



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA
COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA
MANGLARALTO, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

AUTOR: KATHERINE JOHANNA CHAVEZ NEIRA

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

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA
COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA
MANGLARALTO, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

KATHERINE JOHANNA CHAVEZ NEIRA
TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La libertad, 29 de Enero del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación, “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA MANGLARALTO, PARROQUIA SANTA ELENA**” elaborado por la **Srta. Katherine Johanna Chávez Neira**, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

Atentamente

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc
TUTOR

AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA MANGLARALTO, PARROQUIA SANTA ELENA**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 24 de Febrero del 2015.

Atentamente

Katherine Johanna Chávez Neira
C.C 17223293-9

DEDICATORIA

Quiero dedicar este Trabajo de Grado A Dios por su amor infinito, a mi Madre querida por estar en cada uno de los momentos más difíciles y por brindarme su apoyo incondicional en el transcurso de esta preparación académica, a mi Padre que por su esfuerzo y dedicación me alentó a continuar con esta meta y a mis hermanos por su amor y apoyo.

Katherine

AGRADECIMIENTO

En primera estancia agradezco a Dios por su bendición, a mi Madre por todo el apoyo alentador de alcanzar la meta, a mi Padre y Hermanos que sin ellos no habría sido posible cruzar este gran paso.

Katherine

TRIBUNAL DE GRADO

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

Lcdo. Erick López Reyes, MSC.
DIRECTOR DE ESCUELA
HOTELERÍA Y TURISMO

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

Ing. Jessica Linzan Rodríguez, MSc.
PROFESORA DEL ÁREA

Abg. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Complejo Turístico En La
Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Provincia Santa Elena”

Autora: Katherine Johanna Chávez Neira
Tutor: Ing. Johnny Reyes, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo prevé en cuanto a la inversión de un complejo turístico ubicado en la Comuna Montañita de la Provincia de Santa Elena. Se puede aportar como información de Montañita como una comunidad de recursos turísticos productivos tanto naturales como culturales, por lo que su clara su oferta turística es la de sol y playa con el completo de vida nocturna esto ha logrado que sea altamente rentable logrando posicionarla como la comunidad que más divisas genera en la Provincia, y es aquí donde se hace hincapié que al ofertar lo mismas tendencias se encontrar un paso hacia el declive sin darle paso a otras ofertas innovadoras.

Es ahí que nace la idea de crear un complejo turístico que obtenga beneficio social y recreativo tanto para turistas como para los habitantes de la comunidad y sus alrededores ofreciendo servicios de la comunidad y sus alrededores ofreciendo servicios de piscinas, canchas deportivas, juegos recreativos, gastronomía, etc.

La creación del complejo incrementaría las divisas de la comunidad Montañita y también de sus comunidades vecinas, creando fuente de empleos y mejorando la calidad de vida, demuestra la factibilidad de recuperación del capital en el quinto año con un valor \$ 450,650 y el VAN de \$ 1.659.969,63, mientras el TIR es de 52% lo que hace una confiabilidad alta al tener una inversión total de \$ 431.852,74.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	7
1. MONTAÑITA DESTINO TURÍSTICO: REALIDADES, EXPECTATIVAS, POTENCIALIDADES Y NECESIDADES	7
1.1. ANTECEDENTES DE LA COMUNA MONTAÑITA	8
1.1.1. Organización Territorial.....	9
1.1.2. Características Demográficas.....	10

1.1.3. Análisis Económico	11
1.1.4. Relación De Género En Las Actividades Productivas.....	12
1.1.5. Desarrollo Del Sector Turístico	12
1.1.6. Actividades Tradicionales.....	13
1.1.7. Procedencia Del Sector Turístico.....	14
1.1.8. Formas De Organización Colectiva	14
1.2. RECURSOS TURÍSTICOS DE LA COMUNA MONTAÑITA	15
1.2.1. Clasificación De Los Recursos Naturales Y Culturales	15
1.2.2. Complejos Turísticos	16
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	17
1.3.1. Aspectos Generales De Un Estudio De Factibilidad.....	17
1.3.2. Etapas Del Estudio De Factibilidad	18
CAPÍTULO II	21
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1.1. Investigación Cualitativa - Inductiva	21

2.1.2.	Investigación Cuantitativa - Deductiva.....	22
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	23
2.4.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	24
2.5.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.5.1.	Encuesta	25
2.5.2.	Entrevista.....	25
2.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
2.6.1.	Población.....	26
2.6.2.	Técnica De Muestreo	27
2.6.3.	Tamaño De La Muestra.....	27
2.7.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	30
2.7.1.	Encuesta Realizada A Los Prestadores De Servicio De La Comuna Montañita	30
2.7.2.	Encuesta Realizada A Los Turistas Que Visitan La Comuna Montañita .	45
2.7.3.	Entrevista Aplicada Al Cabildo De La Comuna Montañita.....	61
2.8.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	63

2.9.	ANÁLISIS PRUEBA DE HIPÓTESIS	63
2.10.	DISCUSIÓN FINAL.....	64
CAPÍTULO III.....		65
3. PROPUESTA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO.....		65
3.1.	OBJETIVOS	65
3.1.1.	Objetivo General	65
3.1.2.	Objetivos Específicos.....	65
3.2.	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	66
3.3.	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	66
3.4.	IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD EJECUTORA O EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO	67
3.4.1.	Responsable / Promotores	67
3.5.	ESTUDIO DE MERCADO	67
3.5.1.	Producto	68
3.5.2.	Mercado.....	69
3.5.3.	Demanda	71
3.5.4.	Oferta.....	73

3.5.5. Precio.....	74
3.5.6. Estrategia De Mercadeo	75
3.6. ESTUDIO TECNICO	76
3.6.1. Determinación Del Tamaño De La Planta	77
3.6.2. Distribución De La Planta.....	77
3.6.3. Disponibilidad De Materiales E Instalaciones	78
3.6.4. Proceso Productivo	79
3.6.5. Localización De La Planta	83
3.6.6. Organización	84
3.6.7. Insumos Y Gastos	92
3.6.8. Aspecto Legal.....	93
3.7. ESTUDIO FINANCIERO	96
3.7.1. Plan De Inversiones.....	97
3.7.2. Plan De Financiamiento	99
3.7.3. Cronograma De Ejecución	99
3.7.4. Costo De Operación	100
3.7.5. Ingresos	101

3.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA	101
3.8.1. Estados Financieros Proyectados	102
3.8.2. Indicadores De Rentabilidad De La Inversión	103
3.8.3. Coeficiente De Rentabilidad Nacional.....	107
CONCLUSIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXOS	113
GLOSARIO	157

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: NÚMERO DE HABITANTES	10
CUADRO 2: ACTIVIDADES TURÍSTICAS	11
CUADRO 3: DIRECTIVA COMUNA MONTAÑITA	14
CUADRO 4: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	23
CUADRO 5: NÚMERO DE ENCUESTAS	26
CUADRO 6: NÚMERO DE ENTREVISTADOS	27
CUADRO 7: ENTREVISTA LOS DIRECTIVOS DE LA COMUNA MONTAÑITA	61
CUADRO 8: RESPONSABLES	67
CUADRO 9: SERVICIOS PLASOLÑITA	68
CUADRO 10: DEMANDA	71
CUADRO 11: PRECIO Y COSTO	74
CUADRO 12: PLANTA	77
CUADRO 13: PRESUPUESTO	78
CUADRO 14: FODA	92
CUADRO 15: ACTIVOS FIJOS	97

CUADRO 16: CAPITAL DE TRABAJO.....	99
CUADRO 17 : CRONOGRAMA.....	100
CUADRO 18: BALANCE INICIAL	102
CUADRO 19: ESCENARIOS	104
CUADRO 20: EDAD.....	120
CUADRO 21: GÉNERO	120
CUADRO 22: ACTIVIDADES QUE REALIZAN.....	120
CUADRO 23: PROYECTOS DE INVERSIÓN	121
CUADRO 24: ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....	121
CUADRO 25: BENEFICIOS Y DESARROLLO ECONÓMICOS.....	121
CUADRO 26: AUMENTO DE AFLUENCIA TURÍSTICA.....	122
CUADRO 27: DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	122
CUADRO 28: AUMENTO DE EMPLEO	122
CUADRO 29: DEMANDA DE TRABAJADORES.....	123
CUADRO 30: CAPACIDAD ADQUISITIVAS DE LOS TURISTAS	123
CUADRO 31: UBICACIÓN.....	123
CUADRO 32: NUEVAS OPCIONES DE TURISMO.....	124

CUADRO 33: MEJORA DE LA ECONOMÍA DE LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS	124
CUADRO 34: ESPACIOS VERDES	124
CUADRO 35: EDAD.....	125
CUADRO 36: GÉNERO	125
CUADRO 37: ESTADO CIVIL	125
CUADRO 38: RESIDENCIA HABITUAL.....	126
CUADRO 39: MOTIVO DE VIAJE	126
CUADRO 40: COMO VIAJA	126
CUADRO 41: MONTAÑITA COMO DESTINO TURÍSTICO	127
CUADRO 42: FRECUENCIA DE VISITA	127
CUADRO 43: COMPLEJO TURÍSTICO COMO NUEVA ALTERNATIVA .	127
CUADRO 44: TURISTAS DISPUESTOS A VISITAR EL COMPLEJO.....	128
CUADRO 45: COMPLEJO TURÍSTICO CON RESTAURANT	128
CUADRO 46: TIPO DE ALIMENTACIÓN.....	128
CUADRO 47: PAGO POR ENTRADA AL COMPLEJO	129
CUADRO 48: NÚMERO DE PERSONAS CON LAS QUE VISITA COMPLEJOS TURÍSTICOS.....	129

CUADRO 49: TOBOGANES EN EL COMPLEJO TURÍSTICO.....	129
CUADRO 50: ASPECTOS AL VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: EDAD	30
GRÁFICO 2: GÉNERO	31
GRÁFICO 3: ACTIVIDADES QUE REALIZAN	32
GRÁFICO 4: PROYECTOS DE INVERSIÓN	33
GRÁFICO 5: PROYECTOS DE INVERSIÓN	34
GRÁFICO 6: BENEFICIOS DEL DESARROLLO ECONÓMICO	35
GRÁFICO 7: AUMENTO DE AFLUENCIA TURÍSTICA	36
GRÁFICO 8: DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA	37
GRÁFICO 9: AUMENTO DE EMPLEO	38
GRÁFICO 10: DEMANDA DE TRABAJADORES	39
GRÁFICO 11: CAPACIDAD ADQUISITIVA DE LOS TURISTAS	40
GRÁFICO 12: UBICACIÓN	41
GRÁFICO 13: NUEVAS OPCIONES DE TURISMO	42
GRÁFICO 14: MEJORA DE LA ECONOMÍA DEL SECTOR	43
GRÁFICO 15: ESPACIOS VERDES	44
GRÁFICO 16: EDAD	45

GRÁFICO 17: GÉNERO.....	46
GRÁFICO 18: ESTADO CIVIL.....	47
GRÁFICO 19: RESIDENCIA HABITUAL.....	48
GRÁFICO 20: MOTIVO DE VIAJE.....	49
GRÁFICO 21: ¿COMO VIAJA?.....	50
GRÁFICO 22: MONTAÑITA COMO DESTINO.....	51
GRÁFICO 23: FRECUENCIA DE VISITA	52
GRÁFICO 24: COMPLEJO COMO NUEVA ALTERNATIVA	53
GRÁFICO 25: DISPOSICIÓN DE LOS TURISTAS	54
GRÁFICO 26: COMPLEJO TURÍSTICO CON RESTAURANT.....	55
GRÁFICO 27: TIPO DE ALIMENTACÓN.....	56
GRÁFICO 28: PAGO POR ENTRADA	57
GRÁFICO 29: PERSONAS CON LAS QUE	58
GRÁFICO 30: TOBOGANES EN EL COMPLEJO	59
GRÁFICO 31: ASPECTO AL VISITAR UN COMPLEJO.....	60
GRÁFICO 32: LOGOTIPO	76
GRÁFICO 33: PLANO.....	78

GRÁFICO 34: SELECCIÓN DE SERVICIO	79
GRÁFICO 35: SERVICIO DE RESTAURANTE	80
GRÁFICO 36: SERVICIO DE PISCINA.....	81
GRÁFICO 37: SERVICIO RECREACIÓN	82
GRÁFICO 38: MACRO LOCALIZACIÓN.....	83
GRÁFICO 39: MICRO LOCALIZACIÓN	83
GRÁFICO 40: UBICACIÓN.....	84
GRÁFICO 41: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	106

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

ANEXO 3: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA

ANEXO 4: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA COMUNA MONTAÑITA

ANEXO 5: TABULACIÓN DE ENCUESTA REALIZADA A LOS PRESTADORES DE SERVICIO

ANEXO 6: ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA COMUNA MONTAÑITA

ANEXO 7: DEMANDA PROYECTADA DEL COMPLEJO TURÍSTICO PLASOLÑITA

ANEXO 8: PRESUPUESTOS PROYECTADOS DEL COMPLEJO

ANEXO 9: PRESUPUESTO DE GASTOS

ANEXO 10: ROL DE PAGO PROYECTADO AL COMPLEJO SEGÚN EL ORGANIGRAMA

ANEXO 11: INSUMOS DE CADA SERVICIO

ANEXO 12: ACTIVOS FIJOS

ANEXO 13: AMORTIZACIÓN PROYECTADA DEL COMPLEJO

ANEXO 14: ESTADO DE RESULTADO DEL COMPLEJO

ANEXO 15: BALANCE GENERAL

ANEXO 16: CASH FLOW Y CASH FREE

ANEXO 17: PUNTO DE EQUILIBRIO

ANEXO 18: RATIOS

ANEXO 19: CARTA AVAL

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema sobre la inversión de un producto como la creación de un complejo turístico, con el objetivo de diversificar la oferta en la Comunidad de Montañita para generar más divisas, evitando que el ciclo del producto llegue a la declinación.

Para tener un mejor enfoque en cuanto este tipo de inversión es por la reducida oferta que encuentran tanto turistas como habitantes a la hora de recurrir a un lugar de recreación.

Al analizar esta problemática es necesario recalcar el estancamiento de la oferta de sol, playa y vida nocturna, se entiende un gran descuido de la visión de parte de la comunidad al desarrollarse turísticamente, es por esa razón el interés de crear un complejo turístico, que establezcan indicadores socioeconómicos que contenga una sustentabilidad para el futuro.

Es así que se recurre a utilizar herramientas como la metodología de la investigación con una serie de entrevistas enfocadas a los dirigentes, encuestas dirigida hacia los turistas y habitantes con la finalidad de esclarecer las ventajas o desventajas del tema planteado.

“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Complejo Turístico En La Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Provincia De Santa Elena”

La comuna Montañita ubicada en las costas ecuatorianas, en la provincia de Santa Elena Cantón Santa Elena, parroquia Manglaralto a 63 Kilómetros de su capital se ha convertido en uno de los nichos más visitado tanto por turistas nacionales y extranjeros convirtiéndose en hogar de mucho de ellos.

Montañita es una comuna muy tranquila cuenta con un toque bohemio, lo cual se puede comprobar al caminar por sus calles donde se pueden encontrar bares y restaurantes con una gran variedad gastronómicas y diferentes temáticas, artesanías y en la playa fiestas vida nocturna, fogatas cabañas, etc.

Sin embargo en la comuna Montañita es notable la ausencia de lugares de recreación, por lo cual es necesario la creación de un complejo turístico que permita su rejuvenecimiento y capte nuevos mercados contando así con áreas de recreación dirigidas a todos los segmentos de mercado, con espacios acuáticos, deportivos y de diversión infantil donde se puedan realizar varias actividades al aire libre y disfrutar buenos momentos en familia y amigos, puesto a que la oferta de la comuna Montañita ha segmentado el mercado de gente joven y tanto su oferta como su demanda centran sus actividades en sol, playa, surf y vida nocturna con la creación de un complejo turístico se daría paso a nuevas experiencias y tanto a turistas como a nativos dejando a un lado la monotonía de la vida diaria.

El presente proyecto de se encuentra orientado a conocer que tan factible es la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita es necesario realizar este estudio puesto que es la única manera de conocer el grado de aceptación que tendría el complejo turístico antes mencionado, teniendo en cuenta que la comuna Montañita cada día crece más en cuanto a habitantes y turistas por lo cual se convierte en un lugar propio para la realización de nuevas ideas de negocio que permitan la satisfacción del turista.

Se debe tener en cuenta que día a día los turistas buscan nuevas experiencias, por otro lado la comuna Montañita se encuentra en una fase de madurez de acuerdo al ciclo de los productos turísticos y la creación de un complejo contribuiría al rejuvenecimiento de su imagen.

La presente propuesta de proyecto de factibilidad se delimita de la siguiente manera:

- 1. Área:** El área se fundamenta en la superficie donde se desarrollara y ejecutara la propuesta en este caso será un área comunal.
- 2. Universo:** Está referido a los comuneros económicamente activos y turistas que visitan la Comuna Montañita
- 3. Localidad:** Comuna Montañita – Parroquia Manglaralto- Cantón Santa Elena – Provincia de Santa Elena.
- 4. Tiempo:** La duración de ejecución de la propuesta Estudio de factibilidad se ha determinado en 1 año.

¿El desarrollo del proyecto de factibilidad y la creación de un complejo turístico posibilitara el desarrollo local de la comuna Montañita?

Con la creación del complejo turístico en la Comuna Montañita se atenderán los siguientes problemas que derivan de la problemática inicial:

- 1. Se segmentaria nuevos mercados objetivos:** Puesto a que con la creación de un Complejo turística se atraería a nuevos segmentos de mercado como lo son las familias y los adultos mayores.
- 2. Se crearía nuevas fuentes de empleo:** Con la Creación de un complejo turístico generaría fuentes de empleo para los habitantes de la Comuna Montañita.

- 3. Beneficiarios Indirectos (comunidades aledañas):** Puesto a que indirectamente beneficiaria a los habitantes que buscan empleo en Montañita.

- 4. Se impulsará la creación de nuevos productos turísticos:** Impulsaría nuevas iniciativas de negocios en los habitantes de la comuna y de la Parroquia en sí.

Montañita es una comuna que posee gran potencial turística pero la falta de iniciativa no ha permitido florecer su potencial. Motivo por el cual con la propuesta titulada “Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita” pretenderá:

La presente investigación tiene como objetivo ofrecer información confiable y actual sobre la posibilidad de éxito del proyecto de factibilidad para la creación de un complejo turístico. Socialmente el proyecto se encamina a promover la generación de nuevas fuentes de empleo para los habitantes de Montañita también busca promover la activación de la economía de la misma.

Por otro lado busca la diversificación de la oferta ya presente en Montañita para de esta manera captar nuevos mercados, puesto a que se constituirá como un producto que podrá ser utilizado como alternativa para la realización de actividades turísticas durante todo el año y de esta manera poder mantener un equilibrio de afluencia turística y económica de la comuna. Ofertando turismo basándonos en las nuevas tendencias de mercado. Por ese motivo ha sido desarrollada con el fin de optimizar las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y económico; por lo que se encaminara a mejorar la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.

Permitiendo poner en práctica todos los conocimientos adquiridos por medio de un estudio que nos permita la implementación de nuevas estrategias que permitan crear nuevos productos para ofertarlos.

La presente propuesta de tesis contribuirá al desarrollo de una nueva alternativa para realizar turismo, mediante un estudio de factibilidad que se sustente en un diagnóstico que nos muestre las actividades que se pueden realizar y detalle su potencialidad iniciando la comercialización del producto y en base del presente producto dar paso a la creación de una gama de nuevos productos.

Se pretende impulsar el desarrollo de nuevos productos, dando realce a los atractivos de Montañita evitando la estacionalidad, definiendo alternativas distintas para que el visitante tenga nuevas opciones para realizar durante su visita. Satisfaciendo de esta manera las necesidades de los turistas actuales que buscan nuevas opciones para realizar turismo.

