina	60

Grupo	Adquisición	Cant.	Descripción	Costo original	Costo Total	Depreciación mensual	Meses de vida	Depreciación acumulada	Valor en libros
Edificio	06/jun/2013	1	Construcción de edificio	\$ 492.385,86	492.385,86	\$ 1.641,29	4,43	-7276,37	499.662,23
TOTAL INFRAESTRUCTURA					492.385,86				-
Terreno	06/jun/2013	1	Terreno Comunal	296.000,00	296.000,00				
TOTAL TERRENO					296.000,00				-
Vehículo	06/jun/2013	1	Camión CHERVOLET NPR 815	\$ 28.861,50	28.861,50	\$ 481,03	4,43	-2132,54	30.994,04
TOTAL VEHÍCULO					28.861,50				-
Equipos de oficina	06/jun/2013	70	Telefono	\$ 12,00	840,00	\$ 14,00	4,43	-62,07	74,07
Equipos de oficina	06/jun/2013	6	Telefono Inalambrico	\$ 50,00	300,00	\$ 5,00	4,43	-22,17	72,17
Equipos de oficina	06/jun/2013	4	Aire Acondicionado Panasonic SPL 9000 BTU	\$ 400,00	1.600,00	\$ 26,67	4,43	-118,22	518,22
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA					2.740,00				-
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	1	Cámaras de vigilancia Equi Completo	\$ 1.500,00	1.500,00	\$ 25,00	4,43	-110,83	1.610,83
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	2	Pistola 9mil,	\$ 700,00	1.400,00	\$ 23,33			
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	200	Balas	\$ 0,50	100,00	\$ 1,67			
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	2	Chaleco antibalas	\$ 200,00	400,00	\$ 6,67			
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	2	Tolete	\$ 15,00	30,00	\$ 0,50			
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	22	Extintor Pequeño	\$ 75,00	1.650,00	\$ 27,50			
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	25	Señalética	\$ 5,00	125,00	\$ 2,08	4,43	-9,24	14,24
Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	2	Gas Pimienta	\$ 25,00	50,00	\$ 0,83	4,43	-3,69	28,69

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

Equipos de seguridad y vigilancia	06/jun/2013	2	Botiquin	\$ 50,00	100,00	\$ 1,67	-	4,43	-7,39	57,39
TOTAL EQUIPOS DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA					5.355,00			1.356,77		-
								1.356,77		-
Equipos de computación	06/jun/2013	4	Computadora HP MS 220la	\$ 600,00	2.400,00	\$ 66,67	-	4,43	-295,56	895,56
Equipos de computación	06/jun/2013	5	Impresora Multifunción	\$ 80,00	400,00	\$ 11,11	-	4,43	-49,26	129,26
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					2.800,00			1.356,77		-
Maquinarias	06/jun/2013	1	Lavadora CAN LG	\$ 720,00	720,00	\$ 12,00	-	4,43	-53,20	773,20
Maquinarias	06/jun/2013	1	Secadora General electric	520	520,00	\$ 8,67	-	4,43	-38,42	558,42
Maquinarias	06/jun/2013	2	Plancha Oster	20	40,00	\$ 0,67	-	4,43	-2,96	22,96
TOTAL MAQUINARIAS					1.280,00			1.356,77		-
Muebles de oficina	06/jun/2013	7	Escritorios	100	700,00	\$ 11,67	-	4,43	-51,72	151,72
Muebles de oficina	06/jun/2013	1	Juego de Muebles	600	600,00	\$ 10,00	-	4,43	-44,33	644,33
Muebles de oficina	06/jun/2013	10	Televisor LG LCD	630	6.300,00	\$ 105,00				
Muebles de oficina	06/jun/2013	1	Mesa Para Conferencias	350	350,00	\$ 5,83				
Muebles de oficina	06/jun/2013	19	Sillas Giratorias	40	760,00	\$ 12,67	-	4,43	-56,16	96,16
Muebles de oficina	06/jun/2013	6	Archivadores	50	300,00	\$ 5,00	-	4,43	-22,17	72,17
Muebles de oficina	06/jun/2013	240	Colchones Paraíso 1 1/2 Plaza	90	21.600,00	\$ 360,00	-	4,43	-1596,00	1.686,00
Muebles de oficina	06/jun/2013	10	Colchones 2 Plazas	120	1.200,00	\$ 20,00	-	4,43	-88,67	208,67
Muebles de oficina	06/jun/2013	240	Litera de 1 1/2 Tipo 1	120	28.800,00	\$ 480,00	-	4,43	-2128,00	2.248,00
Muebles de oficina	06/jun/2013	10	Camas 2 Plaza Tipo 2	98	980,00	\$ 16,33	-	4,43	-72,41	170,41
Muebles de oficina	06/jun/2013	260	Almohada	2,5	650,00	\$ 10,83	-	4,43	-48,03	50,53
Muebles de oficina	06/jun/2013	250	Edredones	30	7.500,00	\$ 125,00	-	4,43	-554,17	584,17
Muebles de oficina	06/jun/2013	250	Sabanas	25	6.250,00	\$ 104,17	-	4,43	-461,81	486,81
Muebles de oficina	06/jun/2013	60	Cajonera ropero Tipo 1	130	7.800,00	\$ 130,00	-	4,43	-576,33	706,33
Muebles de oficina	06/jun/2013	10	Comoda Tipo 2	180	1.800,00	\$ 30,00	-	4,43	-133,00	313,00
Muebles de oficina	06/jun/2013	2	Tabla de planchar EKO	20	40,00	\$ 0,67	-	4,43	-2,96	22,96
Muebles de oficina	06/jun/2013	30	Lámparas Fluorescente Tekho	20	600,00	\$ 10,00	-	4,43	-44,33	64,33
Muebles de oficina	06/jun/2013	30	focos ahorradores	2,5	75,00	\$ 1,25	-	4,43	-5,54	8,04
TOTAL MUEBLES DE OFICINA					86.305,00					

TOTAL ACTIVOS FIJOS		915.727,36	\$ 3.794,76
OPERATIVOS	MENSUAL		\$ 3.640,14
	ANUAL		\$ 43.681,73
ADMINISTRATIVOS	MENSUAL		\$ 92,77
	ANUAL		\$ 1.113,20
VENTAS	MENSUAL		\$ 61,84
	ANUAL		\$ 742,13

Fuente: Vinicio Rodríguez.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez.

4.8. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros que se elaboraron para el complejo turístico son los siguientes: Estado de resultados, flujo de efectivo y el balance general; estados que sirven como indicadores del comportamiento de la empresa durante los años proyectados.