Elaborar un proyecto de factibilidad mediante la aplicación de técnicas de investigación que permita conocer el grado de aceptación que tendría la creación de un Complejo Turístico Comuna Montañita.

- Fundamentar teórica y metodológicamente el diseño de las nuevas estrategias que permitan la diferenciación y diversificación de la oferta turística de la comuna Montañita
- Conocer la realidad turística de la comuna Montañita.
- Contrastar lo teórico con lo real
- Proponer una acción que sirva como iniciativa para la creación de nuevos productos que contribuyan a la mejora de la economía de Montañita.

El desarrollo del estudio de factibilidad permitirá la ejecución del proyecto Creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Estudio de Factibilidad

VARIABLE DEPENDIENTE: Creación de la “Complejo Turístico Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto”.

Se presenta como objetivo el desarrollo sustentable de la Comunidad de Montañita basándose en una diversificación de producto innovador para generar altas divisas fomentando el empleo para sus habitantes y potencializando en destino turístico con bases contundentes para mejorar la calidad de vida y tener el debido reconocimiento de un destino turístico ejemplar. Por lo que se detallara el contenido de la investigación dando paso al estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico.

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO.-En este capítulo se detallara los antecedentes de la comuna Montañita, así como su historia, costumbres. Y sus atractivos turísticos y culturales.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.- Comprende la metodología a aplicar, se basa en las técnicas de recolección de datos como: encuestas y entrevistas. El análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de investigación y su respectiva interpretación

CAPÍTULO 3 PROPUESTA.- Se encuentra conformado por análisis técnico donde se estudian todas las características de la comuna, en el análisis financiero el detalle de todos los activos del Complejo Turístico.

CAPÍTULO I

1. MONTAÑITA DESTINO TURÍSTICO: REALIDADES, EXPECTATIVAS, POTENCIALIDADES Y NECESIDADES

Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país constitucional, republicano y descentralizado situado en la región noroccidental de América del Sur. Se divide político-administrativamente en 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias. Tiene una extensión de 283 561 km². Su capital es Quito. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico.

El país es surcado de norte a sur por una sección volcánica de los Andes, al oeste de la cordillera se presentan el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. El territorio ecuatoriano incluye las oceánicas Islas Galápagos a 1000 km de la costa.

Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo, el de mayor diversidad por kilómetro cuadrado en el planeta y uno de los países con mayor biodiversidad teniendo un sinnúmero de especies animales y vegetales, actualmente es el único país que tiene en su constitución el derecho del medio ambiente. **(Federico González Suárez, 2008)** .

Santa Elena es una ciudad ecuatoriana, capital de la provincia de Santa Elena. Tiene una población de 39.681 habitantes. Se ubica en el litoral ecuatoriano, al occidente del país. Forma parte del conglomerado urbano de la puntilla de Santa Elena, junto con Salinas, La Libertad, José Luis Tamayo y Ballenita.

La ciudad es el centro político de la provincia. Alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales. Tiene una parroquia urbana, las cual se subdivide en barrios. **(Federico González Suárez, 2008)**

La población rural de Santa Elena es más poblada que la urbana debido a que la mayoría de los peninsulares viven en el corredor, Más conocido como la ruta del Spondylus o ruta del sol. En ella se pueden apreciar la bien conocida Montañita que se ubica a 50 km de la Catedral de Santa Elena.

1.1. ANTECEDENTES DE LA COMUNA MONTAÑITA

Hasta hace pocos años atrás Montañita era precisamente solo mar y pueblo, un pueblo de gente que se dedicaba a la agricultura , pesca y comercialización de la paja toquilla, pero en la actualidad Montañita se ha convertido en el balneario turístico de más rápido crecimiento en la costa Ecuatoriana,

¿Cómo era Montañita de antes?, ¿Cómo se vivía en Montañita antes del BOOM del surf y el turismo? ¿Cómo se llegaba, y como se salía? Estas son preguntas que tienen más de mil historias por narrar, en las que no se pueden negar los hechos que existieron hace miles de años atrás en el pasado y que hoy son parte de nuestra historia, son el origen ancestral de nuestra comunidad.

La base fundamental de referencia de las comunas, lo constituye la POSESIÓN DE SU TERRITORIO, desde tiempos remotos por parte de las familias que nos reconocen como descendientes de este sitio, es decir los comuneros son INDÍGENAS originarios, entendiéndose la comunidad como una agrupación de personas que viven unidas por vínculos de cohesión social, ligas de parentesco, por interés y por propósitos comunes, estas colectividades se conformaron y existen desde épocas inmemorables, manteniendo formas comunitarias de vida, en lo económico, social y cultural.

Para el año 1962 llega al pueblo un surfista peruano cuyo nombre era Piti Block, el cual entabló amistad con algunos pobladores de la comuna, quienes se animaron a practicar 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.

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, desde surfers hasta personas que gustaban del trópico, el mar, el agua tibia y la paz de Montañita (Anónimo, 2009)

1.1.1. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

La comuna Montañita se encuentra dividida en 21 barrios los cuales son los siguientes:

1. Barrio Vicente Rocafuerte
2. Barrio 15 de Mayo
3. Barrio 12 de Octubre
4. Barrio Alfonso Andrade
5. Barrio El Tigrillo
6. Barrio 10 de Agosto
7. Barrio avenida segunda
8. Barrio avenida tercera
9. Barrio avenida cuarta
10. Barrio avenida quinta

11. Barrio avenida sexta
12. Barrio avenida séptima
13. Barrio avenida octava
14. Barrio avenida novena
15. Barrio avenida decima
16. Barrio sector la Punta
17. Barrio Segundo Rosales
18. Barrio Guido Chiriboga
19. Barrio San Isidro
20. Barrio Javier Ledesma
21. Barrio Juan Montalvo (**Anónimo, 2013**)

1.1.2. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

El total de *habitantes* que tiene la comunidad de *Montañita* según la información proporcionada por el *Cabildo Comunal* señalan 4.639 habitantes los cuales se encuentran divididos de la siguiente manera: (*ver cuadro #1*)

Cuadro 1: NÚMERO DE HABITANTES	
MUJERES 49.19%	HOMBRES 50.81%
2.282	2.357

Fuente: Comuna Montañita
Elaborado por Chávez Katherine

De los cuales:

- La población menor de 18 años es de aproximadamente un 25 %.
- Los niños en la comuna Montañita viven con sus padres, no hay abandono por parte de ellos, y tienen una infancia dentro de lo normal.

1.1.3. ANÁLISIS ECONÓMICO

La comuna Montañita es considerada uno de los principales balnearios de la provincia de Santa Elena, convirtiéndose en uno de los importantes nichos turísticos de la misma, la comuna Montañita día a día alberga turistas nacionales y extranjeros es por esto que la base de su economía en actividades turísticas es debido a que sus habitantes se dedican a esta actividad en un 75% (**ver cuadro #2**)

Cuadro 2: ACTIVIDADES TURÍSTICAS		
Actividades Turísticas 75% (3.479 habitantes)		
Locales Turísticos	80%	2.783
Venta de Artesanías	10%	348
Deportes Extremos	10%	348

Fuente: Comuna Montañita

Elaborado: Chávez Katherine

Se estima que el 80 % de los habitantes de la comuna trabajan dentro la misma y poseen locales como tiendas, restaurantes, hostales, hoteles, los cuales generan ingresos económicos a la comunidad.

Se estima que el 25% sobrante se dedica a la pesca y otro tipo de actividades, como el comercio y empleados particulares.

Si bien es cierto que la mayor actividad que genera recursos es el turismo, sin embargo es notable lo reiterativo de la oferta que se le da al turista, una constante oferta de un mismo producto tiende a llevar al estancamiento y a su vez a un declive esto perjudica de manera inmediata a las divisas de la comunidad de Montañita.

1.1.4. RELACIÓN DE GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Es necesario conocer que las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres por razones sociales y culturales. Estas diferencias se manifiestan por los roles (reproductivo, productivo y de gestión comunitaria), que cada uno desempeña en la sociedad, las responsabilidades, conocimiento local, necesidades, prioridades relacionadas con el acceso, manejo, uso y control de los recursos hacen eco al significado del género sin embargo como ya se mencionó en puntos anteriores existe un 75% de los habitantes de la Comuna Montañita que centran sus actividades económicas- productivas en el área turística ya sea trabajando en locales propios o ambulantes vendiendo artesanías y en la actividad turística en la comunidad Montañita no se distingue género ya que todos trabajan y producen en armonía gracias a la equidad con la cual se manejan los habitantes de dicha comunidad, es importante recalcar que la comunidad no es hogar solo de nativos de la comuna, sino más bien se ha convertido en el hogar de extranjeros como chilenos, argentinos, peruanos los cuales trabajan al igual que los nativos para generar ingresos que los beneficien a ellos y a la comunidad.

1.1.5. DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO

La comuna Montañita es considerada uno de los nichos turísticos más importantes de la provincia, el tipo de turismo que oferta es más de carácter recreacional directamente asociado con las cuatros “S” las cuales quieren decir sun, sand, sea, sex, que en español quieren decir: sol, arena, mar y sexo, por esta razón se pueden encontrar en este destino turístico por la gran naturaleza que oferta y su ambiente de relax.

La comuna Montañita le brinda la oportunidad a sus visitantes de disfrutar de varias actividades turísticas como gastronomía se pueden encontrar los platos más exóticos de todas partes del mundo, también paisajes, la belleza de su playa con

olas de más de tres metros, también sus tradiciones como las fiestas patronales, en si Montañita es una comunidad donde se pueden dar varias ideas de negocios es de allí de donde parte la idea de crear un complejo turístico en Montañita, que incremente la diversificación de oferta creando un lugar de recreación alternativo para familias que visitan y al mismo tiempo a los habitantes de la comuna anfitriona y comunidades vecinas.

El turista al momento de llegar a Montañita es absorbido por su cultura ese ambiente bohemio pero se está dejando fuera el turismo familiar, aquel que desea disfrutar de varios lugares recreativos en un solo lugar, es aquella demanda que se requiere conquistar.

1.1.6. ACTIVIDADES TRADICIONALES

La celebración de las fiestas patronales de la Comuna Montañita se lleva a cabo del 13 al 16 de mayo durante cada año, puesto a que se festeja en honor al patrono del pueblo San Isidro Labrador quien es el patrono de la Comuna, durante las fiestas se efectúan presentaciones de cantantes denominado el famoso balconazo y luego de eso el albazo que consiste en desfilan por las calles del pueblo luego del balconazo acompañando la banda de música de la comuna.

Dentro de estas fiestas se organizan diferentes jornadas culturales, competitivos y religiosos que son disfrutados por toda la comunidad y los visitantes locales y extranjeros, entre ellos se destaca el balconazo, donde se presentan a las candidatas a reina de la comunidad, las mismas que están representadas por las diferentes organizaciones que existen dentro del pueblo.

La misa, los desfiles cívicos y los bailes populares, queme de castillos, forman parte de la tradición de los habitantes nativos de la capital del surf Montañita. También en el mes de Noviembre celebran la fiesta de la Virgen de Monserrate del 21 al 24. **(Anónimo, 2009)**

1.1.7. PROCEDENCIA DEL SECTOR TURÍSTICO

El auge turístico en la comunidad de Montañita se dio en los años 60, cuando la comunidad se volvió lugar de encuentro para los turistas nacionales y extranjeros al descubrir las grandes olas de más de tres metros propicias para la práctica del surf.

El estilo de vida libre ha permitido que año a año la comuna Montañita reciba turistas extranjeros de países como Argentina, Chile, Colombia, Italia y Estados Unidos y Nacionales tales como guayaquileños y cuencanos. (Anónimo, 2009)

1.1.8. FORMAS DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA

Como ya se mencionó la comuna Montañita se encuentra dividida en 21 barrios y su organización colectiva se encuentra establecida por un cabildo comunal.

Cuadro 3: DIRECTIVA COMUNA MONTAÑITA	
Presidente:	Javier Gonzales
Vicepresidente	Victor Yagual
Tesorera:	Sara Borbor
Secretario:	Byron Solano

*Fuente: Comuna Montañita
Elaborado: Chávez Katherine*

Las reuniones comunales ordinarias se realizan todos los fines de mes donde el cabildo informa a todos los socios comuneros sobre las gestiones que se han dado durante el mes.

También se dan reuniones extraordinarias cuando el caso lo amerita. Las elecciones del cabildo comunal se realizan democráticamente los socios comuneros eligen a sus dirigentes.

1.2. RECURSOS TURÍSTICOS DE LA COMUNA MONTAÑITA

Se conoce como recursos turísticos a cada una de las características que forman parte de un lugar o destino turístico dentro de este hablemos de los atractivos, la parte cultural y las tradiciones la atención de un turista, estos recursos pueden ser tangibles o intangibles, estos atractivos se convierten en una motivación de visita por parte de la demanda turística.

La comuna Montañita al ser considerada uno de los nichos más importantes de la provincia cuenta con un sin número de atractivos que logran que más turistas la visiten día tras día cuenta con varios recursos que no solo la convierten en uno de los destinos más visitados por propios y extranjeros lo cual también representa una gran oportunidad para formar nuevas ideas de negocios que beneficien a los habitantes de la misma.

1.2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

Se pueden clasificar en naturales y culturales.

1.2.1.1. RECURSOS CULTURALES

- **Calle Diego Chiriboga.-** Este lugar es el principal de la ciudad, pues aquí podemos encontrar la zona más viva y con mayor cantidad de turistas los cuales van en busca de alimento, artesanías, alquiler de equipos de surf, bebidas y zonas de diversión nocturna.
- **Artesanía.-** Montañita es un espacio alternativo donde hay confluencia de muchos grupos étnicos y culturales, y esto se plasma en las opciones que ofrece. Un espacio donde se puede encontrar gran variedad de artículos novedosos y llamativos para los turistas, como pulseras, ropa, adornos pipas entre otros.

- **Fiesta de la Luna.-** Es un atractivo que se da en las noches de luna llena en Montañita, la cual recibe a una tribu de Ravers de varias partes del Ecuador y del mundo que llegan a esta fiesta y participan de un ritual único e irrepetible.

1.2.1.2. RECURSOS NATURALES

- **Oleaje.-** “La famosa formación rocosa llamada "La Punta de Montañita" donde también tenemos un fondo rocoso brinda olas con un recorrido bastante amplio y en el cual se asegura siempre una buena ola de aproximadamente 3 metros
- **Cerró lobo.-** Este cerro es muy conocido por los turistas ofrece una fabulosa vista de las playas y el mar, además que se puede encontrar variedad de productos como alojamiento y demás servicios turísticos (Travel, 2012)

1.2.2. COMPLEJOS TURÍSTICOS

Un complejo turístico es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. (Tovar, 2007).

Así como lo indica en el concepto de Tovar, son lugares diseñados y creados para aquella demanda que buscan actividades recreativas como complemento al desplazamiento para conocer y disfrutar de destinos turísticos.

Con la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita se complementarían los servicios existentes con el fin de diversificar la oferta como

parte de algo innovador para mayor satisfacción al turista y aumentar los días de pernoctación para el continuo desarrollo de una comunidad altamente turística con potencial para establecerse como uno de los mejores destinos del país.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Se comprende como estudio de factibilidad a las posibilidades que se debe lograr en un determinado proyecto. El estudio de factibilidad el análisis que realiza una empresa para conocer si la idea de negocio que se quiere implementar es buena o mala, también ayuda a determinar si las estrategias a realizarse para que de esta forma el futuro negocio será un éxito. **(Dominguez, 2009)**

Es uno de los conceptos más claros por el cual nos acogemos en gran parte para la elaboración del presente estudio ya que se analizaran datos que nos ayude a esclarecer si la previa idea de la creación de un complejo es el resultado de la necesidad que tiene la comunidad.

1.3.1. ASPECTOS GENERALES DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Dentro de los aspectos generales tenemos que es el proceso de evaluación de inversiones está estrechamente a fin con el proyecto inversión. Se puede definir un proyecto de inversión como: conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión, la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales, económicos e incluso hasta sociales. El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos **(Dominguez, 2009)**.

1.3.2. ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.3.2.1. ANÁLISIS DE MERCADO

La principal finalidad del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.)

Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad. **(Dominguez, 2009).**

1.3.2.2. ANÁLISIS TÉCNICO

Se encontrara compuesto de toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación, especificándose lo siguiente:

1. Organización empresarial Se describirá la organización interna de la institución, así como los distintos órganos de administración, especificando número de personal, experiencia, nivel académico y ubicación dentro de la organización.
2. Localización y descripción: Probable ubicación geográfica de la oficina central y de las agencias, así como explicación técnica de dicha decisión.

3. Sistemas de información: Descripción de los sistemas contables, administrativos, de comunicación y de monitoreo, de riesgos y prevención; así como el software y hardware a utilizar.
4. Marco legal: El estudio deberá sustentarse en las disposiciones legales y reglamentarias vigentes aplicables, debiendo considerar la incidencia de éstas en las proyecciones financieras de la entidad.
5. Conclusiones (**Dominguez, 2009**)

Se investigó, se analizó las mejores formas para crear una organización que este adecuada a la idea principal del estudio, cuál sería el mercado objetivo de atraer, como se conformaría todas aquellas técnicas para una creación de complejo que labore de manera eficaz y eficiente.

1.3.2.3. ANÁLISIS AMBIENTAL

Se conoce como Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) al proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo. Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad.

Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos. (**Dominguez, 2009**)

1.3.2.4. ANÁLISIS FINANCIERO

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene. El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyectos. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos. **(Dominguez, 2009)**

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Comprende la metodología a aplicar, se basa en las técnicas de recolección de datos como: encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales y entrevistas aplicadas a los directivos comunales. Lo que significa que es el resumen de cómo vamos estudiar el área donde se plantea introducir un producto.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez definida el tipo de investigación exploratoria, facilitara el trabajo investigación con el objetivo de identificar, el estado actual del mercado y que disposición hay para a previa inversión.

Por lo que se efectuó la recopilación de información tanto a los directivos, habitantes comuneros y por lo consiguiente a los turistas, se aplicó el método cuantitativo y cualitativo para realizar un proceso eficaz y metodológico para obtener las respuestas más fehacientes.

2.1.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA - INDUCTIVA

Para tener una idea más clara en cuanto a esa técnica nos acogeremos al siguiente concepto, Analizar y comprender a los sujetos y fenómenos desde la perspectiva de los dos últimos; debe eliminar o apartar sus prejuicios y creencias (Cervantes, 2013).

Con ese método de investigación encontramos los datos descriptivos, se resumirán las causas de los problemas sociales que no les han dado mayor importancia ni

mucho menos solución, estos se identifican a través de la interacción con los sujetos que se va a estudiar, observando y recopilando el punto de vista de cada persona, por ese motivo se utiliza la descripción de los hechos para una mejor toma de decisiones.

Para obtener este tipo de investigación utilizamos la herramienta de entrevista a los directivos de la Comuna Montañita.

2.1.2. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA - DEDUCTIVA

Este método de investigación nos ayudó a examinar los datos de forma numérica, que es a lo que se refiere la metodología cuantitativa teniendo una relación con los problemas que nos dio la investigación descriptiva, de esta manera se estudió los dos métodos ya que era necesario que haya claridad en definir, y saber dónde radica el problema y que elementos implica, con el único fin de llegar a un debido análisis. Entonces se aplicó la herramienta de las encuestas tanto como los habitantes como a los turistas.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizó este proceso considerando los distintos tipos de investigación los que me ayudaron a la recolección de datos de la manera más fehacientes que respaldan lo que está analizando en la comuna Montañita.