4.8.1. ESTADO DE RESULTADO

La deducción de todas las ventas durante el año, los costos, los gastos administrativos, de ventas y financieros se ven reflejados en el estado de resultados que muestran datos correspondientes a cada período o año fiscal.

En el primer año, la empresa turística “El Edén”; tiene en el primer año unas ventas netas totales en la prestación de servicios de: tipo de alquiler 1 de \$1.053.299,20 y en el tipo de alquiler 2 de \$104.481,00. El margen de utilidad bruta en este primer año es del 52%, y el margen de utilidad neta corresponde al 19%, haciendo énfasis que dicho resultado queda después de haber considerado todos los gastos administrativos, de ventas, y financieros, de igual manera la deducción de las respectivas obligaciones como es el impuesto a la renta generado y la aportación del 15% correspondientes a la participación de trabajadores. Al considerar todas estas deducciones se obtiene una utilidad neta de \$ 224.347,04 en el primer año. En el segundo periodo se tienen unas utilidades brutas de \$ 657.072,68, asimismo en este año se presenta una utilidad neta de \$ 260.434,59 y en el tercer año una utilidad de \$ 296.674,85

En el respectivo análisis se estima que en el último año se obtendrán unas utilidades brutas de \$ 1.322.772,04 y una utilidad neta de \$ 656.137,40, en anexos se muestra el detalle de los estados de resultados anuales, con sus respectivas utilidades netas del complejo turístico. (ANEXO # 3)

4.8.2. FLUJO DE EFECTIVO

El detalle de todos los ingresos recibidos durante un determinado período y los respectivos costos y gastos para la prestación de servicios se ven reflejados en el flujo de efectivo, el mismo que es un estado financiero que nos permite diferenciar entre las entradas y salidas de cada año, y por lo tanto muestra el detalle de cada uno de ellos, siendo una información fidedigna para la toma de decisiones económicas-financieras por parte de los representantes de este complejo. La empresa turística “El Edén”, en los diferentes servicios tiene como saldo final de efectivo en el primer año de \$ 362.481,26, considerando como saldo inicial \$30.000,00, que corresponde al capital de trabajo, en ese año se tienen ingresos totales por ventas de \$ 1.157.780,20 y egresos o salidas de efectivo de \$ 825.298,94. En el segundo año se obtiene un saldo final de efectivo de \$ 624.000,56. En este año los gastos o egresos aumentaron en un 21% como se tenía previsto, sin embargo se presenta un efectivo favorable en el desarrollo de la actividad.

En el año 2016 y 2018, se realizarán nuevas inversiones tanto en equipos como en muebles de oficina debido al aumento de capacidad de los servicios que se incorporará, por lo tanto en estos años se verá afectado el efectivo en una pequeña escala, pues se muestran saldos de efectivos favorables de los años anteriores que permitirán realizar estos pagos sin que afecte considerablemente estos saldos.

La vida del proyecto corresponde a 10 años, por lo tanto los resultados que se obtendrán en el último año del proyecto son de: ingresos totales de \$ 2.543.792,39, egresos de \$ 1.869.970,31, obteniendo un saldo final total de \$ 4.252.451,09. Los resultados obtenidos además demuestran que en el primer año se cuenta con la aportación de capital y el préstamo bancario a L/P, por lo tanto este valor permite que en este primer ejercicio fiscal se presente un saldo final positivo, convirtiéndose instantáneamente en el saldo inicial del segundo año.

Es necesario recalcar que en los detalles de cada año se hace frente a los pagos respectivos del préstamo bancario, así como también el pago de sus respectivos intereses.

A continuación se muestra el cuadro de ingresos y gastos detallados en los estados de flujos de efectivo de los 10 años de vida de la empresa turística. (ANEXO # 4)

4.8.3. BALANCE GENERAL

En los balances proyectados de la empresa se puede mostrar la distribución de los recursos financieros, por ejemplo el aumento de inversión en activos fijos, así como también de que manera crece el flujo de caja, también aquellas cuentas deudoras, principalmente la deuda a largo plazo que pertenece al préstamo bancario realizado, el mismo que se encuentra amortizado en 10 años, es decir, que se pagará los años respectivos a la vida de la empresa. De igual manera se muestran resultados del patrimonio, el cual mide el aumento de capital. Para hacer énfasis en los indicadores financieros, estos balances tienen como objetivo medir principalmente el nivel de endeudamiento que tiene la empresa, liquidez, rendimiento sobre los activos, margen de utilidad bruta y margen de utilidad neta para la idónea toma de decisiones.

Los resultados obtenidos en el primer año de prestación de servicios de hospedaje corresponden a: el total de activos es de \$ 1.232.671,55.

El patrimonio corresponde a \$ 520.347,04. En el segundo año aumenta considerablemente a \$ 1.448.653,78, debido al aumento de efectivo en ese año. El total de patrimonio aumentó a \$ 780.781,64. Cabe recalcar que con estos resultados se puede hacer frente a nuevas inversiones ya que la empresa muestra unos excelentes ingresos. En el último año se obtiene un patrimonio de \$4.571.922,45 lo cual significa que existe un saldo favorable para los accionistas. (ANEXO # 5)

4.9. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto permite también conocer el año de retorno de la inversión inicial, para lo cual en los resultados de la empresa procesadora se demuestra que dicho capital se recupera en el quinto año de operación.

La empresa turística “El Edén” tendrá un valor actual neto de \$ 1.630.876,90 el mismo que representa aquel valor que se obtendrá como ganancia después de haber recuperado la inversión total en un período de 10 años. Este valor es mayor en relación a la inversión total que fue de \$945.727,36. Para efecto de esta determinación se consideró un costo de capital del 5%.

Para este cálculo se realizó el método de factibilidad, donde se trabaja directamente con la inversión total, distribuida tanto para los activos fijos como para el capital de trabajo, así mismo se consideran los valores de rescate y finalmente el flujo de caja o flujo de fondos. (ANEXO # 6)

4.10. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es aquella tasa real que proporciona un proyecto de inversión y es aquella que al ser utilizada como tasa de descuento en el cálculo de un VAN dará como resultado 0. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

En el presente estudio económico de la empresa o complejo turístico “El Edén S.A.” durante un período de 10 años, se obtuvo una tasa del 31%, el cual se encuentra por encima del costo de capital que es del 9%. Por tal motivo se concluye que la ejecución de este proyecto es aceptable. (ANEXO # 6)

4.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

El número de servicios mínimos que hay que prestar se ven reflejados en la determinación del punto de equilibrio. En el cual se toman en cuenta aquellos costos fijos y variables anuales, así como también los ingresos totales y por ende el precio del servicio.

Para efecto del cálculo del punto de equilibrio se ha considerado el método de mezcla de ventas, en relación a los 2 tipos de servicios que ofrecerá el complejo turístico “El Edén S.A.”, los mismos que son: alquiler 1 y alquiler 2. Considerando este método los resultados de punto de equilibrio fueron: para el alquiler 1 en temporada alta se debe captar 2.608 turistas, y en temporada baja a 3.912 y para el tipo de alquiler 2 en temporada alta es de 207 y en temporada baja debe captar a 310 turistas en el primer año, logrando de esta manera nivelar los egresos con los ingresos. (ANEXO # 7)

4.12. RAZONES DE LIQUIDEZ

1.- LIQUIDEZ CORRIENTE

ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE

LIQUIDEZ CORRIENTE									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,50	\$ 0,90	\$ 1,50	\$ 2,22	\$ 2,80	\$ 3,90	\$ 5,20	\$ 6,90	\$ 8,90	\$ 11,40

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Medida de liquidez que se obtiene de dividir los activos corrientes de los pasivos corrientes. Esta razón nos indica que por cada dólar que tenemos que pagar contamos con \$ 0,5 para respaldar las deudas del año 1. La empresa no cuenta con deudas a corto plazo. En el año 2 la razón aumenta a \$ 0,9, en el año 3 sube a \$ 1.5, y aumentando en los años posteriores. Llegando a \$ 11,4 en el año 10.

2.- PRUEBA RÁPIDA (ACIDA)

ACT. CORRIENTE - INVENTARIOS / PAS. CORRIENTE

PRUEBA RÁPIDA									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,50	\$ 0,90	\$ 1,50	\$ 2,22	\$ 2,80	\$ 3,90	\$ 5,20	\$ 6,90	\$ 8,90	\$ 11,40

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Medida de prueba rápida que se obtiene de dividir los activos corrientes menos los inventarios de los pasivos corrientes. Esta razón nos indica que por cada dólar que tenemos que pagar contamos con \$ 0,50 para respaldar las deudas en el año 1. La empresa no cuenta con deudas a corto plazo. En el año 2 la razón aumenta a \$ 0,9 y aumentando en los años posteriores. Llegando a \$ 11,4 en el año 10.

4.12.1. RAZONES DE ACTIVIDAD

1.- ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES

VENTAS / TOTAL DE ACTIVOS

ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
0,94 %	0,87 %	0,81 %	0,75 %	0,70 %	0,66 %	0,62 %	0,58 %	0,55 %	0,53 %

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Este índice verifica la eficiencia con que la empresa utiliza sus activos para generar ventas, es decir que la empresa necesita en el primero año requiere invertir en sus activos para general ganancias en un 94% por que quiere introducirse en el mercado local en el segundo año la empresa se está estableciendo y no requiere de mucha inversión de activos para generar la misma utilidad hasta llegar al año diez donde su rotación de activos es de 0,53% donde la empresa está establecida en el mercado sin necesidad de invertir como en el año uno.

4.12.2. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

1.- ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

TOTAL DE PASIVOS / TOTAL DE ACTIVOS

ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
58%	46%	37%	29%	23%	18%	15%	12%	10%	8%

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. El índice de esta empresa en el año 1 es 58% que indica aquella proporción para financiar sus activos con deudas, el margen es variable, puesto que en los años posteriores va disminuyendo respectivamente hasta llegar al año 10 con un 8%.

4.12.3. RAZÓN DE LA CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES

UTILIDAD ANTES DE INT E IMP. / INTERESES

RAZÓN DE LA CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 1,32	\$ 1,55	\$ 1,85	\$ 2,25	\$ 2,79	\$ 3,55	\$ 4,72	\$ 6,68	\$ 10,65	\$ 22,64

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide la capacidad de la empresa para hacer pagos contractuales de intereses, es decir que el complejo turístico en el año 1 tendrá \$ 1,32 para cubrir intereses, aumentando considerablemente, en el año 2 se tiene \$ 1,55 y en el año 3 tiene \$ 1,85 para cubrir los intereses en los años posteriores, hasta llegar al año 10 con \$ 22,64 de disponibilidad de pago de obligaciones de intereses en otras palabras por cada dólar de utilidad la empresa tiene \$ 0,32 centavos para cubrir los intereses.

4.12.4. RAZONES DE RENTABILIDAD

1.- MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

UTILIDAD BRUTA / VENTAS

MARGEN DE UTILIDAD BRUTA									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide el valor de cada dólar de venta, que queda después de pagar los bienes (costos) del servicio en el complejo eco-turístico en la comuna montañita, en este caso por cada dólar que la empresa vende tiene una ganancia de \$ 0,52 centavos considerando los costos de hospedaje durante todos los 10 años proyectados, los que nos demuestra que la empresa es rentable y de éxito.

2.- MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA

UTILIDAD OPERATIVA / VENTAS

MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,30	\$ 0,32	\$ 0,34	\$ 0,35	\$ 0,36	\$ 0,37	\$ 0,38	\$ 0,39	\$ 0,40	\$ 0,40

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide el valor de cada dólar de venta, que queda después de pagar todos los costos y gastos excluyendo los intereses e impuestos. La empresa en el año 1 tiene un margen de utilidad de \$ 0,30, en el año 2 un \$ 0,32 de margen de utilidad llegando a obtener el complejo eco-turístico un margen neto de \$ 0,40 en los dos últimos años proyectados.

3.- MARGEN DE UTILIDAD NETA

UTILIDAD NETA / VENTAS

MARGEN DE UTILIDAD NETA									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,19	\$ 0,21	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,26

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide el porcentaje de cada dólar de venta que queda después de pagar los bienes en este caso en el año 1 es de \$ 0,19 centavos incrementándose en cada año.

4.- RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES

UTILIDAD NETA / TOTAL DE ACTIVOS

RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,14	\$ 0,14

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Por cada dólar invertido en activos tenemos \$ 0,18 centavos de ganancia en el año 2013, llegando a disminuir paulatinamente hasta llegar al \$ 0,14 en el 2022.

5.- RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO

UTILIDAD NETA / CAPITAL

RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 0,76	\$ 0,88	\$ 1,00	\$ 1,14	\$ 1,28	\$ 1,44	\$ 1,61	\$ 1,79	\$ 2,00	\$ 2,22

Elaborado Por: Vinicio Rodríguez

Mide el rendimiento obtenido sobre la inversión de los accionistas de la empresa. En este caso la empresa en el año 1 tendrá un retorno sobre el capital de \$ 0,76, aumentando hasta el año 10 con un retorno de \$ 2,22 del capital.