La modalidad del trabajo de grado que se realizó en la presente investigación es el estudio de factibilidad, en el cual se utiliza para recopilar datos necesarios sobre una previa inversión y tomar las mejores decisiones al respecto, puesto que el tipo y el diseño de la investigación, es la estrategia para responder al problema planteado, que en este caso es la poca diversificación de área recreativas para turistas y habitantes aledaños por lo que se da como solución un Diseño que

aplicado en el tema de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURISTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA SANTA ELENA”**

Cuadro 4: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
CUANTITATIVA	CUALITATIVA
EXPLORATORIA	DESCRIPTIVA
OBSERVACIÓN EN LA COMUNA MONTAÑITA	ENCUESTAS A COMUNEROS DE MONTAÑITA
ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A LOS ACTORES PRINCIPALES DE LA COMUNA	ENCUESTAS A LA POTENCIALES CLIENTES DEL COMPLEJO TURISTICO

Elaborado por: Chávez Katherine

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación se utilizaran los siguientes tipos:

Para la presente propuesta se llevaran a cabo 337 encuestas a los comuneros y 384 a los turistas de Montañita

Para la realización del presente proyecto de factibilidad se aplicó esta investigación para obtener características, atributos cuestiones netamente cualitativas que servirán para contratar con la investigación descriptiva. Se realizaron 5 entrevistas a los directivos en donde se recogió la información que se detalla en el siguiente capítulo.

Se recurrió en la investigación a recolectar información de documentos entre ellos el archivo sobre la historia de la comunidad, la ley de turismo articulo 16 a más de eso documentos sobre la historia de la provincia de Santa Elena donde se recabo información estadística además de otros documentos en el cual se obtuvo información referente a la población de la comuna Montañita.

Se realizó el trabajo de campo en la comuna Montañita donde se obtuvo la información concerniente a las entrevistas y a las encuestas.

2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, la cual se escogió la siguiente técnica:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos. **(Arias, 1999)**

Seguimos los pasos de Arias ya que se creyó que serían los más adecuados para realizar el previo estudio de factibilidad. Se realizaron investigaciones dentro de la comunidad de Montañita, viendo la relevancia de la información para esclarecer todas aquellas interrogantes expuestas si sería de gran factibilidad la creación de un complejo, se aportó instrumentos como entrevistas y encuestas para analizar las mejores respuestas y en base a ellas tomar decisiones.

2.5. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la presente propuesta de titulación las técnicas utilizadas y que sirvieron como instrumento para el desarrollo de trabajo para recolectar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre la actividad turística de la

Comuna Montañita que permitirá facilitar el procesamiento de la información en la investigación mediante la observación, la entrevista y la encuesta.

2.5.1. ENCUESTA

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo:

Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas **(Grasso, 2006)**

El modelo de encuesta a realizar en la presente propuesta de investigación será de carácter cerrado puesto que las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades o puede incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos. Permitiendo que en el proceso de tabulación se pueda obtener información confiable. **(Ver anexo #1).**

Se obtuvo buena acogida por parte de los turistas y habitantes encuestados, siempre estuvieron dispuestos a compartir sus opiniones, en raros casos se les dificultó la atención a la encuesta pero no fue mayor problema para concretar el estudio de la investigación.

2.5.2. ENTREVISTA

Se realizaron entrevistas a la directiva de la Comuna Montañita, con el objetivo de conocer sus opiniones y criterios con la posibilidad de crear un complejo turístico

en la comunidad de Montañita, ya que es de vital importancia sus puntos de vista por ser los principales involucrados.

Para nuestra investigación se aplicara la entrevista semi-estructurada, ya que el investigador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos, que ayuden a orientar todo el proceso del estudio.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.6.1. POBLACIÓN

La población a la que se orienta el presente estudio, corresponde a los miembros de la comuna Montañita ya diversos actores y turistas como se detalla a continuación (**ver cuadro #5**), el número de población que se le hicieron las preguntas correspondiente para sistematizar el estudio para mejor orden y mayor resultados a la hora de las toma de decisiones, esto está basado al resultado de la formula puesta en el siguiente proceso.

CUADRO 5: NÚMERO DE ENCUESTAS	
ACTORES	NÚMERO DE ENCUESTAS
Habitantes directamente vinculados con actividades turísticas	337
Turistas	384
TOTAL DE ENCUESTAS	721

*Fuente Comuna Montañita
Elaborado por: Chávez Katherine*

Las entrevistas se las realizara a los miembros del cabildo comunal el cual se encuentra conformado por 5 dirigentes (**ver cuadro #6**), las opiniones y puntos de

vista fueron imprescindibles para la elaboración de muchos puntos que conlleva el presente estudio de investigación.

Cuadro 6: NÚMERO DE ENTREVISTADOS	
ACTORES	NÚMERO DE ENTREVISTADOS
Dirigentes comunales	5
TOTAL DE ENTREVISTADOS	5

Fuente Comuna Montañita

Elaborado por: Chávez Katherine

2.6.2. TÉCNICA DE MUESTREO

Para el presente estudio la técnica a utilizar para esta investigación es el muestreo Probabilístico, se escogió el Muestreo Aleatorio Simple porque lo cual cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de salir en la muestra.

De esa manera se aplicó las técnicas para obtener el número de muestra para llevar a cabo la investigación de campo.

2.6.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

FORMULA FINITA HABITANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA

N= 2.783

Habitantes Comuna Montañita

Z= 95%= (1,96)

Nivel de confianza

e= 5%

Margen de error

p= 0,5

Probabilidad de ocurrencia

q= 0,5

Probabilidad de no ocurrencia

$$N = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 (2783) (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (2783 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$N = \frac{(38416) (2783) (0,25)}{(0,0025) (2782) + (38416) (0,25)}$$

$$N = \frac{(26727)}{(695575) + (9604)}$$

$$N = \frac{(26727)}{(79179)}$$

$$N = 337$$

Los según los datos de los habitantes de la Comuna Montañita y utilizando un nivel de confianza de 95% y un margen de error de un 5% donde tenemos que para conocer la oferta y participación de los habitantes de la comuna Montañita.

Se deberá realizar 337 encuestas, donde sabremos qué cantidad de habitantes prestadores de servicios de la Comuna se encuentran están en la creación del complejo turístico. También se conocerá que tan dispuestos están a colaborar en la creación del complejo y quienes desearían trabajar en el mismo

FORMULA FINITA HABITANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA

N=? Turistas
 Z= 95% Nivel de confianza
 e= 5% Margen de error

p= 0,5 Probabilidad de ocurrencia
q= 0,5 Probabilidad de no ocurrencia

$$N = \frac{Z^2 p}{e^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$N = \frac{(38416)}{(0,0025)}$$

$$N = \frac{(9604)}{(0,0025)}$$

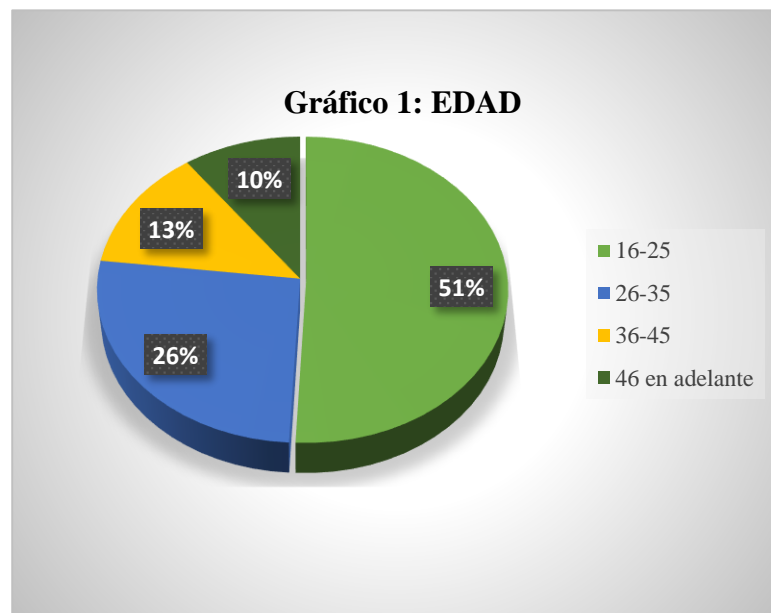
$$N = 384$$

Utilizando la fórmula de muestreo para una población infinita puesto a que no conocemos el número de turistas que visitan la Comuna Montañita tenemos que para conocer la demanda debemos realizar 384 encuestas contando con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% lo cual nos permitirá conocer si los turistas que visitan la Montañita buscan nuevas alternativas de ofertas turísticas.

2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.7.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE LA COMUNA MONTAÑITA

1. Edad:



Fuente: Encuesta

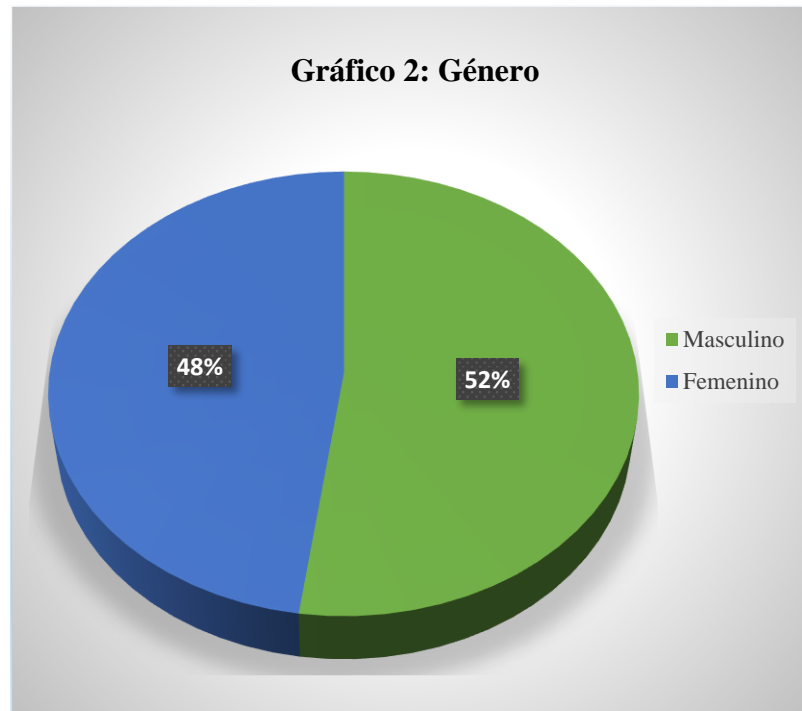
Elaborado por: Chávez Katherine

Análisis e Interpretación

Para la aplicación de la presente encuesta se tomó la muestra de la población económicamente activa de la cual obtuvimos como resultado que un 51% de la muestra oscila entre los 16 y 25 años, seguido por un 26% que pertenece a los habitantes que oscilan entre los 26 y 35 años. **(Ver gráfico #1).**

Se realizó la pregunta con el objetivo de argumentar y conocer la población activa de la comuna Montañita para persuadir quienes son los pobladores que se mantienen activos en su propia comunidad laborando.

2. Género:



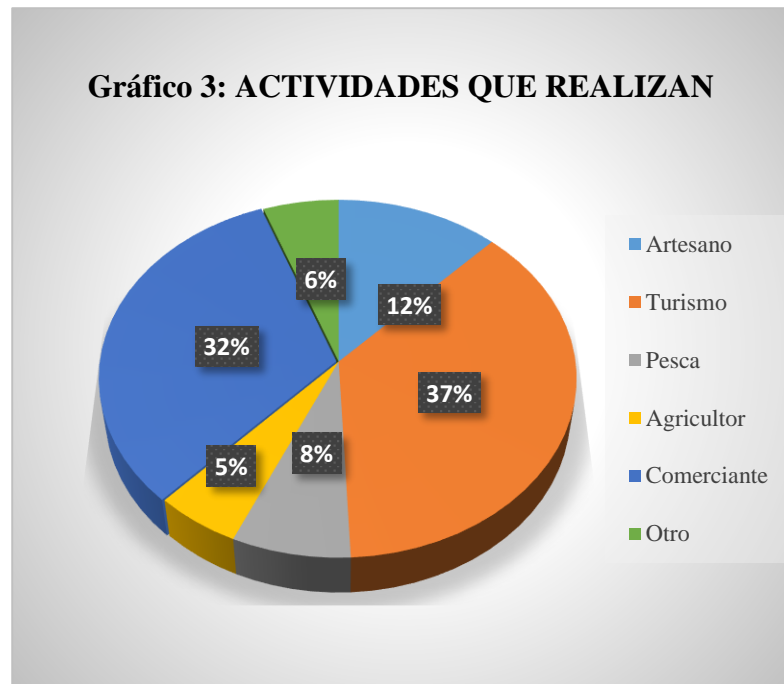
*Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico número 2 el mayor porcentaje de prestadores de servicios encuestados fueron el grupo perteneciente al género masculino con un 52% mientras que el género femenino perteneció a un 48% del total de la muestra tomada para la realización de la presente propuesta.

Dependiendo del género podemos investigar y realizar un adecuado análisis que arroje una información importante para la toma de decisión en base a lo investigado.

3. Qué tipo de actividad realiza:



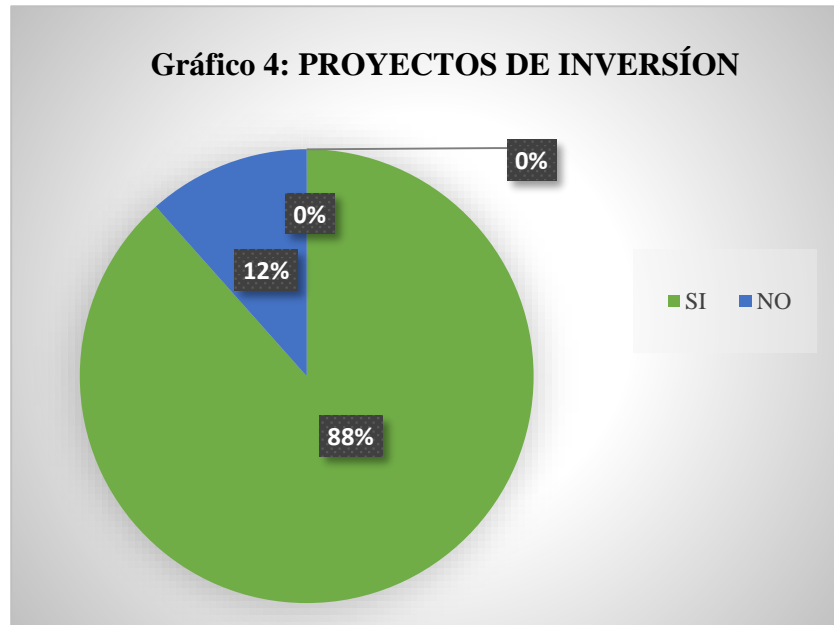
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Las actividades económicas de la comuna Montañita se encuentran divididas de la siguiente manera un 37% basan su economía en actividades turísticas, un 32% viven del comercio, tenemos que un 12% se dedican a las artesanías, un 8% se dedica a la pesca. (Ver gráfico #3).

Los resultados visibles arrojaron que la actividad que mayor realizan en la comuna Montañita es la actividad turística y es por el mismo interés que se debe trabajar en mantener un turismo sostenible y sustentable.

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



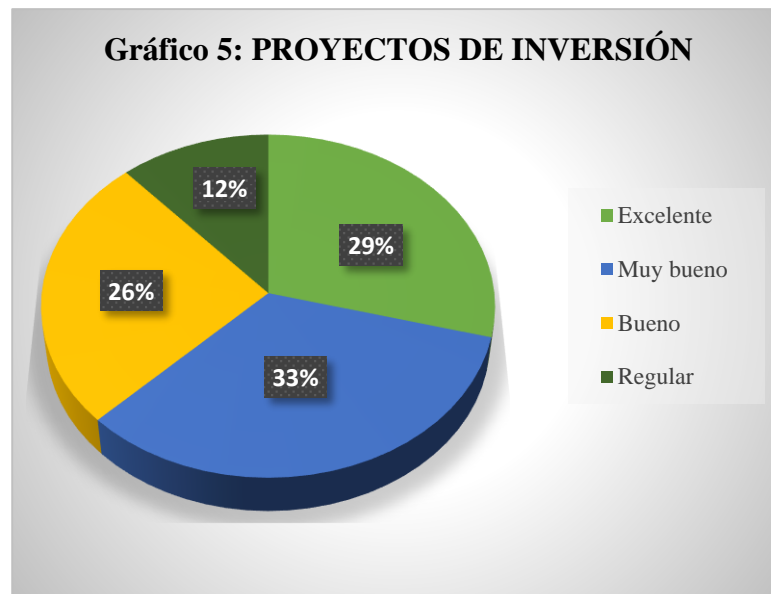
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación:

Tenemos que un 88% de los prestadores de servicios de la Comuna Montañita se encuentra de acuerdo en que se realicen proyectos de inversiones la comunidad debido que con nuevos proyectos de inversión se generarían empleo para sus habitantes, mejoraría su calidad de vida. Por otro lado tenemos que solo un 12% de los prestadores de servicios se encuentran en desacuerdo con que se den proyectos de inversión en la Comuna debido a que para ellos en los proyectos de inversión se benefician los que más tienen y no todos. **(Ver gráfico #4).**

El porcentaje de negativa es mínima por lo que se pueden hacer propuesta para anular el reducido porcentaje buscando un equilibrio que beneficie todos los habitantes.

5. ¿Qué opina sobre las actividades turísticas que se realizan actualmente en la comuna Montañita?



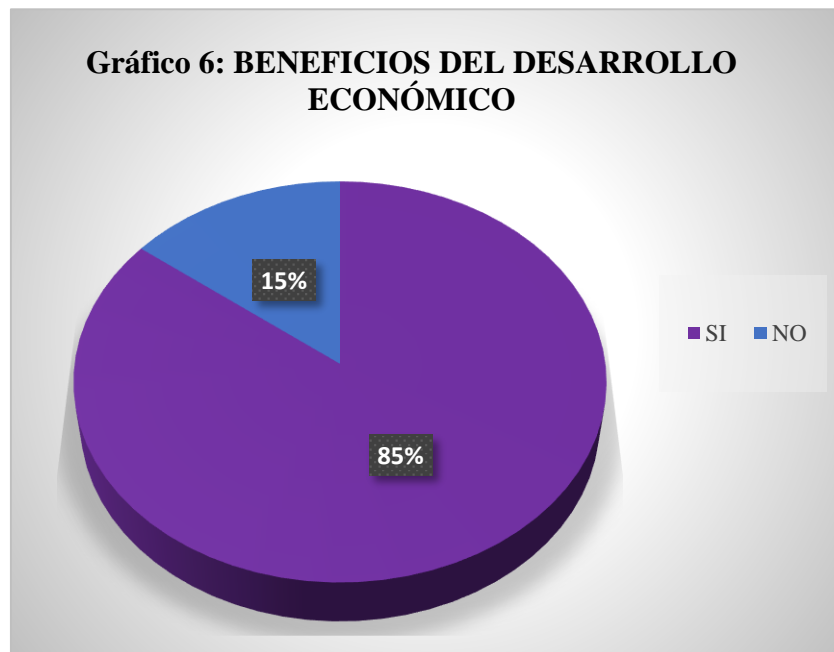
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Actualmente los prestadores de servicios de la comunidad de Montañita consideran como excelente un 29% de las actividades turísticas, también consideran que el 33% de las actividades turísticas son muy buenas, un 26% son buenas y un 12% de las actividades son regulares este grupo minoritario cree que las actividades turísticas no han alcanzado un desarrollo debido a que la gestión comunal no se ha preocupado por atender a los sectores que más desarrollo necesitan (**Ver gráfico# 5**).

El fin de la pregunta es para conocer el pensamiento de la población y cuan cercanía hay en los productos turísticos y que valor hay para ellos, identificando que están al tanto de que a su destino le falta muchos recursos para llegar a una excelencia.

6. ¿Cree usted que la creación de un complejo turístico en la comuna beneficiaría el desarrollo económico de la misma?