CONCLUSIONES

Dentro de la investigación los fundamentos teóricos y bibliográficos fueron esenciales para tener noción de cada uno de los términos y conocimientos de autores que nos servirán de gran ayuda para poner en práctica en nuestro proyecto de inversión.

La metodología que se utilizó para incurrir el proyecto de inversión y realizar un trabajo de investigación fidedigna, fue realizada por medio de los diseños de la investigación científica como el método cualitativo y cuantitativo tanto para la encuesta y la entrevista. Por lo tanto se tomó información real de diferentes tipos de investigación la descriptiva para conocer las costumbres y actividades que predominan en la comuna Montañita, al igual que la documental y la de campo para comprender la problemática o situaciones que afectan a la comunidad las cuales se pueden conocer también por medio de la entrevista.

La entrevista nos sirvió para conocer las costumbres y los cambios que se suscitaron en los pobladores o comuneros del balneario y como afecto en su vida diaria al igual que la encuesta para conocer la opinión de los turistas sobre los servicios que se les brindan y darles a conocer el proyecto de inversión del complejo donde nos comentaron que es una buena idea para inversión en el balneario.

El estado de resultado en el primer año el margen de utilidad bruta es del 52% y de utilidad neta el 19% dando como resultado una utilidad neta de \$224.347,04 y el flujo de efectivo donde se detallan los ingresos, costo y gastos en el primer año se tiene un saldo final de \$ 362.481,26 considerando el saldo inicial de \$30000 del capital de trabajo, donde el ingreso es de \$1.157.780,20 y egresos \$ 825.298,94. Dando factible el proyecto con una TIR del 31% y un VAN de 1.630.876,90. Dan una recuperación de la inversión en el segundo año.

RECOMENDACIONES

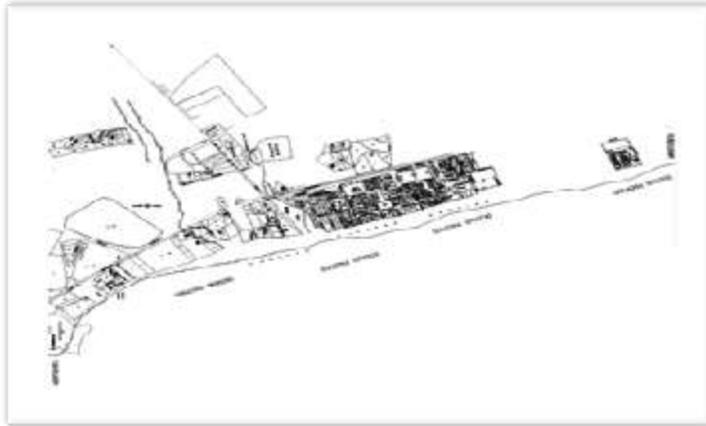
La comuna Montañita es un lugar altamente conocido a nivel turístico, por lo tanto representa una gran oportunidad para desarrollar nuevos proyectos de inversión y aprovechar este nicho de mercado que en la actualidad está en auge por los turistas nacionales y extranjeros, ya que cuentan con una rica diversidad de atractivos turísticos en zonas estratégicas como por ejemplo el balneario, ya que en los últimos años se ha convertido en fuente de ingresos para esta comunidad y que están aprovechando de la mejor manera para su beneficio y el desarrollo de la comunidad en general..

Incurrir a las alianzas estratégicas con habitantes que tengan bienes ecológicos y pequeñas empresas del balneario, proporcionando nuevos servicios ecológicos y atractivos para el turista nacional como extranjero, siendo su primera opción al momento de buscar un lugar donde pasar sus días de vacaciones rodeada de la naturaleza con nuevas alternativas ecológicas que nos diferenciaran de los demás hoteles y hostales cercanos y así mejorar el servicio hotelero en la comuna Montañita.

El complejo eco-turístico como proyectos de inversión será de gran ayuda para cubrir las necesidades de los turistas nacionales como extranjeros, con relación al servicio de hospedaje con el propósito que el balneario pueda desarrollarse a otro nivel con proyectos innovadores o atractivos por los turistas y ser conocidas no solo por las comunidades cercanas, sino también a nivel nacional como internacional, por esta razón es necesario que se tome en cuenta esta propuesta de inversión que es algo innovador o nuevo para la comunidad de Montañita que está en un auge de turistas y hay que captar esa demanda insatisfecha por medio del complejo eco-turístico a nivel nacional como internacional, así como también generaría fuentes de empleo para la comunidad.

ANEXOS

Anexo # 1 Ubicación de la comuna Montañita



Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 2 Complejo eco-turístico de la propuesta



Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 3 Estado de resultado

EMPRESA "EL EDEN" S.A.										
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
ALQUILER 1	\$ 1.053.299,20	\$ 1.149.570,75	\$ 1.254.641,51	\$ 1.369.315,75	\$ 1.494.471,21	\$ 1.631.065,88	\$ 1.780.145,30	\$ 1.942.850,58	\$ 2.120.427,12	\$ 2.314.234,16
ALQUILER 2	\$ 104.481,00	\$ 114.030,56	\$ 124.452,96	\$ 135.827,96	\$ 148.242,63	\$ 161.792,01	\$ 176.579,80	\$ 192.719,19	\$ 210.333,73	\$ 229.558,23
TOTAL INGRESOS ALQUILER	\$ 1.157.780,20	\$ 1.263.601,31	\$ 1.379.094,47	\$ 1.505.143,70	\$ 1.642.713,84	\$ 1.792.857,88	\$ 1.956.725,09	\$ 2.135.569,77	\$ 2.330.760,85	\$ 2.543.792,39
COSTO DE VENTAS										
ALQUILER 1 (48%)	\$ 505.583,62	\$ 551.793,96	\$ 602.227,93	\$ 657.271,56	\$ 717.346,18	\$ 782.911,62	\$ 854.469,74	\$ 932.568,28	\$ 1.017.805,02	\$ 1.110.832,40
ALQUILER 2 (48%)	\$ 50.150,88	\$ 54.734,67	\$ 59.737,42	\$ 65.197,42	\$ 71.156,46	\$ 77.660,16	\$ 84.758,30	\$ 92.505,21	\$ 100.960,19	\$ 110.187,95
COSTO TOTAL	\$ 555.734,50	\$ 606.528,63	\$ 661.965,35	\$ 722.468,98	\$ 788.502,64	\$ 860.571,78	\$ 939.228,05	\$ 1.025.073,49	\$ 1.118.765,21	\$ 1.221.020,35
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 602.045,70	\$ 657.072,68	\$ 717.129,12	\$ 782.674,73	\$ 854.211,20	\$ 932.286,10	\$ 1.017.497,05	\$ 1.110.496,28	\$ 1.211.995,64	\$ 1.322.772,04
GASTOS										
GASTOS OPERACIONALES										
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 38.771,24	\$ 41.485,23	\$ 44.389,20	\$ 47.496,44	\$ 50.821,19	\$ 54.378,68	\$ 58.185,18	\$ 62.258,15	\$ 66.616,22	\$ 71.279,35
BENEFICIOS SOCIALES	\$ 11.095,00	\$ 11.871,65	\$ 12.702,67	\$ 13.591,85	\$ 14.543,28	\$ 15.561,31	\$ 16.650,60	\$ 17.816,15	\$ 19.063,28	\$ 20.397,70
SERVICIOS BASICOS	\$ 6.240,00	\$ 6.520,80	\$ 6.814,24	\$ 7.120,88	\$ 7.441,32	\$ 7.776,18	\$ 8.126,10	\$ 8.491,78	\$ 8.873,91	\$ 9.273,23
INSUMOS DE LIMPIEZA	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35	\$ 4.185,35
EXTINTORES PEQUEÑOS	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
MANTENIMIENTO Y REPARACION	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
TRANSPORTE	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00
DEPRECIACIÓN	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73	\$ 43.681,73
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 110.428,33	\$ 114.199,77	\$ 118.228,18	\$ 122.531,25	\$ 127.127,87	\$ 132.038,25	\$ 137.283,97	\$ 142.888,15	\$ 148.875,48	\$ 155.272,37
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 42.620,00	\$ 45.603,40	\$ 48.795,64	\$ 52.211,34	\$ 55.866,13	\$ 59.776,76	\$ 63.961,13	\$ 68.438,41	\$ 73.229,10	\$ 78.355,14
BENEFICIOS SOCIALES	\$ 10.995,00	\$ 11.764,65	\$ 12.588,18	\$ 13.469,35	\$ 14.412,20	\$ 15.421,06	\$ 16.500,53	\$ 17.655,57	\$ 18.891,46	\$ 20.213,86
PUBLICIDAD Y PROMOCION	\$ 20.550,00	\$ 21.474,75	\$ 22.441,11	\$ 23.450,96	\$ 24.506,26	\$ 25.609,04	\$ 26.761,45	\$ 27.965,71	\$ 29.224,17	\$ 30.539,26
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 978,00	\$ 1.022,01	\$ 1.068,00	\$ 1.116,06	\$ 1.166,28	\$ 1.218,77	\$ 1.273,61	\$ 1.330,92	\$ 1.390,81	\$ 1.453,40
DEPRECIACIONES	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33	\$ 1.855,33
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 76.998,34	\$ 81.720,15	\$ 86.748,27	\$ 92.103,04	\$ 97.806,21	\$ 103.880,95	\$ 110.352,05	\$ 117.245,95	\$ 124.590,87	\$ 132.416,99
Gastos de Constitución	\$ 4.226,65									
TOTAL DE GASTOS	\$ 191.653,31	\$ 195.919,91	\$ 204.976,45	\$ 214.634,30	\$ 224.934,08	\$ 235.919,20	\$ 247.636,03	\$ 260.134,10	\$ 273.466,36	\$ 287.689,36
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMP.	\$ 410.392,39	\$ 461.152,77	\$ 512.152,68	\$ 568.040,43	\$ 629.277,12	\$ 696.366,90	\$ 769.861,02	\$ 850.362,18	\$ 938.529,28	\$ 1.035.082,68
Gastos Financieros	\$ 58.475,46	\$ 52.627,92	\$ 46.780,37	\$ 40.932,82	\$ 35.085,28	\$ 29.237,73	\$ 23.390,18	\$ 17.542,64	\$ 11.695,09	\$ 5.847,55
UTILIDAD ANTES DE PART TRABAJADORES	\$ 351.916,93	\$ 408.524,85	\$ 465.372,31	\$ 527.107,61	\$ 594.191,84	\$ 667.129,17	\$ 746.470,84	\$ 832.819,54	\$ 926.834,19	\$ 1.029.235,13
PARTICIP. DE TRABAJADORES	\$ 52.787,54	\$ 61.278,73	\$ 69.805,85	\$ 79.066,14	\$ 89.128,78	\$ 100.069,38	\$ 111.970,63	\$ 124.922,93	\$ 139.025,13	\$ 154.385,27
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	299129,3906	347246,1245	395566,4601	448041,4649	505063,0622	567059,7923	634500,2122	707896,6096	787809,061	874849,8635
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 74.782,35	\$ 86.811,53	\$ 98.891,62	\$ 112.010,37	\$ 126.265,77	\$ 141.764,95	\$ 158.625,05	\$ 176.974,15	\$ 196.952,27	\$ 218.712,47
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 224.347,04	\$ 260.434,59	\$ 296.674,85	\$ 336.031,10	\$ 378.797,30	\$ 425.294,84	\$ 475.875,16	\$ 530.922,46	\$ 590.856,80	\$ 656.137,40

Elaborado por: **Vinicio Rodríguez**

Anexo # 4 Flujo de efectivo

EMPRESA "EL EDEN" S.A.											
FLUJO DE CAJA PROYECTADO											
RUBRO/AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Ventas		1.157.780,20	1.263.601,31	1.379.094,47	1.505.143,70	1.642.713,84	1.792.857,88	1.956.725,09	2.135.569,77	2.330.760,85	2.543.792,39
Total de ingresos	0,00	1.157.780,20	1.263.601,31	1.379.094,47	1.505.143,70	1.642.713,84	1.792.857,88	1.956.725,09	2.135.569,77	2.330.760,85	2.543.792,39
EGRESOS											
Maquinarias	1.280,00										
Equipos de computación	2.800,00			2.800,00			2.800,00			2.800,00	
Muebles	86.305,00					86.305,00					
Equipos de seguridad y Vigilancia	5.355,00					5.355,00					
Equipos de Oficina	2.740,00					2.740,00					
Vehículo	28.861,50					28.861,50					
Edificio	492.385,86										
Terreno	296.000,00										
Costo de producción		555.734,50	606.528,63	661.965,35	722.468,98	788.502,64	860.571,78	939.228,05	1.025.073,49	1.118.765,21	1.221.020,35
Gastos Administrativos		75.143,00	79.864,81	84.892,93	90.247,71	95.950,87	102.025,62	108.496,72	115.390,61	122.735,54	130.561,65
Gastos operacionales		66.746,59	70.518,03	74.546,45	78.849,52	83.446,14	88.356,51	93.602,24	99.206,42	105.193,75	111.590,64
Gastos de Constitución		4.226,65									
Gastos Financieros		58.475,46	52.627,92	46.780,37	40.932,82	35.085,28	29.237,73	23.390,18	17.542,64	11.695,09	5.847,55
Pago de prestamo bancario		64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74	64.972,74
Particip. de trabajadores			52.787,54	61.278,73	69.805,85	79.066,14	89.128,78	100.069,38	111.970,63	124.922,93	139.025,13
Impuesto a la Renta			74.782,35	86.811,53	98.891,62	112.010,37	126.265,77	141.764,95	158.625,05	176.974,15	196.952,27
Total de egresos	915.727,36	825.298,94	1.002.082,01	1.084.048,09	1.166.169,23	1.382.295,68	1.363.358,93	1.471.524,25	1.592.781,57	1.728.059,41	1.869.970,31
Flujo neto	-915.727,36	332.481,26	261.519,30	295.046,38	338.974,48	260.418,16	429.498,96	485.200,85	542.788,19	602.701,44	673.822,07
SALDO INICIAL	30.000,00	30.000,00	362.481,26	624.000,56	919.046,94	1.258.021,41	1.518.439,58	1.947.938,54	2.433.139,38	2.975.927,58	3.578.629,01
Aportación de socios	296.000,00										
Capital Prestado	649.727,36										
SALDO FINAL	30.000,00	362.481,26	624.000,56	919.046,94	1.258.021,41	1.518.439,58	1.947.938,54	2.433.139,38	2.975.927,58	3.578.629,01	4.252.451,09

Elaborado por: **Vinicio Rodríguez**

Anexo # 5 Balance General

EMPRESA "EL EDEN" S.A.										
BALANCE GENERAL PROYECTADO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS CORRIENTES										
CAJA	362.481,26	624.000,56	919.046,94	1.258.021,41	1.518.439,58	1.947.938,54	2.433.139,38	2.975.927,58	3.578.629,01	4.252.451,09
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	362.481,26	624.000,56	919.046,94	1.258.021,41	1.518.439,58	1.947.938,54	2.433.139,38	2.975.927,58	3.578.629,01	4.252.451,09
ACTIVOS FIJOS										
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 5.480,00	\$ 5.480,00	\$ 5.480,00	\$ 5.480,00	\$ 5.480,00	\$ 5.480,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00	\$ 5.600,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 11.200,00	\$ 11.200,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 86.305,00	\$ 86.305,00	\$ 86.305,00	\$ 86.305,00	\$ 172.610,00	\$ 172.610,00	\$ 172.610,00	\$ 172.610,00	\$ 172.610,00	\$ 172.610,00
EQUIPOS DE SEGURIDAD Y VIG.	\$ 5.355,00	\$ 5.355,00	\$ 5.355,00	\$ 5.355,00	\$ 10.710,00	\$ 10.710,00	\$ 10.710,00	\$ 10.710,00	\$ 10.710,00	\$ 10.710,00
MAQUINARIAS	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00
VEHICULO	\$ 28.861,50	\$ 28.861,50	\$ 28.861,50	\$ 28.861,50	\$ 57.723,00	\$ 57.723,00	\$ 57.723,00	\$ 57.723,00	\$ 57.723,00	\$ 57.723,00
EDIFICIO o INFRAESTRUCTURA	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86	\$ 492.385,86
TERRENO	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00
Depreciación acumulada	\$ 45.537,07	\$ 91.074,14	\$ 136.611,20	\$ 182.148,27	\$ 227.685,34	\$ 273.222,41	\$ 318.759,47	\$ 364.296,54	\$ 409.833,61	\$ 455.370,68
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 870.190,29	\$ 824.653,22	\$ 781.916,16	\$ 736.379,09	\$ 814.103,52	\$ 771.366,45	\$ 725.829,38	\$ 680.292,32	\$ 637.555,25	\$ 592.018,18
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.232.671,55	\$ 1.448.653,78	\$ 1.700.963,09	\$ 1.994.400,50	\$ 2.332.543,10	\$ 2.719.304,99	\$ 3.158.968,77	\$ 3.656.219,89	\$ 4.216.184,26	\$ 4.844.469,27
PASIVOS										
PASIVOS CORRIENTES										
PRESTAMO BANCARIO	\$ 584.754,62	\$ 519.781,89	\$ 454.809,15	\$ 389.836,41	\$ 324.863,68	\$ 259.890,94	\$ 194.918,21	\$ 129.945,47	\$ 64.972,74	\$ (0,00)
IMPUESTO POR PAGAR	\$ 74.782,35	\$ 86.811,53	\$ 98.891,62	\$ 112.010,37	\$ 126.265,77	\$ 141.764,95	\$ 158.625,05	\$ 176.974,15	\$ 196.952,27	\$ 218.712,47
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 52.787,54	\$ 61.278,73	\$ 69.805,85	\$ 79.066,14	\$ 89.128,78	\$ 100.069,38	\$ 111.970,63	\$ 124.922,93	\$ 139.025,13	\$ 154.385,27
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 712.324,51	\$ 667.872,15	\$ 623.506,61	\$ 580.912,92	\$ 540.258,22	\$ 501.725,27	\$ 465.513,89	\$ 431.842,56	\$ 400.950,13	\$ 373.097,74
PATRIMONIO										
CAPITAL	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 224.347,04	\$ 484.781,64	\$ 781.456,48	\$ 1.117.487,58	\$ 1.496.284,88	\$ 1.921.579,72	\$ 2.397.454,88	\$ 2.928.377,34	\$ 3.519.234,13	\$ 4.175.371,53
TOTAL PATRIMONIO	\$ 520.347,04	\$ 780.781,64	\$ 1.077.456,48	\$ 1.413.487,58	\$ 1.792.284,88	\$ 2.217.579,72	\$ 2.693.454,88	\$ 3.224.377,34	\$ 3.815.234,13	\$ 4.471.371,53
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 1.232.671,55	\$ 1.448.653,78	\$ 1.700.963,09	\$ 1.994.400,50	\$ 2.332.543,10	\$ 2.719.304,99	\$ 3.158.968,77	\$ 3.656.219,89	\$ 4.216.184,26	\$ 4.844.469,27