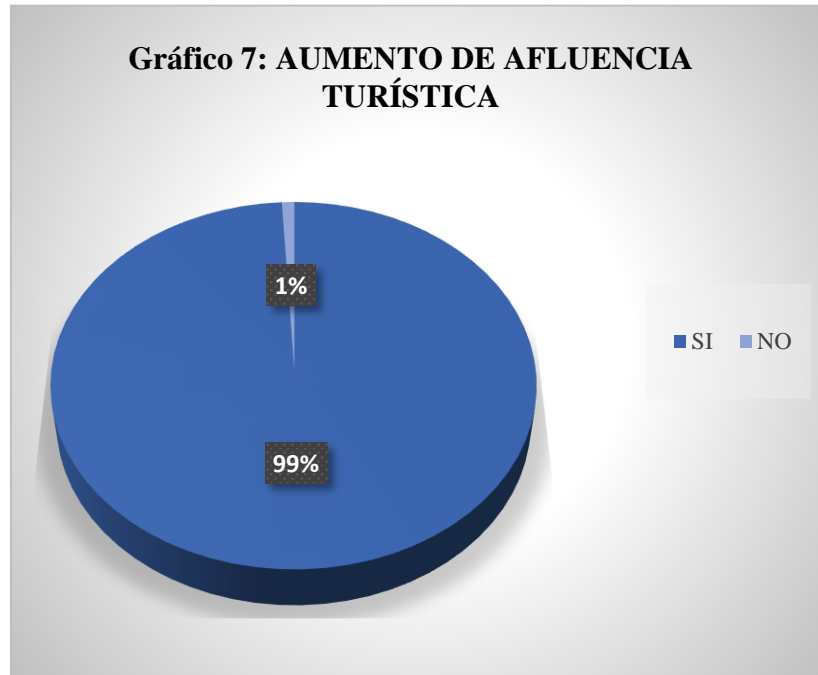


Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine

Análisis e Interpretación:

El 85% de los prestadores de servicios encuestados consideran que la creación de un complejo turístico resultaría beneficioso y contribuiría con el desarrollo económico de la comunidad y de la Parroquia en general, el 15% de los comuneros creen que no sería beneficioso para el desarrollo económico de la comuna la creación de un complejo turístico más bien creen que solo beneficiaría a un sector minoritario (**Ver gráfico# 6**)

7. ¿Le gustaría que aumente el número de turistas en la comuna?

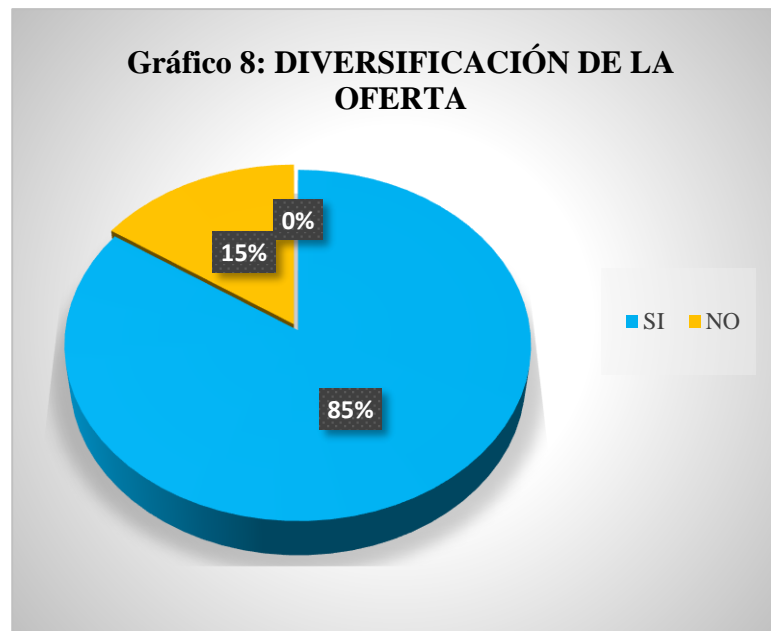


Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine

Análisis e Interpretación

La muestra a la cual se aplicó la encuesta consideran que con la creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita aumentaría la afluencia de turistas lo cual indirectamente beneficiaría a los negocios turísticos que funcionan en Montañita un 99% cree firmemente que esto sucedería y solo un 1% de los prestadores de servicios consideran que con la creación de un complejo no aumentaría la afluencia turística (**Ver gráfico# 7**)

8. ¿Le gustaría a usted que se construya un complejo turístico que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la comuna?



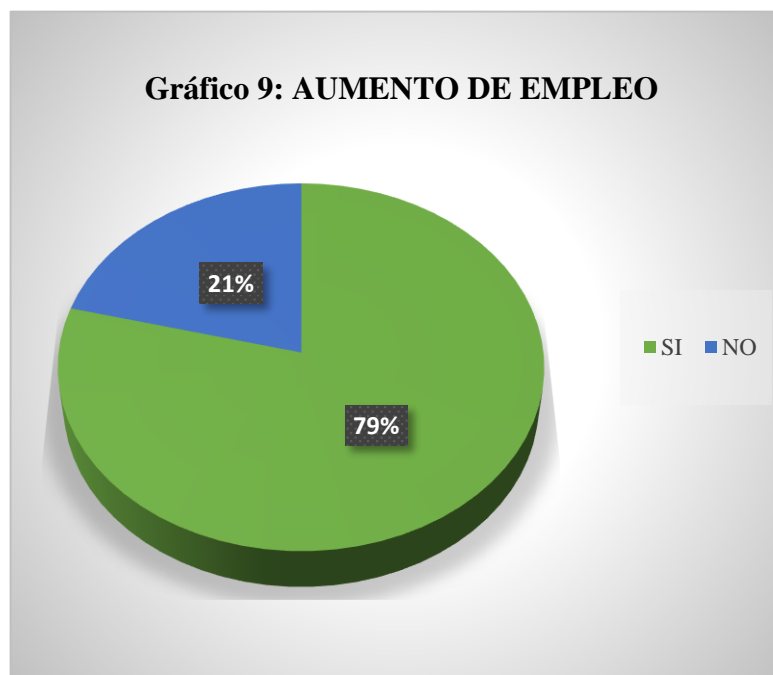
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación:

En la encuesta aplicada se obtuvo que un 85% de la muestra creen que la creación de un complejo en la comunidad se diversificaría la oferta ya existente en Montañita puesto a que atraería a nuevos segmentos de mercado, un 15% cree que no contribuiría con la segmentación de nuevos mercados (**Ver gráfico# 8**).

La pregunta nos ayudara a tener un ámbito muy amplio en cuanto si es la mejor opción para una diversificación de oferta ya que de manera objetiva no hay que tener preferencias, ni inmiscuir el criterio de creencia sino apearse a los resultados de la investigación realizada.

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



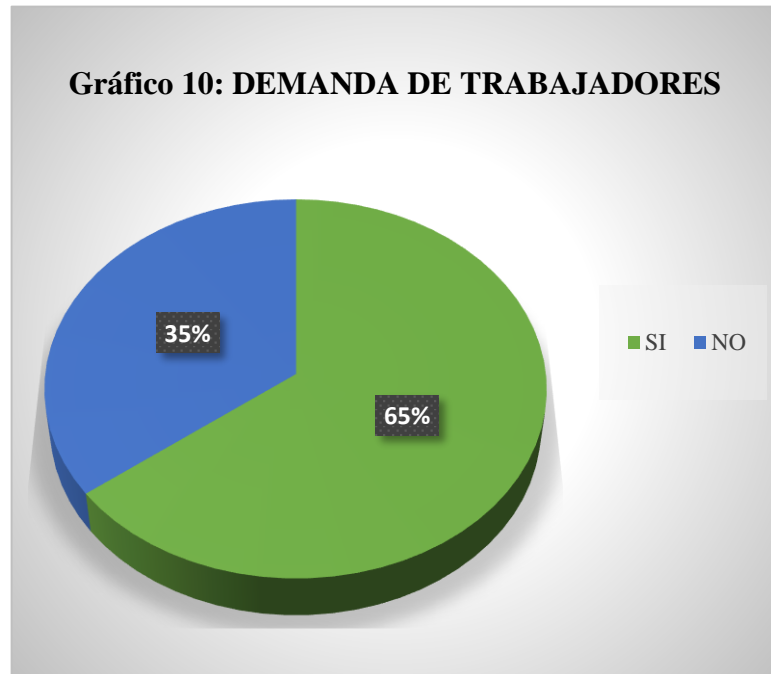
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

El 79% de los habitantes de la comuna encuestados creen que con la ejecución del proyecto creación de un complejo turístico se generarían nuevas plazas de trabajo para los habitantes de la comuna y de la parroquia en general, un 21% de la muestra encuestada cree que no se aumentara las plazas de trabajo en la Comuna Montañita. (Ver gráfico# 9)

Se la relaciona con la pregunta anterior para indagar si es de beneficio la idea que contrarrestará la falta de diversificación o de atractivos de recreación para los turistas y para los habitantes de los lugares aledaños.

10. ¿Le gustaría trabajar en este lugar?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

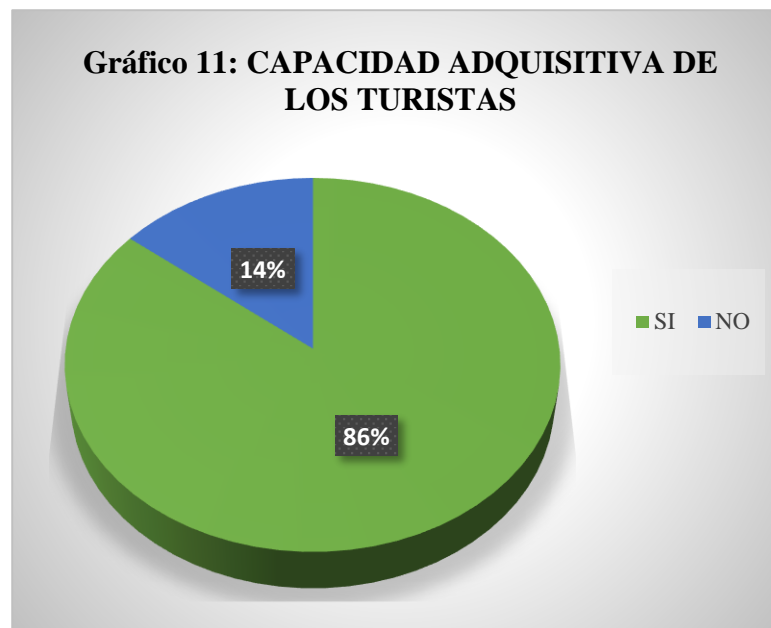
Análisis e Interpretación

Un 65% de los habitantes encuestados estarían dispuestos a trabajar en el complejo turístico si se diera la oportunidad de hacerlo puesto que con su creación se generarían nuevas plazas de trabajo.

Un 35% de la muestra no estaría dispuesto a trabajar en el complejo turístico debido a que prefiere trabajar realizando otro tipo de actividades. **(Ver gráfico# 10).**

Como anfitriones del proceso investigativo y evaluativo para la proyección del proyecto, se debe conocer la predisposición ya que son los principales beneficiarios.

11. ¿Considera usted que los turistas cuentan con la capacidad adquisitiva para hacer uso de nuestros servicios?



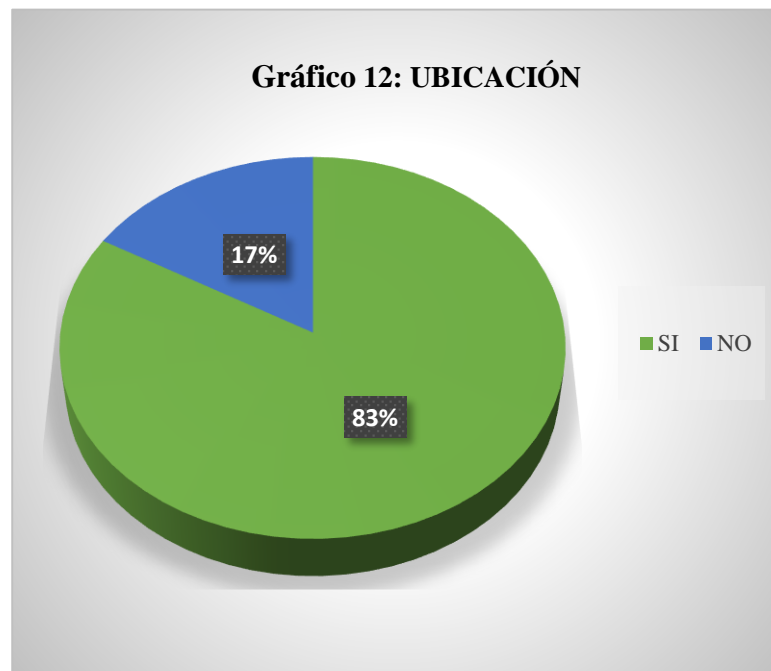
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Un 86% de la muestra encuestada cree que los turistas cuentan con la capacidad adquisitiva para adquirir los servicios que prestara el complejo turístico y solo un 14% de la muestra cree que los turistas no se encuentran en capacidad económica de hacer uso de los servicios que serán ofertados por el complejo turístico (**Ver gráfico# 11**).

A la hora de que se dé la inversión se debe tomar mucho en cuenta estos resultados ya que es de mucha importancia para la demanda del proyecto mencionado.

12. ¿Está de acuerdo que el que complejo turístico sea ubicado en la entrada de la comuna donde actualmente se encuentra el parqueadero?



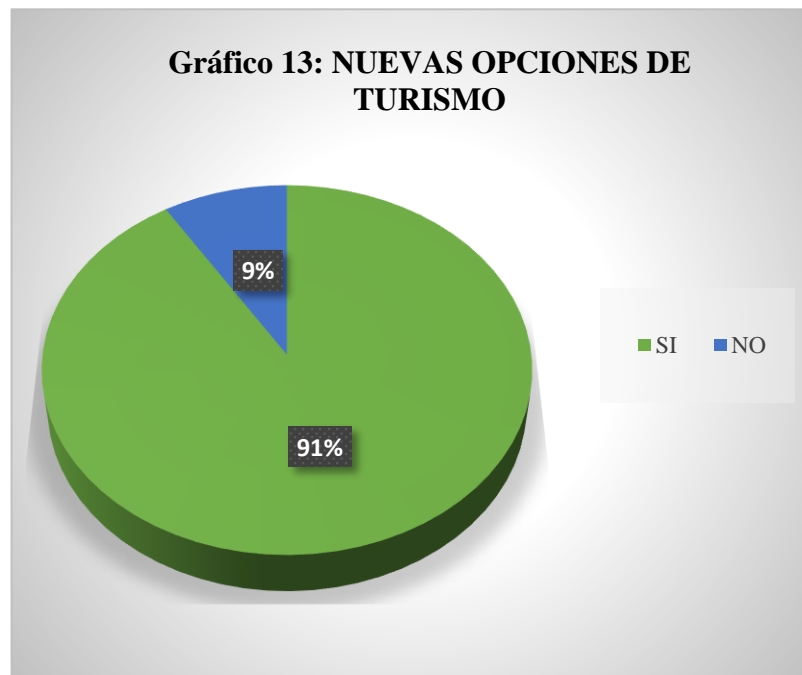
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada un 83% se encuentra de acuerdo en que el complejo turístico se construya en donde actualmente se encuentra el parqueadero ya que al parqueadero no se le da el uso adecuado y sería una excelente opción crear allí el complejo turístico. Ya que actualmente nadie utiliza el parqueadero.

Un 17% de la muestra no creen que sea buena idea ubicar en el parqueadero que se encuentra a las a fueras de la comuna. (Ver gráfico# 12)

13. ¿Le gustaría que los turistas al momento de visitar la comuna Montañita cuenten con nuevas opciones para realizar turismo?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

En un 91% de los habitantes encuestados consideran que la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita traerá consigo nuevas oportunidades y formas de hacer turismo debido a que de una u otra forma le daría nuevas opciones para realizar otro tipo de actividades a los turistas.

En un 9% los habitantes no están de acuerdo que un complejo beneficiaría directamente o indirectamente a realizar nuevas alternativas de turismo (**Ver gráfico# 13**).

14. ¿Cree usted que con la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita mejorara la economía de las comunidades aledañas a la misma?

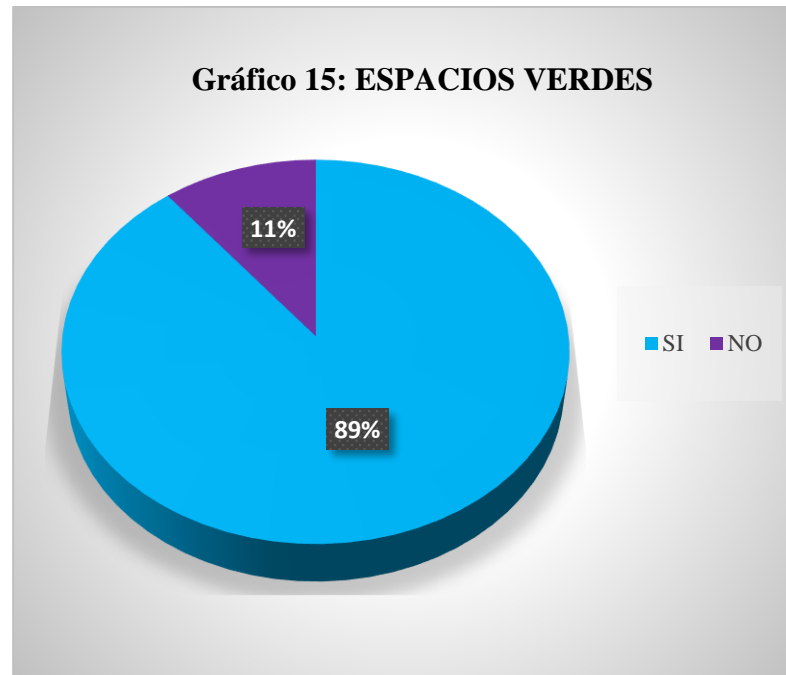


*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Los habitantes de la comuna Montañita creen en un 77% que con la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita existirá una mejora en la economía, puesto a que como ya se menciona anteriormente se crearían plazas de trabajo, existirían beneficiarios indirectos se incrementaría los segmentos de mercado etc. (Ver gráfico# 14).

15. ¿Le gustaría que el complejo cuente con áreas verdes alrededor del mismo?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

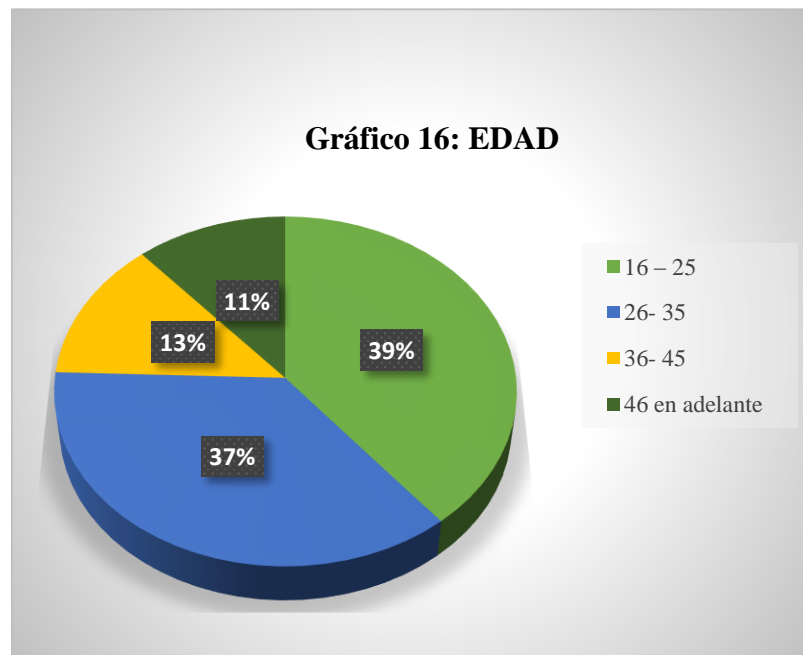
Análisis e Interpretación

Un 89% de los habitantes de la Comuna Montañita creen importante que si se lleva a cabo la ejecución del presente proyecto se deberían implementar áreas verdes, para de esta manera contribuir a la minimización de los impactos ambientales que trae consigo la implementación de proyectos turísticos. (**Ver gráfico# 15**).