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 6 Tasa interna de retorno, valor neto actual

TMAR	8,78%
TIR	31%
VAN	1.630.876,90
PRI	

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 7 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MEZCLA DE VENTAS					
	TEMPORADA ALTA (TIPO 1)	TEMPORADA ALTA (TIPO 2)	TEMPORADA BAJA (TIPO 1)	TEMPORADA BAJA (TIPO 2)	TOTAL
UNIDADES	27.718	2.200	41.578	3.299	74.795
PRECIO DE VENTA	20,00	25,00	12,00	15,00	
COSTO DE ALQUILER	9,60	12,00	5,76	7,20	
COSTO MARGINAL	10,40	13,00	6,24	7,80	
MEZCLA DE VENTAS	37%	3%	56%	4%	100%
CONT. POND	3,85	0,38	3,47	0,34	
CONT. POD. TOTAL	8,05				
COSTOS FIJOS	56.646				
PE	7.037				
	2.608	207	3.912	310	7.037

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 8 Plan de acción del estudio técnico

PLAN DE ACCIÓN TÉCNICO			
Objetivo: Conocer las actividades previo la instalación de la empresa a través de un plan de acción para su funcionamiento.		Indicadores: localización, estructura física e impacto ambiental	
Objetivos específicos	Indicadores	estrategias	actividades
Determinar la ubicación de la empresa por medio de los balnearios más influyentes del país para su construcción.	Localización	Utilizar el activo fijo disponible como es el terreno para la construcción de la empresa en montaña.	Tener disponible los servicios básicos.
			Tener al día los previos urbanos.
			Determinar si el terreno está rodeado por la naturaleza.
			Saber con cuantas hectáreas se dispone.
			Adecuar el terreno para la construcción.
Determinar cómo estará formada la empresa a través de sus funciones y servicios para su edificación.	Estructura física	Elaborar los planos para la edificación del complejo en el terreno disponible.	Tener dinero extra para los planos del complejo.
			Cotizar arquitectos que cobren barato los planos.
			Contratar a un arquitecto.
			Dialogo entre las partes para tener una idea de lo que se requiere.
			Entrega de los planos.
Concientizar el cuidado del medio ambiente por medio de políticas de la organización para su cuidado	Impacto ambiental	*Contabilizar la tala de árboles para su respectiva plantación estratégica. *Colocar carteles que contengan maneras para el cuidado del medio ambiente.	Dar a conocer que si se tala un árbol hay que plantar uno después.
			Hacer un informe de árboles talados.
			Plantación y reubicación de plantaciones que la requieran.
			Cotizar empresas que cobren barato por los carteles.
			Contratar a la empresa.
			Entrega de los carteles y colocarla en la empresa.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

Anexo # 9 Plan de acción del estudio económica

PLAN DE ACCIÓN ECONÓMICA			
Objetivo: Conocer las actividades previo la instalación de la empresa a través de un plan de acción para su funcionamiento.			Indicadores: Inversión, estados financieros y evaluación económica.
Objetivos específicos	indicadores	estrategias	Actividades
Obtener dinero suficiente a través de instituciones financieras para su inversión inicial.	Inversión	Hacer un préstamo a la CFN con una tasa de interés del 5%.	Buscar una institución financiera adecuada.
			Saber las tasas de interés que nos brindan.
			Llenar el formulario para el préstamo
			Realizar un estudio económico para la institución financiera.
			Retirar el préstamo del banco.
Elaborar un estudio económico por medio de los balances financieros para la empresa.	Estados Financieros	Elaborar los estados financieros para la empresa.	Determinar los activos corrientes y no corrientes.
			Saber cuáles son los activos diferidos.
			Determinar los pasivos corrientes
			Determinar el patrimonio.
			Estructuración del balance inicial y demás estados financieros.
Determinar la rentabilidad de la empresa a través del estudio económico proyectado para la empresa.	Evaluación Económica	Determinar la TIR y el VAN para su factibilidad.	Determinar la inflación anual por 5 años.
			Saber la tasa pasiva referencial.
			Determinar el riesgo y la TMAR.
			Elaborar el flujo proyectado.
			Determinar la TIR por medio del flujo neto.
			Conocer el VAN por medio de la TIR Y LA TMAR.

Elaborado por: Vinicio Rodríguez



Anexo # 9 Diseño del cuestionario

ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Entrevistado: _____ Fecha: _____
Dirección: _____ Ciudad: _____
Sexo: Hombre () Mujer () Edad: 18-24 ()
25-34 ()
35 o más ()
Entrevistador: _____ Coordinador: _____
Teléfono: _____

Buenos días....

Soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), estoy conversando con personas como usted, sobre temas de interés general. Todo lo que nos pueda decir será de mucha utilidad y desde ya agradecemos su colaboración.

La siguiente entrevista, tiene como objetivo, determinar el nivel de aceptación que tiene el balneario de montaña por turistas nacionales y extranjeros por medio de la entrevista para nuevas propuestas innovadoras en el mercado local.

Por tal motivo muy cordialmente, se pide que conteste el siguiente cuestionario, que ha sido elaborado con fines de estudio de mercado

1. ¿Qué servicios requieren los turistas?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
1	1.1	Hostales	
	1.2	Hoteles	
	1.3	Restaurantes	
	1.4	Discotecas	

2. ¿Estaría de acuerdo que se cree un complejo turístico en el sector de Montañita?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
2	2.1	Si	
	2.2	No	

3. ¿Visitaría el Complejo turístico?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
3	3.1	Definitivamente si	
	3.2	Probablemente si	
	3.3	Indeciso	
	3.4	Probablemente no	
	3.5	Definitivamente no	

4. ¿Cree usted que con la creación del complejo Turístico, aumentaría el nivel de empleo?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
4	4.1	Muy de acuerdo	
	4.2	De acuerdo	
	4.3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
	4.4	En desacuerdo	
	4.5	Muy en desacuerdo	

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertan en temporada baja?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
5	5.1	Tipo 1 y Tipo 2: \$12 -\$15	
	5.2	Tipo 1 y Tipo 2: \$20 -\$25	

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por nuestros servicios que se ofertan en temporada alta?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
6	6.1	Tipo 1 y Tipo 2: \$20 -\$25	
	6.2	Tipo 1 y Tipo 2: \$27 - \$28	

7. ¿Cree usted que existen suficientes lugares donde se puedan hospedar los clientes?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
7	7.1	Si	
	7.2	Probablemente si	
	7.3	Indeciso	
	7.4	Probablemente no	
	7.5	No	

8. ¿Conoce usted que es un complejo?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
8	8.1	Si	
	8.2	No	

9. ¿Cree usted que es necesario nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de la comunidad?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
9	9.1	Definitivamente si	
	9.2	Probablemente si	
	9.3	Indeciso	
	9.4	Probablemente no	
	9.5	Definitivamente no	

10. ¿Cree usted que los clientes cuentan con la capacidad adquisitiva para adquirir nuestros servicios?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
10	10.1	Definitivamente si	
	10.2	Probablemente si	
	10.3	Indeciso	
	10.4	Probablemente no	
	10.5	Definitivamente no	

11. ¿De qué edades adquieren este servicio?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
11	11.1	15 - 20 años	
	11.2	21 - 30 años	
	11.3	31 - 40 años	
	11.4	40 años en adelante	

12. ¿Cómo califica usted el servicio que ofrecen las hospederías?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
12	12.1	Excelente	
	12.2	Bueno	
	12.3	Regular	
	12.4	Malo	

12. ¿Además del hospedaje que servicios adicionales prefiere?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
13	13.1	Televisor	
	13.2	Piscina	
	13.3	Internet	
	13.4	Aire Acondicionado	

14. ¿Le gustaría que este complejo este rodeado de la naturaleza?

ÍTEM	CÓDIGO	OPCIÓN	MARCACIÓN
14	14.1	Definitivamente si	
	14.2	Probablemente si	
	14.3	Indeciso	
	14.4	Probablemente no	
	14.5	Definitivamente no	

Elaborado por: Vinicio Rodríguez

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, R. “Estadística Para Administración y Economía”, Cengage Learning Editores, 2010.
- SAÚL FERNÁNDEZ ESPINOZA, CORBETTA, P. Los proyectos de inversión año 2007 “Metodología y técnicas de investigación”, Editorial McGraw Hill, Italia, 2007
- CROSBY, A. “Re-inventando el turismo rural”, Forum Natura, España, 2009.
- MATÍAS GONZALES Y CARMELO LEÓN, TURISMO Sostenible y bienestar social; ¿Cómo innovar esta industria global? año 2010.
- EYSSAUTIER, M. “Metodología de la Investigación”, Cengage Learning Editores, México, 2007.
- HEINEMANN, K. “Introducción a la metodología de la investigación empírica”, Editorial Paidotribo, Alemania, 2007.
- HERNANDEZ, E. “Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos”, Editorial Trillas, México, 2008
- CESAR A. BERNAL, (Tercera Edición). Señala los principales Tipos de Investigación, 2010.
- MENDEZ, G. “Ecuador en la Mitad del Mundo”. Guía Turística y Ecológica, 2007.

- NAMAKFOROOSH, M. “Metodología de la investigación”, Editorial Limusa, México 2007.
- OROZCO, J. “Estudio de factibilidad para la creación de una IPS privada de tercer nivel de atención en el distrito de Barranquilla”, Edición electrónica gratuita. Colombia, 2008.
- CARLOS MÉNDEZ (cuarta edición), los Métodos de Investigación, año 2008
- RODRIGUEZ, E. “Metodología de la Investigación”, Universidad Juárez Autónoma de tabasco, México, 2007.
- RODRIGUEZ, G. “Nuevos retos para el turismo”, Editorial Netbiblo, México, 2009.
- RUÍZ, J. “Metodología de la investigación cualitativa”, Universidad de Deusto, España, 2008.
- SHELDON M. “Introducción a la Estadística”, Reverte, España, 2007
- TAMAYO, M. “El Proceso de la investigación científica”, Editorial LIMUSA, México, 2007.
- ELBAR RAMIREZ, MARGOT CAJIGAS Proyectos de inversión competitivos, México, 2010
- JUAN ANTONIO FLÓRES URIBE Proyectos de inversión para las PYME creación de empresas, Bogotá, 2010

SITIOS WEB

- <http://definicion.de/proyecto-de-inversion/>
- http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html
- http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm
- <http://www.codeso.com/Turismo01.html/>
- <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- <http://www.turismo.gob.ec/>
- <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- <http://cienciassocialeskathy.obolog.com/instrumentos-investigacion-633764>
- <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definicion-De-Proyecto-De-Inversion/769457.html>
- <http://definicion.de/metodo-deductivo/>
- <http://definicion.de/metodo-inductivo/>
- <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- http://apuntes.rincondelvago.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion_encuestas.html

GLOSARIO DE TÉRMINOS

El Balance General.- Es un documento que muestra la situación financiera de una entidad económica a una fecha fija. El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada (el último día del año natural o fiscal).

Tasa interna de retorno.- La “Tasa Interna de Retorno” es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Valor actual neto.- “El VAN” es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Estado de resultado.- Estado de ganancias y pérdidas, el estado de resultado o estado de ganancias y pérdidas, es uno de los estados financieros básicos, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo.

Oferta.- La oferta determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio.

Viabilidad.-. Posibilidad cierta de que en el medio donde se desarrollará el proyecto existan recursos físicos y humanos necesarios.

Amortización.- Una amortización es una disminución gradual o extinción gradual de cualquier deuda durante un período. La amortización de un préstamo se da cuando el prestatario paga al prestamista un re-embolso de dinero prestado en un cierto plazo con tasas de interés estipuladas.

Demanda.- La demanda de un bien determina la cantidad de dicho bien que los compradores desean comprar para cada nivel de precio.

Punto de equilibrio.- El punto de equilibrio, en términos de contabilidad, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Flujo de efectivo.- Es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Es decir, que muestra las entradas y salidas de dinero en un periodo determinado

Inflación.- Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. Otras definiciones la explican como el movimiento persistente al alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero.

Proyecto.- Es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados.

Capital de trabajo.- Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

GLOSARIO DE ABREVIATURAS

TIR: Tasa Interna de Retorno

VAN: Valor Actual Neto

TMAR: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

PE: Punto de Equilibrio

FODA: Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas

CP: Costo de Oportunidad

CT: Capital de Trabajo

ER: Estado de Resultado

PEA: Población Económicamente Activa

CP: Costos de producción

RP: Rol de Pagos

GA: Gastos Administrativos

I: Inversión

SB: Servicios Básicos

ERP: Estado de Resultado Proyectado

FCP: Flujo de Caja Proyectado

BGP: Balance General Proyectado

RF: Razones Financieras

I: Inventario

MT: Marco Teórico

M: Muestra

MV: Mezcla de venta

AP: Aporte Patronal

IT: Inversión Total

EO: Equipos de Oficinas

EC: Equipos de Computación

CV: Costo de Ventas