La información de esta pregunta es para analizar los impactos negativos y minimizarlos para que los beneficios sean mayores que los problemas correlacionados con el proyecto que consigo traiga.

2.7.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA COMUNA MONTAÑITA

1. Edad:

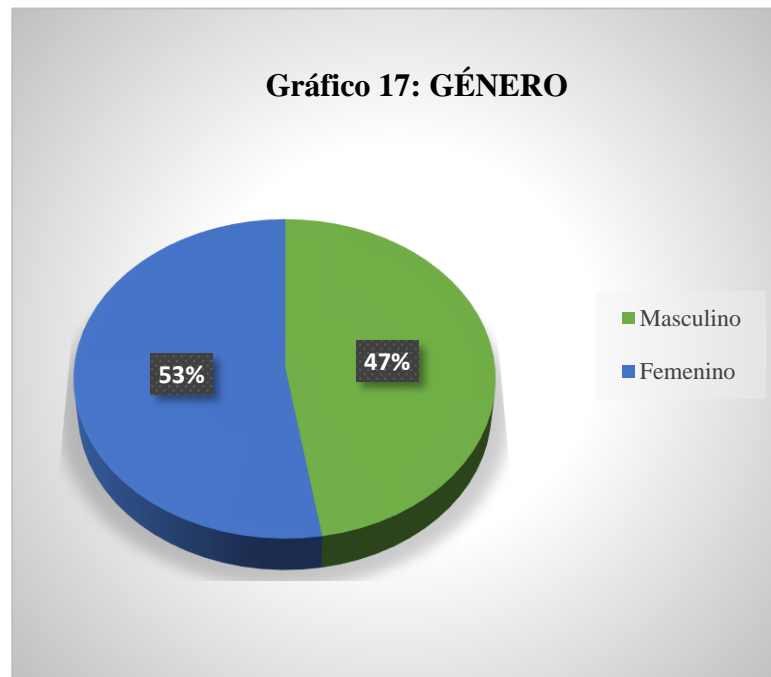


Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine

Análisis e Interpretación

Los segmentos de mercado que visitan la Comuna Montañita se encuentra dividido de la siguiente manera como segmento mayoritario con un 39% los jóvenes entre 16 y 25 años los cuales visitan la comuna atraídos por la vida nocturna, el surf, etc. (Ver gráfico# 16). Se realizó la pregunta con el objetivo de argumentar y conocer cuáles son los segmentos de mercado y tener un conocimiento más profundo en cuanto a los turistas que visitan la comuna de Montañita.

2. Género:

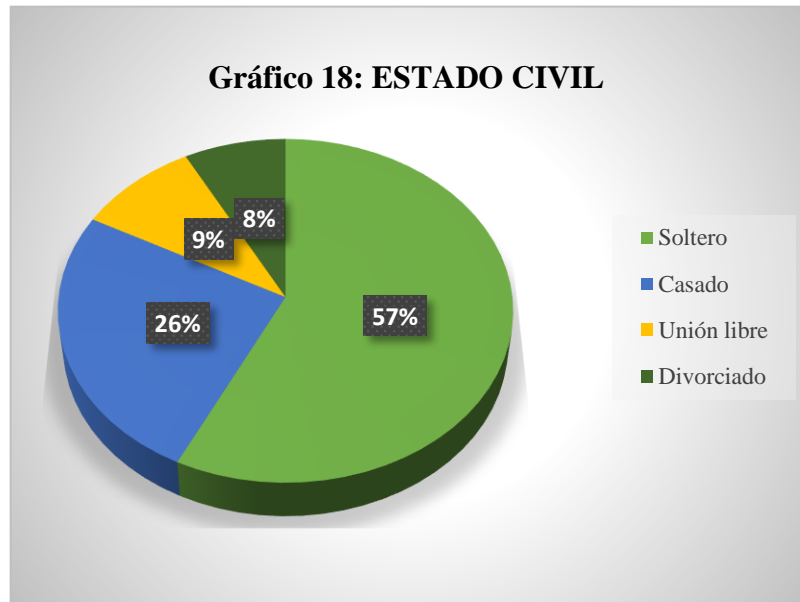


*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico número 17, el mayor porcentaje de turistas encuestados fueron el grupo perteneciente al género femenino con un 53% mientras que el género masculino perteneció a un 47% del total de la muestra tomada para la realización de la presente propuesta.

3. Estado Civil



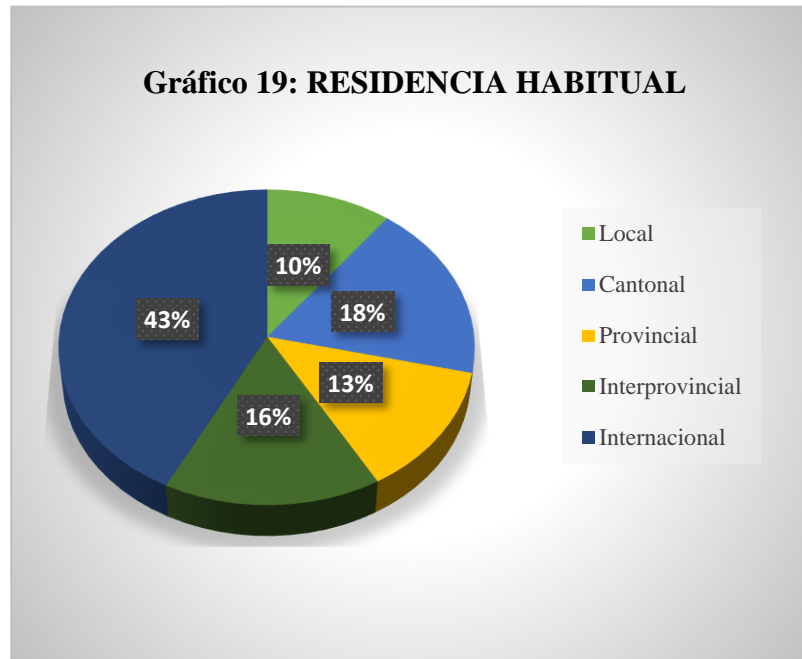
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

El 57% de turistas que visitan Montañita son de estado civil solteros, el 26% pertenece a los turistas casados que visitan la comunidad con el fin de disfrutar en familia, un 9% se encuentran en el estado civil de unión libre y un 8% es perteneciente a los turistas que se encuentran en el estado civil de divorciados **(Ver gráfico# 18)**.

En relación con la primera pregunta se facilitara un resultado más específico en cuanto a que se segmentación está dirigido cual es el grupo de segmento que atraemos más en cuanto a la actividad turística.

4. ¿Cuál es el su residencia habitual?



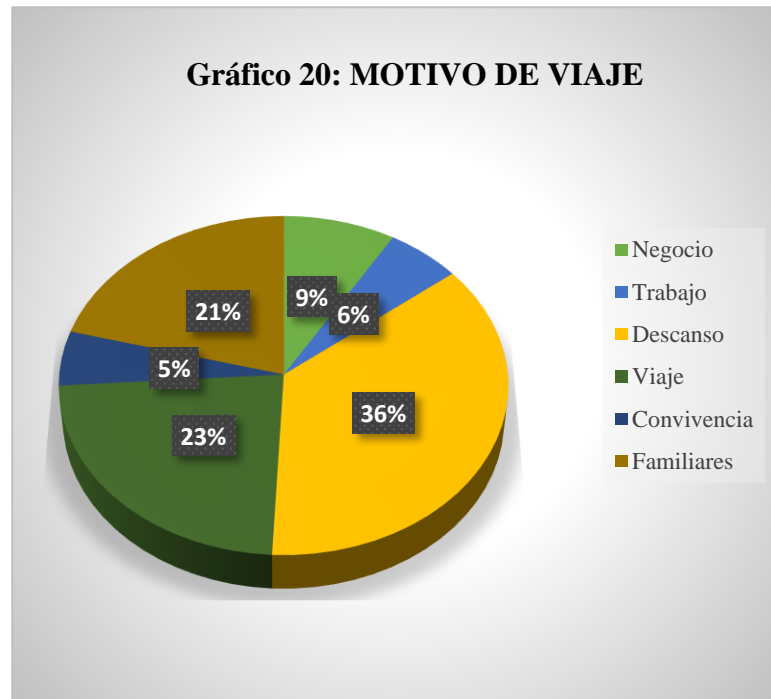
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

La residencia actual de los turistas que visitan Montañita se divide de la siguiente manera los turistas locales comprenden el 10% del total de la muestra tomada, el 18% pertenece a los turistas cantonales, el 13% está comprendido entre los turistas provinciales, el 16% se encuentra representado por los turistas que visitan Montañita desde otras provincias como Guayaquil, Quito, Cuenca, etc. (Ver gráfico# 18)

Con esto se obtiene un dato más específico de la población que se está indagando o investigando para una mejor respuesta a cada incógnita presentada.

5. ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este destino?



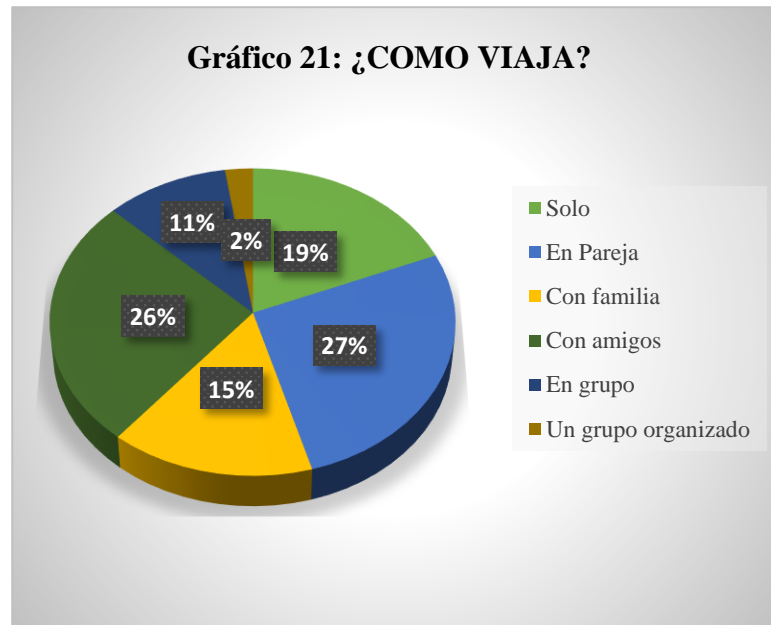
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Los motivos que impulsan a los turistas a visitar la Comuna Montañita en un 9% es por negocios, por trabajo un 6%, como porcentaje mayoritario de visita tenemos que por descanso y diversión un 36% de los turistas se motivan a visitar la comuna, seguido por el 26% de los turistas encuestados visitan la comunidad impulsados por las ganas de conocer y vivir nuevas. **(Ver gráfico# 20).**

La necesidad del turista es el que ayuda a esclarecer muchas preguntas a la hora de proyectar resultados positivos o negativos en cuanto a los servicios prestado por los anfitriones.

6. ¿Cómo viaja?



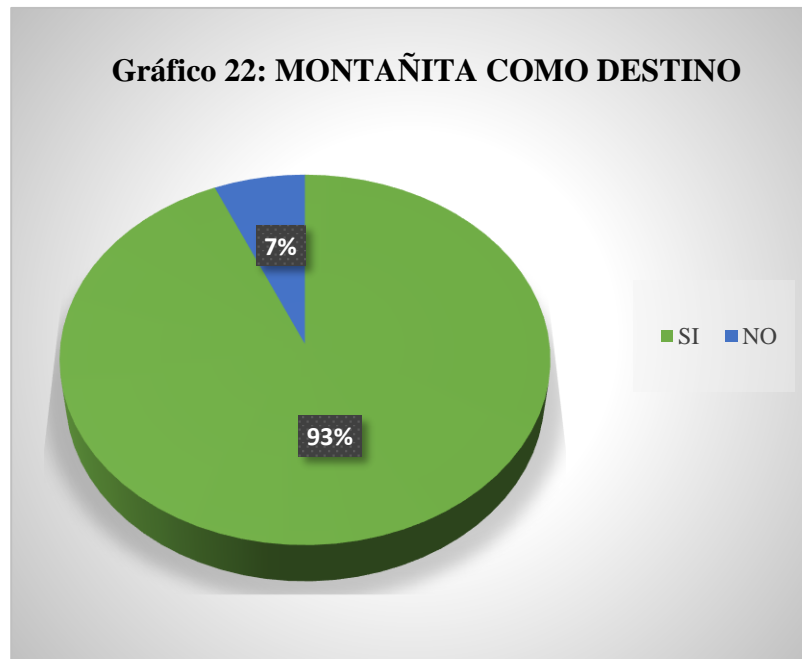
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Los turistas que visitan la comuna en un 19% lo hacen solos, en pareja viajan un 27% de los turistas encuestados, visitas familiares tenemos en un 15%, con amigos en un 26%, en grupo un 11% (tours) y un 2% viajan en grupos organizados de esta manera viajan los turistas que visitan la comunidad. (**Ver gráfico# 21**).

Las preferencias de distribución del turista, esclarecerá ciertos parámetros de como llegara al proyectado complejo si es que se diera el caso de la inversión.

7. ¿Considera que Montañita es un buen destino turístico para visitar durante sus vacaciones o tiempo libre?



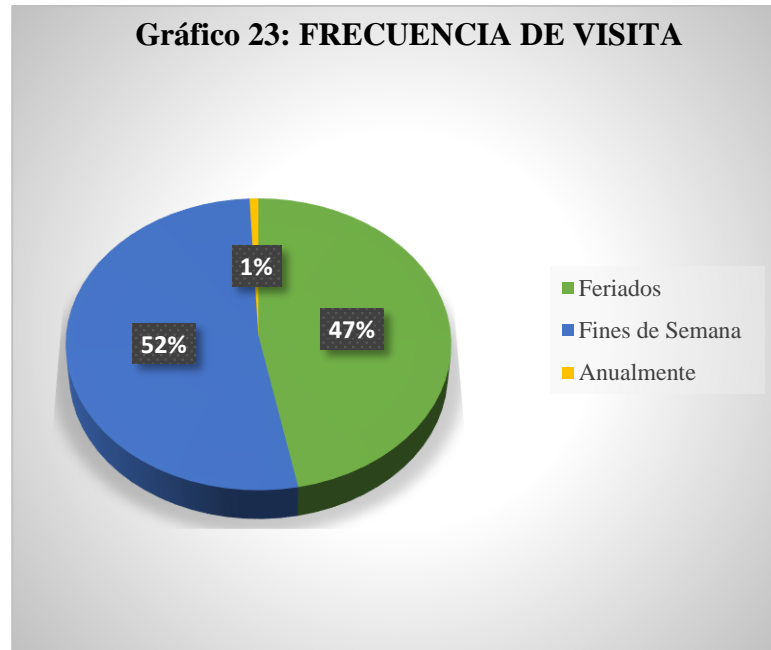
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

El 93% de la muestra de turistas encuestados creen que Montañita es un destino turístico excelente para ser visitado durante toda época del año donde se pueden realizar varias actividades. Y solo un 7% del total de la muestra creen que Montañita no es un buen destino a visitar (**Ver gráfico# 22**)

Ayudará a identificar los cuan relacionado está el turista con el destino, y que clase de experiencia genere en ellos.

8. ¿Con que frecuencia visita Montañita?



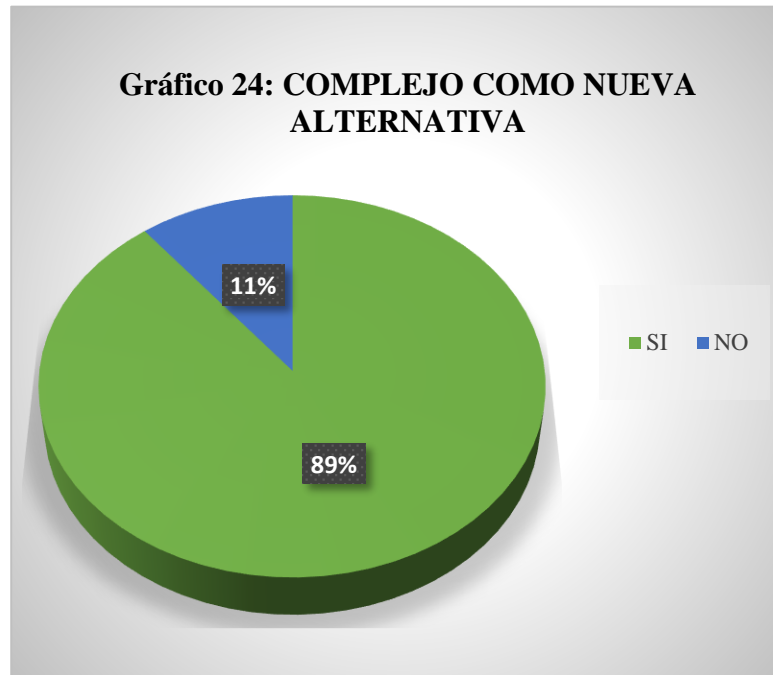
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

La frecuencia con la que viajan los turistas a la zona norte Comuna Montañita en feriados un 47% de la muestra, los fines de semana un 52% de la muestra visita la Comuna y anualmente un 1% la visita. Es importante conocer con qué frecuencia se desplazan los turistas a Montañita puesto a que son el mercado que se quiere captar para hacer uso de los servicios del complejo turístico. **(Ver gráfico# 23).**

La afluencia y la constante visita de los turistas ayudaran a efectuar servicios especiales y dirigidos a su recurrencia para no ser absorbidos con la relatividad de los atractivos que usan en el tiempo de su estadía.

9. ¿Le gustaría que se cree un complejo turístico en la Comuna Montañita como una nueva alternativa que diversifique su oferta ya existente?



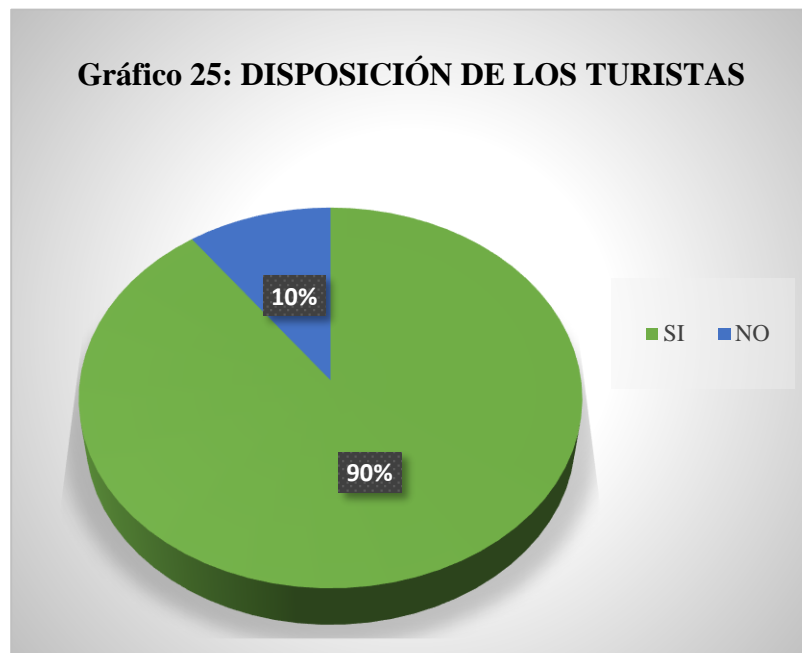
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

89% de los turistas encuestados cree que la creación de un complejo turístico contribuiría a la diversificación de la oferta turística de la comuna, atraería a nuevos segmentos de mercado dando un beneficio económico-social a la comunidad. El 11% de la muestra cree que la creación del complejo no contribuiría a la diversificación de la oferta. (Ver gráfico# 24)

La negativa de la propuesta es mínima por lo que se identifica el respaldo positivo como repuesta a la falta de diversificación en el mercado.

10. ¿Si se creara un complejo turístico en la comuna Montañita estaría dispuesto a visitarlo?



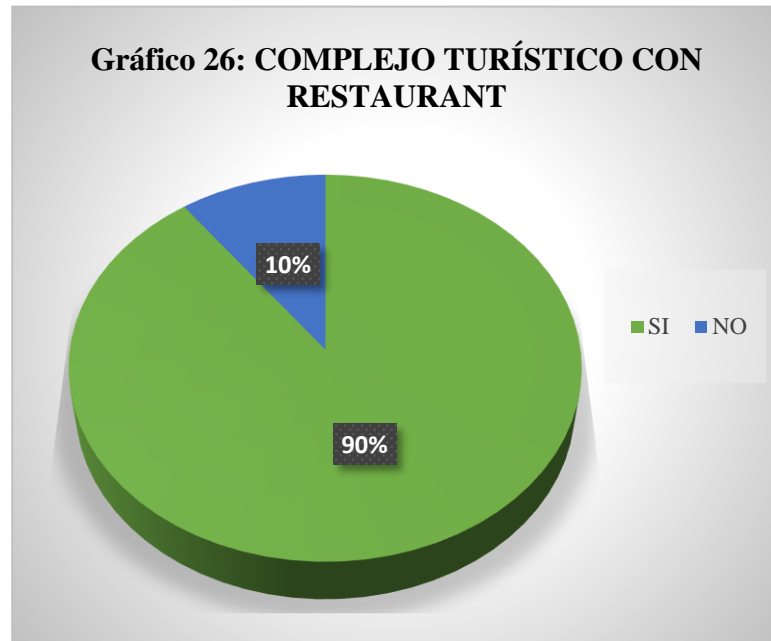
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

En un 90% los turistas se sienten motivados a visitar el complejo turístico si se diera su creación y el 10% no siente deseo de visitarlo (**Ver gráfico# 25**).

Esto cuantifica la predisposición del uso del servicio proyectado que tiene el turista y que encamina a su inversión como repuesta a la falta de servicios recreativos variados para mayor disfrute del turista.

11. ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con un restaurant?



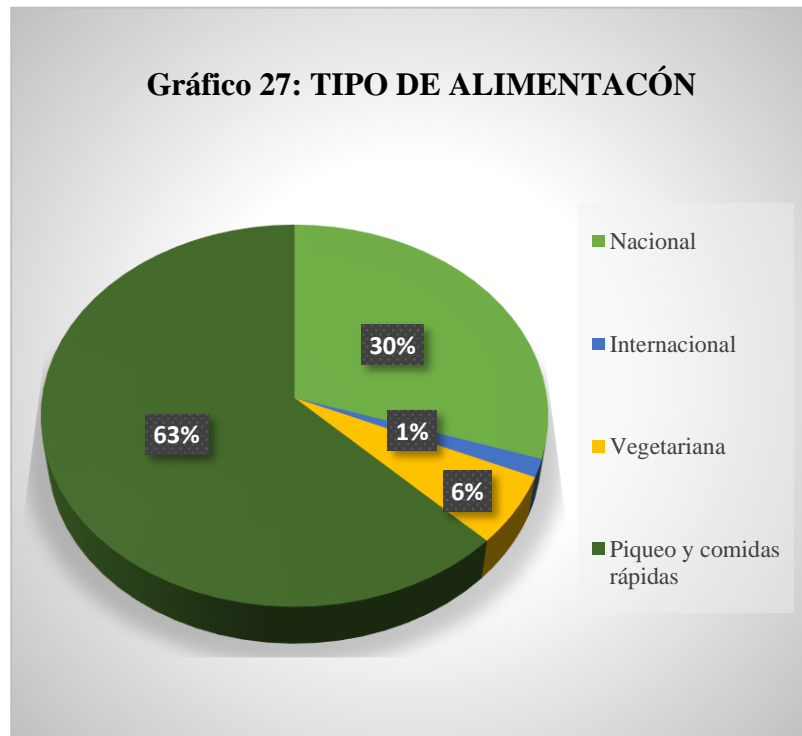
*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

De los turistas que la pregunta anterior contestaron que si se encuentran de acuerdo con la creación del complejo turístico 90% se encuentran de acuerdo en que si se lleva a cabo la ejecución del presente proyecto debe tener un restaurant para complementar su oferta y un 10% de los turistas creen innecesario contar con un restaurant en el complejo. (Ver gráfico# 26)

Sera lo que dará como respaldo a los servicio ofertados del proyecto del por qué y para que se los implementa porque son las preferencias del turista que es de mucha importancia conocer ya que para ellos van dirigidos todos los productos.

12. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría encontrar en el complejo?

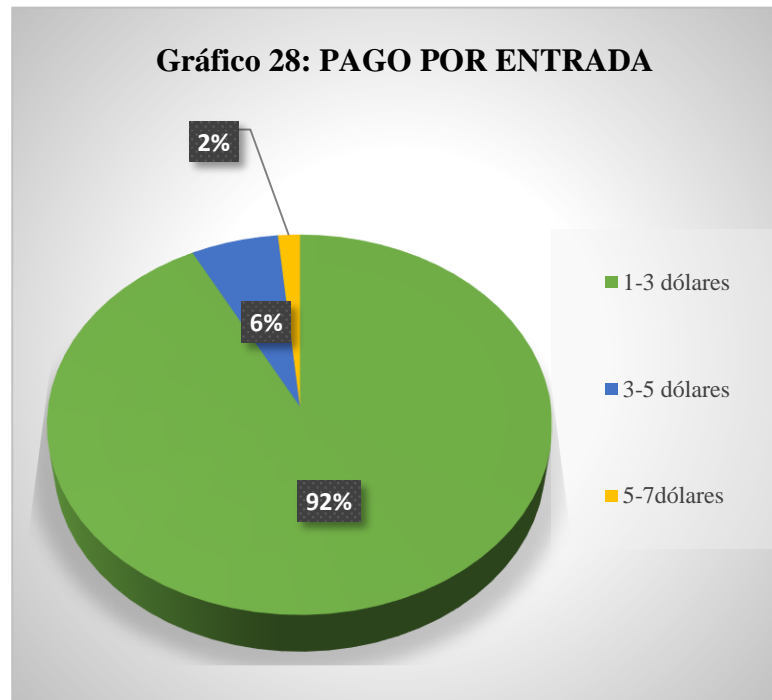


*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

La siguiente pregunta fue contestada únicamente por la muestra que escogió que si le gustaría un restaurant en el complejo turístico de los cuales un 63% creen que los platos que se deberían ofertar en complejo deben ser comidas rápidas y piqueos. (Ver gráfico# 27).

13. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por hacer uso de nuestros servicios (entrada)?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

El 92% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar entre 1 y 3 dólares por la entrada al complejo turístico y 6% está dispuesto a pagar entre de 3 a 5 dólares por la entrada al complejo y un 2% está dispuesto a pagar hasta 7 dólares por la entrada al complejo turístico (**Ver gráfico# 28**)

14. ¿Cuándo visita un complejo turístico cuantas personas lo acompañan?

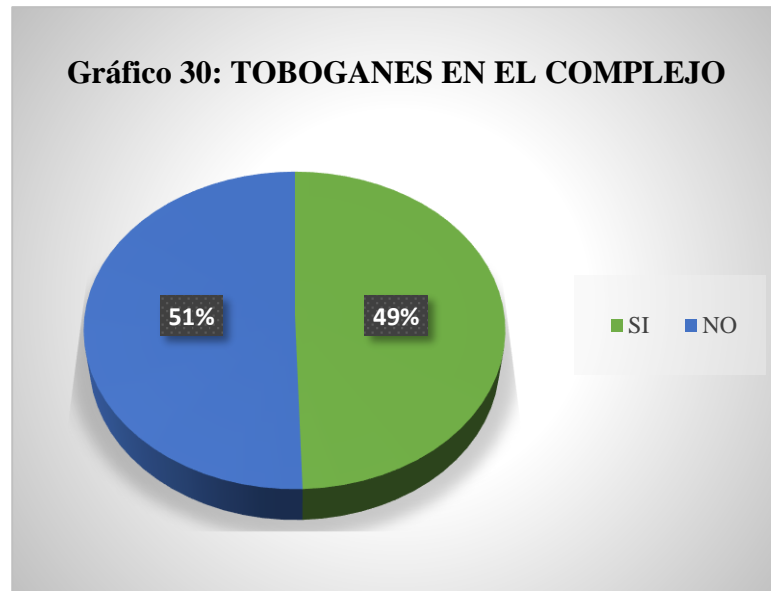


*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

De los turistas encuestados un 81% cuando visitan complejos turísticos van hasta con 5 personas, el 14% va a complejos turísticos hasta con 10 personas y el 5% visita complejos turísticos con grupos grandes de 11 personas en adelante (**Ver gráfico# 29**)

15. ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con toboganes?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

A un 51% de la muestra de turistas encuestados no les gustaría que las piscinas del complejo turístico cuenten con toboganes puesto que prefieren que exista seguridad en el complejo. Y un 49% de los turistas encuestados si desean que el complejo cuente con toboganes (**Ver gráfico# 30**).

Si se diera el caso de la inversión en cuanto al complejo estos porcentajes serán imprescindibles ya que cuanto más realizamos los gustos y preferencias de los turistas, más cercanos estamos a su satisfacción.

16. ¿Qué aspectos considera importantes al visitar un complejo turístico?



*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Chávez Katherine*

Análisis e Interpretación

Los aspectos más relevantes al tomar en cuenta por los turistas al momento de visitar un complejo turístico son los siguientes en cuanto a seguridad un 51% a internet un 5%, a parqueadero un 19% y como aspecto más importante es que el complejo cuente con piscina. (Ver gráfico# 31)

2.7.3. ENTREVISTA APLICADA AL CABILDO DE LA COMUNA MONTAÑITA

Para la elaboración de la presente propuesta se entrevistó al cabildo de la comuna Montañita para conocer si como dirigentes de la comuna se encontraban de acuerdo con la creación de un complejo turístico en la Comuna. Donde se realizó un cuadro explicativo resumiendo las repuestas de cada uno de los integrantes de la directiva de la comuna Montañita a continuación se citó el nombre de los entrevistados.

Entrevistados:

Sr. Javier Gonzales	Presidente de la Comuna Montañita
Sr. Víctor Yagual	Vicepresidente de la Comuna Montañita
Srta. Sara Borbor	Tesorera de la Comuna Montañita
Sr. Byron Solano	Secretario de la Comuna Montañita
Sr. Manuel Clemente	Síndico de la Comuna Montañita

Entrevistador: Katherine Chávez

Cuadro 7: ENTREVISTA LOS DIRECTIVOS DE LA COMUNA MONTAÑITA	
¿Cómo cree que influirá positiva o negativamente la creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita?	Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo que la creación de un complejo turístico tiene una influencia positiva dentro de la comuna puesto a que potenciaría a Montañita como destino ofreciendo una extensa gama de productos y servicios a los turistas que día a día visitan el balneario, por otro lado considera que tiene otro punto positivo puesto a que contribuirá a la unión familiar.
	Para el señor Javier Gonzales con la

<p>¿Cree Ud. Que la creación de un complejo turístico potenciara la economía de la Comuna Montañita?</p>	<p>creación del complejo turístico se crearan nuevas oportunidades de empleo para los habitantes de la comuna lo cual contribuirá a la potenciación de la economía debido a que ya los comuneros de Montañita no tendría que migrar a trabajar a otros lugares como Santa Elena o Guayaquil ya que les sería más ventajoso trabajar en la misma comuna. A lo cual estuvieron de acuerdo los demás directivos con excepción del señor Manuel Clemente quien cree que la creación del complejo turístico sería más bien una oferta poco significativa en comparación a la gama de servicios que son las fuentes de ingresos de la comuna</p>
<p>¿Con la creación de un complejo turístico se diversificara los segmentos de mercados que visitan la comuna?</p>	<p>Los entrevistados consideran que se abriría la puerta a que se dé un turismo familiar lo cual segmentaria varios mercados</p>
<p>¿Qué impactos sociales traería consigo la creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita?</p>	<p>Para el señor Presidente de la comuna Montañita no existirían impactos negativos puesto que la creación del complejo ayudaría a la unión familiar porque al complejo no solo pueden acudir turistas si no también los habitantes de la comuna, a lo cual estuvieron de acuerdo el resto de directivos con excepción de la señorita Sara Borbor quien supo manifestar que con mayor afluencia de extranjeros los jóvenes de la comuna adoptarían modas que no son parte de la cultura propia de la comuna</p>
<p>¿Recomendaría el complejo como</p>	<p>Los entrevistados se encuentran de acuerdo</p>

centro de diversión familiar?

con recomendar el complejo turístico como un centro de diversión familiar no solo para turistas, sino también para los habitantes de la comuna en general.

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Chávez Katherine

2.8. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Utilizamos las siguientes variables:

Hipótesis Nula: representada como H_0 .

Hipótesis Alternativa: representada como H_1

Formula:

$$\begin{cases} H_0 = X \leq \mu \\ H_1 = X > \mu \end{cases}$$

H_0 ► No es necesaria la diversificación de oferta. ► 15% = 52

H_1 ► Si es necesaria la diversificación de oferta. ► 85% = 285

$N=337$

$H_0 = 337 \leq 52$ Se rechaza
 $H_1 = 337 > 285$ No Rechaza

2.9. ANÁLISIS PRUEBA DE HIPÓTESIS

Se puede concluir que la prueba de hipótesis dio como resultado el que si es necesaria la diversificación de la oferta por lo que se procede a plantear la idea para contrarrestar esta acción.

2.10. DISCUSIÓN FINAL

Todo lo ya detallado en cuanto al método que se utilizó para la presente investigación y el aporte de cada uno de los actores principales fuentes para elaborar el estudio de factibilidad.

Las falencias encontradas durante el proceso es el poco conocimiento de los habitantes en realizar un turismo sostenible y sustentable que logre mantenerse para las generaciones futuras, sin embargo tuvieron el conocimiento de concluir que Montañita necesita nuevas ideas y productos innovadores que haga sentir al turista una mejor estadía y a su vez ellos como habitantes tener un lugar de esparcimiento cercano ya que atender al turista se requiere de tiempo y dedicación.

Por otro lado el turista supo aportar que sería un servicio complementario con gran potencial para mantener una demanda estable sin estancamiento de temporada, manteniendo la actividad turística durante todo el año por la variedad de productos y servicios ofertados en el mismo lugar.

Cada una de las pruebas que se empleó, como la de hipótesis ayudo a esclarecer que sería optima la idea de crear un complejo turístico en la comuna Montañita a lo que se da paso a la elaboración del estudio de factibilidad para la previa realización del proyecto.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO

El capítulo presentando a continuación es el desarrollo del estudio de factibilidad sobre el Complejo Turístico que indicara los resultados favorables que dará la realización del proyecto.

3.1. OBJETIVOS

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita, mediante las técnicas investigativas y el análisis de encuestas, para minimizar la falta de diversificación en el mercado turístico.

3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Generar divisas que ayuden a la incrementación de actividad turística.
- ✚ Posicionar el complejo como un producto altamente competitivo.
- ✚ Atraer una demanda selectiva.
- ✚ Desarrollar una oferta turística innovadora.
- ✚ Fomentar el turismo comunitario para la consolidación de un turismo sostenible

3.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Montañita un destino turístico con una gran afluencia de turista a nivel del Ecuador, su amplio reconocimiento de turistas nacionales como internacionales ha hecho que su desarrollo sea progresiva rápidamente.

Sin embargo hay que recalcar que la diversidad de productos turísticos es escasa, por tal razón ha nacido la idea de crear un complejo turístico que aporte con la oferta del mercado ya que en su tendencia es sol, playa y vida nocturna lo que se ofrece actualmente.

Es de mucha importancia su creación, no solo será beneficios para la diversificación de oferta sino a su vez generaría divisas, fomentaría el desarrollo en la actividad económica y abriría fuentes de empleo, daría paso al crecimiento del turismo comunitario.

3.3. ANÁLISIS SITUACIONAL

Montañita es uno de los destinos turísticos más visitados en lo que respecta tiene un flujo turístico creciente que año a año incrementa por lo que cuenta con ciertos recursos y productos turísticos que lo impulsan como destino turístico a nivel nacional.

Siendo así se encuentra en un potencial altamente turístico, pero su diversificación de productos es mínima para su demanda por lo que este mercado turístico necesita de productos y servicios que satisfagan esa gran demanda creciente, este auge de turismo ha hecho que sus habitantes mejoren la calidad de vida e incrementar la economía de esta pequeña comunidad.

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

3.4.1. RESPONSABLE / PROMOTORES

El cabildo de la Comuna Montañita son las entidades principales que se mantendrán al frente de la ejecución del proyecto, los representantes se detallan de la siguiente manera: (Ver cuadro #8)

Cuadro 8: RESPONSABLES	
DESCRIPCION	NOMBRES
Creadora del Proyecto	Katherine Chávez Neira
Presidente de la Comuna	Javier Gonzales
Vicepresidente	Víctor Yagual
Sindico	Manuel Clemente
Tesorero	Sara Borbor
Secretario	Byron Solano

Fuente: Comuna Montañita

Elaborado por: Chávez Katherine

3.5. ESTUDIO DE MERCADO

Para la realización del presente proyecto de factibilidad fue necesaria la realización de un estudio de mercado donde se detallara los puntos citados a continuación:

✚ Producto

✚ Mercado

✚ Demanda

✚ Oferta

✚ Precio

✚ Estrategias de Mercadeo

3.5.1. PRODUCTO

El producto a ofertar será un complejo turístico cuyo nombre será PlaSolÑita el cual ofertara los servicios detallados en el cuadro # 40

Cuadro 9: SERVICIOS PlaSolÑita	
Actividad	Detalle
Piscinas	Servicio principal para el cliente de balneario con capacidad de 2 piscinas, una para adultos otra para niños.
Vestidores y Duchas	Servicio que complementa para que el usuario pueda realizar cambios de prenda de vestir y a su vez haga uso de ducha para la comodidad de su higiene.
Restaurante y Bar	Servicio de alimentos y bebidas donde se ofrecerá comida típica y rápida, bebidas como cocteles cervezas, vino, jugos, etc.
Juegos Recreativos	El área ofrecerá 2 mesas de tenis de mesa, 2 mesa de billar, 2 air hockey, 2 de fútbolín, de uso tanto para adultos como para niños.
Área Recreativa	Se conforma de un parque infantil con un tobogán, 2 columpios, 1 torre con escaleras para los niños y unas mesas y sillas playeras para los adultos.
Cancha Múltiple	Ofrecerá múltiple función para uso de deporte donde se incluirá tenis, basquetbol.
Cancha Sintética	Solo será para prestar el servicio de juego de futbol.
Parqueo	Para aquellos clientes que lleguen con su automóvil se les prestara el servicio de seguridad para parquear su carro.

Fuente Estudio de Mercado

Elaborado por: Chávez Katherine

3.5.2. MERCADO

3.5.2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR A TRAVÉS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE MERCADO

Tomando en cuenta las 5 fuerzas competitivas según Porter se analizara cada una de ellas aplicadas al Complejo PlaSolÑita.

3.5.2.1.1. CLIENTES

Al cliente se le ofrecerá una gama de ofertas de servicio que estarán a disposición de elegir al momento de adquirirlos en el Complejo PlaSolÑita.

Se llegara al cliente de manera rápida por medio de volantes que detallen todos los servicios y precios de cada uno de ellos para mejor comunicación entre la empresa y cliente, por lo tanto la estadística de negociación con el cliente es alta por lo que es muy favorable para la empresa.

3.5.2.1.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA ACTUAL Y POTENCIAL

La competitividad en el sector es muy escasa ya que no se encuentran otros complejos turísticos tan cercanos que podamos identificar como competitividad, por lo que podemos acaparar gran cantidad de clientes potenciales teniendo así un mercado amplio, por lo que se deduce que la competencia actual es muy baja. El ingreso de nuevos competidores pueden afectar considerablemente a la empresa ya sea por los precios bajos en el servicio, nuevos productos innovadores de complejos, limitarían nuestras actividades a cierta escala, en si causaría ciertos impactos a la empresa como bajar gradualmente el flujo de la demanda, sin

embargo la parte administrativa tendría que trabajar en nuevas estrategias y planes para minimizar estos impactos. Debido a que en la Comuna Montañita no existen complejos turísticos el presente proyecto no tendrá una competencia directa, y su competencia indirecta será:

- ✚ Montañita Canopy: un paseo sobre la copa de los árboles vive la nueva aventura está ubicado en el barrio del Tigrillo. Este deporte consiste en pasar de una montaña a otra a través de poleas. Se pueden ejecutar maniobras en el aire como el Superman, la mariposa y el canguro. La opción más económica, la de cuatro líneas, cuesta USD 10. El tour completo (3 640 metros), a través de ocho líneas, cuesta USD20.
- ✚ El parapente, como el vuelo de los pájaros La aventura continúa. Ese es el nombre de la Escuela de Vuelo en Parapente en San Pedro. La dirigen los expertos colombianos Alejandro Vélez y Roger López, residentes en Montañita Funciona en la Ruta del Spondylus. La Prefectura de Santa Elena construyó un mirador.

3.5.2.1.3. PROVEEDORES

Se establecerán convenios con las empresas de bebidas, productos alimenticios y básicos de primera necesidad, establecer lazos empresariales que logran un beneficio mutuo para la mejor producción de ambas, empresas como Familia, Coca-Cola, Avícola Fernández, etc. Al mismo tiempo que estas empresas nos garantice calidad de sus productos y sobre todo estén a disponibilidad de facilitar los insumos para la elaboración de servicios.

3.5.2.1.4. SUSTITUTOS

En el mercado en el cual se implementara el Complejo PlaSolÑita no se encuentran productos sustitutos directos de similar servicios, sin embargo existen

productos sustitutos indirectos como lo son el Montañita Canopy y ciertos hoteles que prestan servicios de piscina, los cuales puedan sustituir de manera indirecta para ciertos gustos y preferencias de la demanda potencial.

3.5.3. DEMANDA

3.5.3.1. NECESIDADES A SATISFACER

Las personas están en una constante necesidad de desplazarse a lugares que le oferten variedad de producto y sobre todo de calidad, la idea de crear un complejo es para satisfacer aquella demanda que precisa de un lugar de esparcimiento donde no solo sea vida nocturna la oferta, aquel segmento familiar que requiere de distracción en grupo integrándose a disfrutar de servicios como piscinas, canchas deportivas tomando en cuenta que no solo se cubriría la necesidad al turismo externo sino también al turismo interno.

3.5.3.2. VALORIZACIÓN DE LA DEMANDA

Cuadro 10: DEMANDA		
DEMANDA SERVICIOS		U/M
Canchas múltiples	840	Horas
Canchas sintéticas	840	Horas
Piscina	25.200	Horas
Juegos recreacionales	21.000	Personas
Comidas típicas	25.200	Personas
Comidas rápidas	84.000	Personas
Bebidas	84.000	Personas

*Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Chávez Katherine*

Para la creación del complejo turístico PlaSolÑita se realizó un estudio de mercado donde permitió obtener resultados para conocer la cantidad y la calidad de los servicios que satisficieran las necesidades de los segmentos de mercado objetivos que conformaran su posible demanda. El estudio de mercado nos dio como resultado que la demanda de servicios estimada en cuanto a horas se proyectara de la siguiente manera. En el cuadro #41 se muestra una proyección de la demanda que tendrá el complejo turístico durante el primer año. Se realizó una proyección a 20 años que es la vida útil del proyecto (**Ver anexo #3**)

3.5.3.3. DEFINICIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS DEL MERCADO

Conocer los segmentos de mercado nos permitirá distinguir en qué segmento de la sociedad es más factible ofertar el complejo PlaSolÑita.

La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor de los servicios turísticos, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo que se desea identificar los segmentos de mercado a se va a dirigir el complejo turístico PlaSolÑita se ha realizado un estudio de mercado donde hemos identificado de la siguiente manera:

- ✚ Estudiando al cliente potencial, clasificándolos en grupos homogéneos con características comunes e identificables.
- ✚ Realizando una diferenciación entre quién puede tomar la decisión de adquirir los servicios del complejo y quién finalmente consume el servicio.
- ✚ Cuáles son los hábitos de consumo de servicios
- ✚Cuál es el poder de negociación que tienen los posibles consumidores.

Basándose en los puntos expuestos anteriormente se ha determinado que el mercado se escogió como segmento principal la demanda insatisfecha la cual se encuentra conformada por:

- ✚ Las familias

- ✚ Adultos mayores

Nos hemos basado en estos segmentos debido a que estos segmentos al visitar la comuna Montañita no encuentran una oferta que satisfaga sus necesidades turísticas permitiéndole la interacción con el entorno. Con la creación de complejo turístico PlaSolÑita la demanda insatisfecha tendrá una nueva gama de servicios que les permitirá disfrutar su estancia en el atractivo.

3.5.4. OFERTA

Basándose en los porcentajes en el consentimiento positiva del estudio investigado en el capítulo anterior tenemos la seguridad de que la oferta será de gran aprobación de parte del consumidor potencial.

Los servicios a ofertarse serán:

- ✚ Canchas múltiples

- ✚ Canchas sintéticas

- ✚ Juegos recreacionales

- ✚ Piscina

✚ Comidas rápidas

✚ Comidas tradicionales

✚ Bebidas

3.5.5. PRECIO

Los precios de los servicios serán los detallados a continuación son en base a los cálculos pertinentes que nos dieron como resultado el valor adecuado y accesible para el turista o consumidor potencial que visitara el complejo turístico PlaSolÑita: (ver cuadro #42)

Cuadro 11: PRECIO Y COSTO	
PRECIO	
Precio Cancha Múltiple	\$ 15,00
Precio Cancha Sintética	\$ 20,00
Precio Piscina	\$ 3,00
Precio Juegos Recreacionales	\$ 5,00
Precio Comidas Típicas	\$ 7,00
Precio Comidas Rápidas	\$ 3,50
Precio Bebidas	\$ 1,12
COSTOS	
Costo Cancha Múltiple	\$ 6,00
Costo Cancha Sintética	\$ 8,00
Costo Piscina	\$ 1,20
Costo Juegos Recreacionales	\$ 3,00
Costo Comidas Típicas	\$ 4,20
Costo Comidas Rápidas	\$ 2,10
Costo Bebidas	\$ 0,67

*Fuente Estudio de mercado
Elaborado por: Chávez Katherine*

Tenemos que el complejo turístico PlaSolÑita tendrá una utilidad del 60% y que su el costo de producción será de un 40% del total de su precio.

3.5.6. ESTRATEGIA DE MERCADEO

Las estrategias de mercadeo se redactaron según Marketing Mix, sobre las cuatro P de Precio, Producto, Promoción y Plaza.

- ✚ Alianza estrategias con empresas que complementen el servicio.
- ✚ Promoción y publicidad a través de revistas, tv, radio, redes sociales, etc. Que comercialicen los servicios que se ofertan.
- ✚ Ofrecer precios que sean accesibles a los clientes potenciales.
- ✚ Participar en ferias turísticas que ayuden a interactuar con diferentes actividades para las relaciones públicas.
- ✚ Crear fidelidad en el cliente a través de promociones de los servicios.
- ✚ Realizar eventos para incentivar al consumo de los servicios.
- ✚ Obsequiar presentes a los clientes que guarden fidelidad al servicio.
- ✚ Buscar alianzas con operadoras que ofrezcan los servicios que se brindaran.

3.5.6.1. SLOGAN Y LOGOTIPO

3.5.6.1.1. SLOGAN

“Tu Diversión Familiar”

3.5.6.1.2. LOGOTIPO

Gráfico 32: LOGOTIPO



Elaborado por: Chávez K.

El logotipo hace referencia a tres elementos.

1. El logotipo hace referencia al lugar en este caso la Comuna Montañita por ese motivo las tres montañas.
2. La ola hace referencia a la playa y al complejo turístico.
3. El Nombre

- ✚ **Pla:** playa
- ✚ **Sol:** sol
- ✚ **Ñita:** Montañita

3.6. ESTUDIO TECNICO

Determinar cada uno de los elementos que formaran parte del Complejo turístico PlaSolÑita, mediante la aplicación de un estudio técnico que determine ordenadamente presupuestos, planos, etc.

Para facilitar el estudio del mismo.

3.6.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

El complejo contara con las siguientes dimensiones (**ver cuadro #44**)

Cuadro 12: PLANTA		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Área administrativa	m2	200
Parqueadero	m2	200
Restaurante	m2	600
Piscina	m2	250
Cancha sintética	m2	700
Cancha múltiple	m2	500
Área recreativa	m2	150
TOTAL	m2	2600

*Fuente: Investigación Primaria
Elaborado por: Chávez Katherine*

Como se puede observar en la tabla #38 el complejo turístico tendrá una dimensión de 2600 metros cuadrados.

3.6.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Se detallará como se encontrara distribuido los servicios que prestara el complejo turístico. (**Ver gráfico # 32**).

El plano detalla cada uno de los servicios que ofertara el Complejo PlaSolÑita, con su respectiva ubicación con una distribución de los espacios y las áreas para mejor disposición del uso de los clientes.

Gráfico 33: PLANO



Elaborado por: Chávez Katherine

3.6.3. DISPONIBILIDAD DE MATERIALES E INSTALACIONES

Cuadro 13: PRESUPUESTO					
PRESUPUESTO GENERAL CONSTRUCCION DEL COMPLEJO TURISTICO					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO U.	SUB TOTAL
1	Construcción piscina	U	1	\$53.852,79	\$53.852,79
2	Construcción cancha de fulbito	U	1	\$4.685,40	\$4.685,40
3	Construcción cancha múltiple	U	1	\$14.685,00	\$14.685,00
4	Construcción adoquinado peatonal	U	1	\$15.900,00	\$15.900,00
5	Construcción restaurant	U	1	\$47.385,46	\$47.385,46
TOTAL CONSTRUCCIÓN COMPLEJO					\$ 136.508,65

Elaborado por: Chávez Katherine

Como puede observar en la tabla # 45 se detallan los recursos requeridos para la creación del complejo turístico, los presupuesto de cada uno de los recursos se detallaran en el (ver anexo #4 Presupuestos)

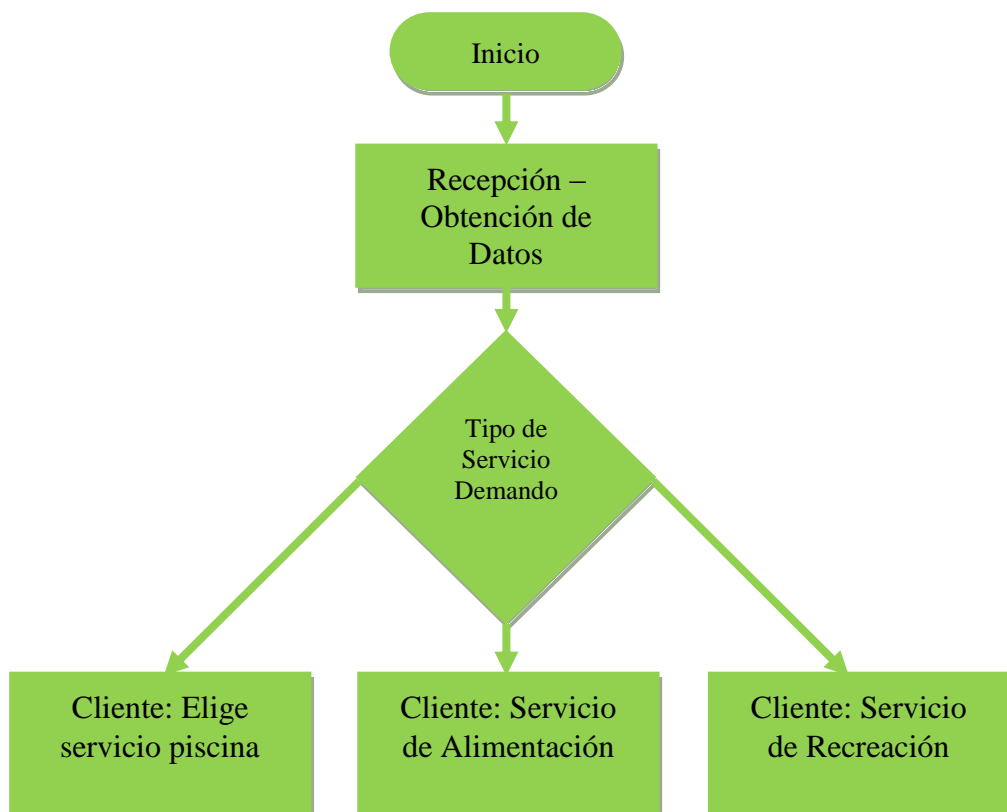
3.6.4. PROCESO PRODUCTIVO

En el proceso productivo nos permitir dar la atención adecuada a los clientes y de forma organizada, demostrando loas etapas por las cuales atraviesa el servicio.

3.6.4.1. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

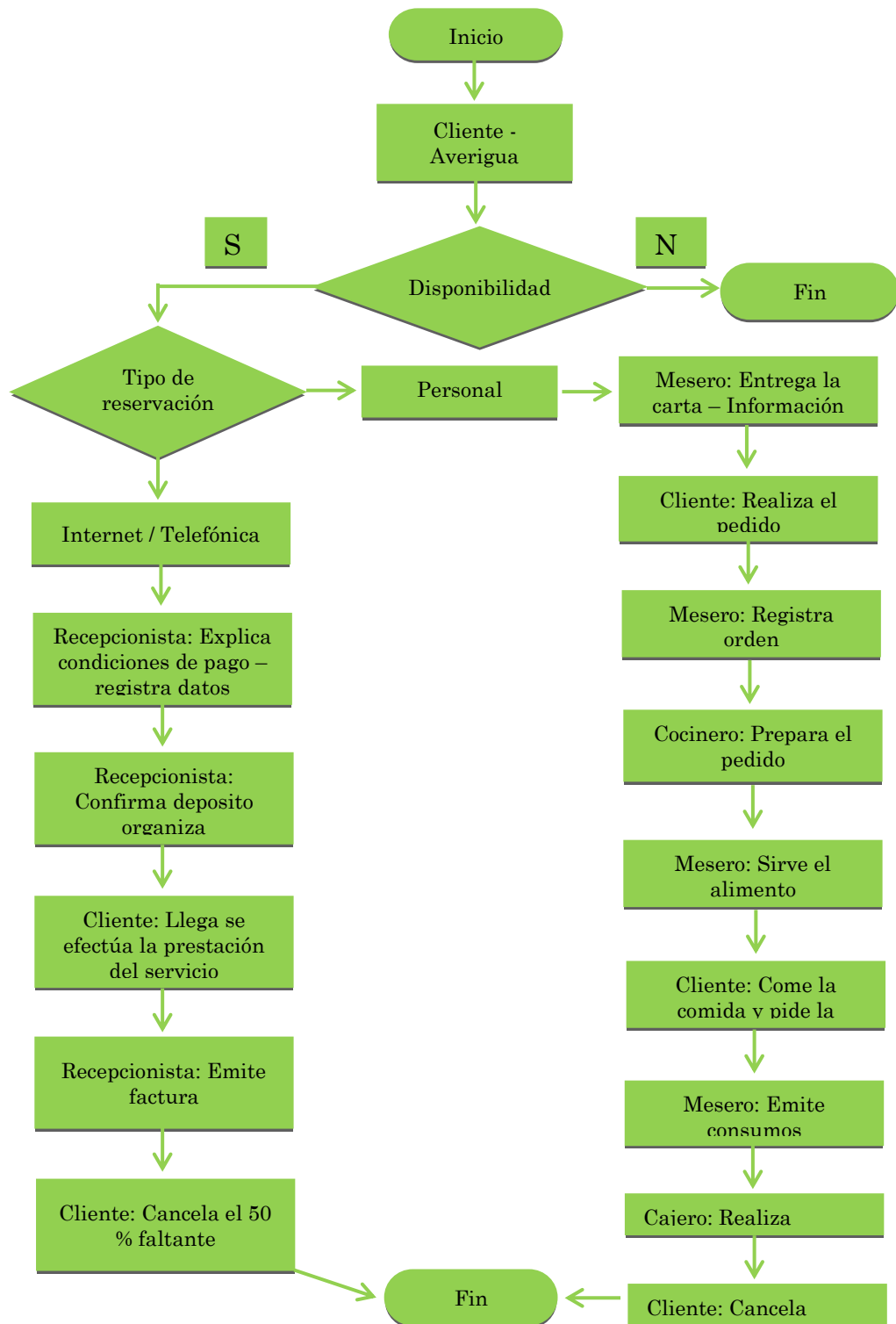
🚦 Selección del Servicio

Gráfico 34: SELECCIÓN DE SERVICIO



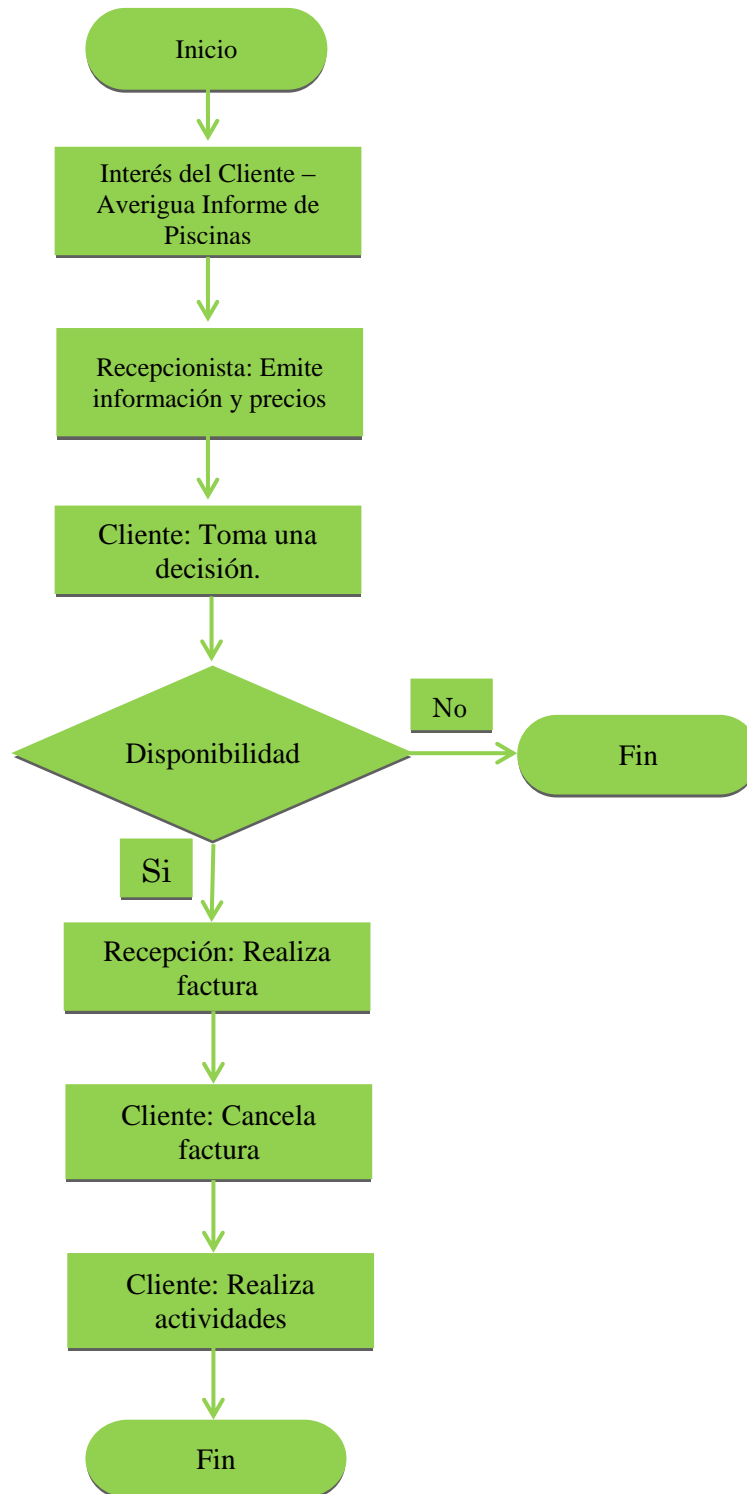
Elaborado por: Chávez Katherine

Gráfico 35: Servicio de Restaurante



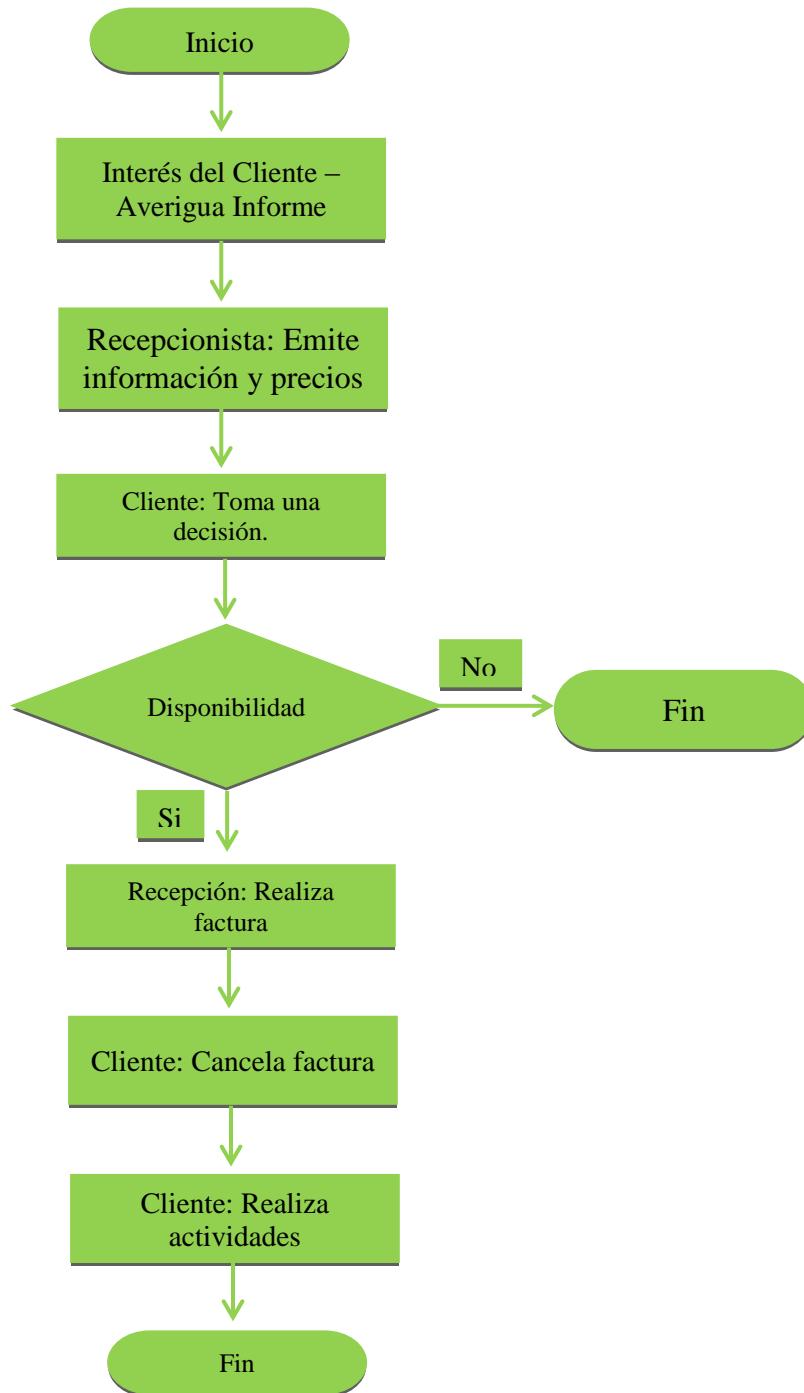
Elaborado por: Chávez Katherine

Gráfico 36: Servicio de Piscina



Elaborado por: Chávez Katherine

Gráfico 37: Servicio Recreación



Elaborado por: Chávez Katherine

3.6.5. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

3.6.5.1. MACROLOCALIZACIÓN

Gráfico 38: Macro localización



Fuente: Euroditos Wiki

3.6.5.2. MICROLOCALIZACIÓN

Gráfico 39: Micro localización



Fuente: Comuna Montañita

3.6.5.3. UBICACIÓN

El establecimiento será construido en la comuna Montañita en el lugar del parqueadero de la misma comunidad que se encuentra ubicado en la Av. Guido Chiriboga y la carretera de la Ruta Spondylus. (Ver gráfico # 39)

Gráfico 40: Ubicación

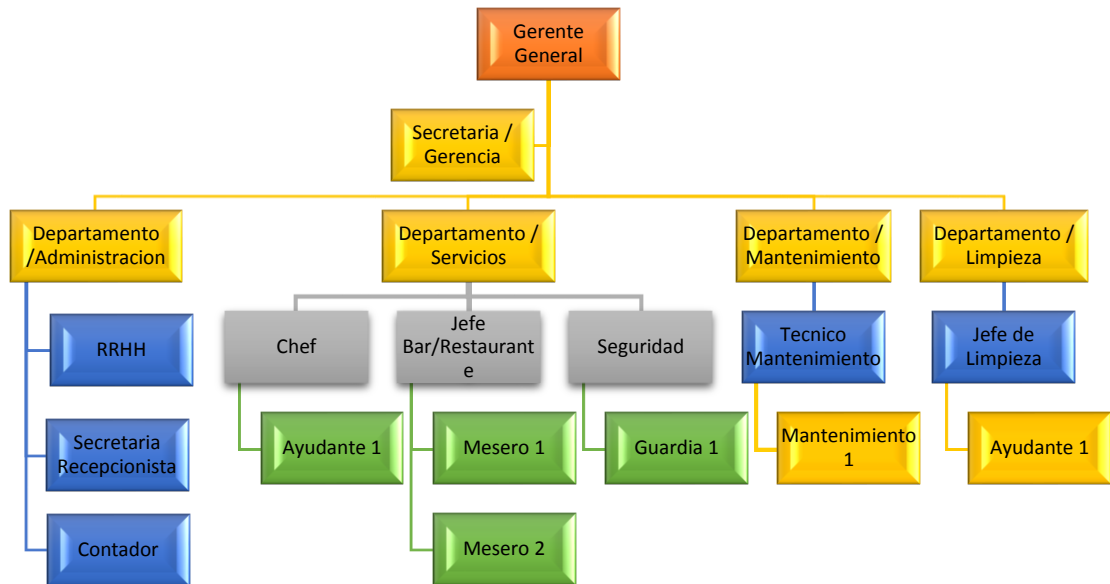


*Fuente: Comuna Montañita
Elaborado por: Chávez Katherine*

3.6.6. ORGANIZACIÓN

El complejo turístico contara con una estructura jerárquica, ya que es la más recomendada para ejecutar una organización responsable y adecuada para entorno de ambiente de trabajo

3.6.6.1. ORGANIGRAMA



3.6.6.2. RECURSOS HUMANOS

En lo que corresponde a los recursos humanos complejo turístico PlaSolÑita. Contará con los siguientes puestos de trabajo:

- ✚ Gerente general
- ✚ Secretaria recepcionista
- ✚ Jefe de RRHH
- ✚ Contador
- ✚ Chef
- ✚ Ayudante de cocina
- ✚ Mesero
- ✚ Guardia
- ✚ Técnico de mantenimiento
- ✚ Jefe de limpieza
- ✚ Jardinero

El Rol de pagos más sueldos y beneficios con los cuales contarán los empleados del complejo turístico PlaSolÑita se detallarán en el **anexo #5**

3.6.6.3. MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL

Las funciones a desempeñar por el personal ya mencionado serán.

GERENTE FUNCIONES:

- ✚ Representar a la organización tanto en lo legal como en lo administrativo.

- ✚ Establecer todos los mecanismos de funcionamiento administrativo y de recursos humanos necesarios para que las unidades técnicas reciban todo el apoyo y soporte de servicios logísticos que necesiten.

- ✚ Responsabilizarse de las tareas administrativas y logísticas de la microempresa.

- ✚ Desarrollar, conjuntamente con los colaboradores, un plan estratégico y velar para cumplirlo.

- ✚ Formular las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento del complejo

- ✚ Ejercer un efectivo control administrativo y financiero de los recursos de la Dirección Administrativa.

- ✚ Coordinar, supervisar, monitorear todos los procesos operativos; cocina, restaurant, área recreativa, piscina, canchas.

- ✚ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

SECRETARIA- RECEPCIONISTA FUNCIONES

- ✚ Recibir visitas y arreglar entrevistas con habilidad.
- ✚ Causar buena impresión de la compañía a favor de las relaciones públicas.
- ✚ Saber distinguir entre las personas que visitan la compañía
- ✚ Ser cómplice de todas las transacciones particulares tanto del jefe como de la compañía.

CONTADOR FUNCIONES:

- ✚ Llevar a cabo el registro de todas las operaciones contables en el complejo
- ✚ Elaborar semestralmente los Estados Financieros e informes especiales que le sean solicitados.
- ✚ Velar porque los libros de contabilidad se mantengan al día.
- ✚ Dirigir el inventario del Activos cada seis meses.
- ✚ Mantener registro actualizado de la disponibilidad de fondos en las cuentas de la Microempresa.
- ✚ Registrar las Cuentas por Pagar.

- ✚ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este

- ✚ Documento

CHEF FUNCIONES:

- ✚ Coordinar con el departamento de comercialización lo necesario para la producción de servicios.

- ✚ Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.

- ✚ Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.

- ✚ Dirigir estudios de reorganización administrativa para mantener actualizados los sistemas y procesos, según las necesidades de la microempresa.

- ✚ Manejar correctamente al personal de cocina

AYUDANTE DE COCINA FUNCIONES:

- ✚ Colaborar con el jefe de cocina en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo

- ✚ Ayudar al chef a desarrollar los menús que crea necesario para el restaurant.

MESERA- CAJERA FUNCIONES:

- ✚ Recibir los pedidos en el restaurante
- ✚ Cobrar por los servicios entregados, tanto del restaurante, hospedaje y de la piscina
- ✚ Ayudar en el buen funcionamiento del restaurante
- ✚ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.
- ✚ Mantener limpias las mesas y ubicar de manera que se proyecte una buena imagen y ambiente agradable al cliente.
- ✚ Cuidar de del aseo integral del local.
- ✚ Ubicar los letreros con el menú del día.
- ✚ Receptar los pedidos para la cocina

JARDINERO FUNCIONES:

- ✚ Cuidado de todos los espacios verdes de la hostería
- ✚ Mantenimiento de piscina

- ✚ Programar limpieza de las áreas verdes del Complejo
- ✚ Realizar presupuestos para mantenimiento de las áreas verdes
- ✚ Coordinar equipos de trabajo con el jefe inmediato superior
- ✚ Reportar cualquier anomalía dentro y fuera de las instalaciones

GUARDIA FUNCIONES:

- ✚ Proteger a las personas como a la propiedad y toda clase de bienes
- ✚ Evitar en lo posible que sucedan siniestros y accidentes en general
- ✚ Poner en conocimiento del administrador o jefe superior de cualquier incidente o hecho delictivo o atentatorio.
- ✚ Velar por el funcionamiento de las actividades tanto de los clientes como del personal que labora en las instalaciones.

TÉCNICO DE LIMPIEZA FUNCIONES:

- ✚ Mantenimiento apto de las habitaciones
- ✚ Responsable del buen uso de los equipos de la empresa
- ✚ Promover los servicios y facilidades de la hostería
- ✚ Lavado de todos los artículos de habitaciones como alfombras y lencería

✚ Calendario de servicios

✚ Presupuesto de operaciones

Coordinación de equipos de trabajo para mantenimiento del área de hospedaje

3.6.6.4. HERRAMIENTA FODA

La herramienta FODA nos permitirá conocer la situación de nuestro entorno las oportunidades que tenemos, las fortalezas como también las debilidades y amenaza, analizando las características de la empresa y el medio en la que se la quiere introducir.

Es por eso de vital importancia adecuar y tener muy presente esta herramienta a medida que se realicen cambios de mercado o de producción como también estas nos ayudara a reducir todo impacto negativo que se vaya teniendo a medida que vaya avanzando el proyecto.

En el cuadro # 43 se determinará lo siguiente:

✚ Fortalezas

✚ Oportunidades

✚ Debilidades

✚ Amenazas

Cuadro 14: FODA	
Fortalezas (Internas)	Debilidades (Internas)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación de Servicios en el mercado turístico. ✓ Ubicación estratégica de la empresa. ✓ Tecnología pertinente para la comodidad del cliente. ✓ Óptima calidad en el proceso del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal no capacitado. ✓ Financiamiento del proyecto (deuda). ✓ Administración inadecuada. ✓ Mal manejo de recursos.
Oportunidades (Externa)	Amenazas (Externa)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento como un producto turístico. ✓ Alianzas estratégicas con Tour Operadoras, Agencias Viajes, etc. ✓ Posicionamiento del complejo en el mercado local y a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia potencial de servicios similares. ✓ Cambios de reglamentos de gobernanza. ✓ Creación de productos innovadores. ✓ Contaminación por la deficiencia de servicios básicos

*Fuente Investigación primaria
Elaborado por: Chávez Katherine*

3.6.7. INSUMOS Y GASTOS

El complejo turístico para dar inicio a sus actividades económicas y turísticas necesita de algunos insumos y gastos (**ver anexo #5**) los mismos que serán utilizados en la prestación de los servicios, que se ofertaran, el costo de dichos materiales se dividen de la siguiente manera: (**ver anexo #6**)

- ✚ Insumos para el servicio de piscina tendrá un costo anual de \$107,36.

- ✚ Insumos para servicio restaurante con un costo anual de \$ 755,15.
- ✚ Insumos para el servicio del área recreativa con un costo anual de \$430,10.
- ✚ Insumos generales de cocina tendrá un costo estimado anual de \$ 863,13.
- ✚ Insumos generales de limpieza con un costo estimado anual de \$ 1.141, 10.
- ✚ Menaje departamento de servicios con un costo anual estimado de \$ 6.180,20.
- ✚ Menaje aseo y limpieza del complejo con un costo anual de \$ 1.113,64.
- ✚ Requerimientos de plantas y arbóreas con un costo total de \$ 140,80.
- ✚ El complejo estima que durante sus actividades anuales tendrá un gasto de \$ 2.706,00 en lo que se refiere a servicios básicos.

Se estima que el gasto publicidad durante el año será de \$ 900

3.6.8. ASPECTO LEGAL

Registro único de turismo

- ✚ Este pago se realizará una sola vez
- ✚ Solicitud dirigida al ministerio de turismo (director)
- ✚ Constitución legal de la empresa

✚ Representación legal de la entidad

✚ Acta de Constitución

Licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos

✚ Solicitud dirigida al señor Alcalde del Cantón

✚ Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo

✚ Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

✚ La patente municipal

✚ Copia certificada del RUC

✚ Certificado del Cuerpo de Bomberos

✚ Formulario actualizado de la planta turística

✚ Lista de precios del establecimiento turístico

Copia de La Escritura o Contrato de Arrendamiento del local

COMPAÑÍAS LIMITADAS, ANÓNIMAS Y MIXTAS

✚ Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Super de Compañías, se aprueba un nombre.

- ✚ Luego se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Súper de Compañías.
- ✚ Una vez aprobada la minuta, se hace apertura la cuenta de integración en el Banco de Loja llevando: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.
- ✚ Una vez hecha la apresuración de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública.
- ✚ Luego de elevar la minuta a escritura pública, se lleva a la Super de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente (10 x 15 cm).
- ✚ La Súper entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.
- ✚ Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Súper.
- ✚ Se llama al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

Se lleva a la súper toda la documentación con formulario 01^a, 01B, para que conceda el SRI el para funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado) – (1 día), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de

votación, escritura certificada, resolución de la Súper y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono).

Luego una vez que el SRI entrega el Ruc, se saca una copia y se lleva a la Súper de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia de su nombramiento, copia de su cédula y la carta de la Súper para el Banco.

Inscripción del RUC

- ✚ Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía.
- ✚ Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- ✚ Original y copia del nombramiento del representante legal.
- ✚ Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- ✚ Planilla anual de pago de servicios.

Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

3.7. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación se mostrara un estudio financiero detallado donde se mostraran todas las inversiones a realizarse para que la creación del presente proyecto sea factible

3.7.1. PLAN DE INVERSIONES

3.7.1.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

El complejo turístico PlaSolÑita contara con los siguientes activos fijos (**ver cuadro #46**)

Cuadro 15: ACTIVOS FIJOS	
Terreno	\$100.000,00
Planta	\$136.598,65
Equipo de oficina	\$8.900,00
Equipo de Computo	\$12.990,00
Maquinaria y Equipo	\$14.914,90
Muebles y Enseres	\$19.397,40
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 292.800,95

Elaborado por: Chávez Katherine

TERRENO: El complejo turístico PlaSolÑita contara con un terreno con una dimensión de 3000 metros cuadrados, terreno es la única cuenta de activos fijos que no se deprecia con el transcurso de los años, más bien su valor aumenta con el paso de los años (plusvalía) con un valor de \$ 100. 000, 00

PLANTA: La planta del complejo turístico tendrá un valor de \$ 136.598,65.

La vida útil de la planta del complejo turístico es de 10 años y el valor de rescate de planta será de un 10% según los reglamentos internos del complejo.

EQUIPO DE OFICINA: Esta cuenta formara parte de los activos fijos tangibles del complejo con un valor de \$ 8.900,00 tendrá una vida útil de 5 años y su valor de rescate será de un 10%.

Dentro de esta cuenta encontraremos implementos como resmas de papel, lapiceros, carpetas, etc. Que son necesarios para las actividades operacionales del complejo

EQUIPO DE COMPUTACIÓN: Forma parte de los activos fijos depreciables del complejo, cuenta con una vida útil de 3 años y su valor de rescate será de un 10%. El valor de la cuenta equipo de computación será de \$ 12.990,00.

Dentro de esta cuenta se detallaran los requerimientos de cada uno de los departamentos del complejo

MAQUINARIA Y EQUIPO: La cuenta maquinaria y equipo detallara los bienes que serán utilizados para el funcionamiento del complejo turístico como por ejemplo: Mesa de pin pon, billar, futbolín, etc.

Es una cuenta que tiene un valor de \$ 14.914,90, con una vida útil de 5 años con un valor de rescate del 10%

MUEBLES Y ENSERES: La cuenta muebles y enseres tendrá un valor de \$ 19.397,40 en esta cuenta se detallaran bienes tales como sillas, mesas, escritorios, etc. Esta cuenta se deprecia a 5 años con un valor de rescate de un 10% anual.

El detalle de cada uno de los activos de encuentran en el anexo # 6

3.7.1.2. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo del complejo turístico PlaSolÑita se encuentra compuesto por todos los recursos que necesita la empresa para iniciar sus actividades turísticas como se puede observar la tabla #40.

El capital de trabajo del complejo será de \$ 2.500,00.

Cuadro 16: CAPITAL DE TRABAJO			
ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	\$ 128.234,15	\$ 1,00	\$ 356,21
Pasivo circulante (Pc)			<u>\$ 356,21</u>
Materiales (m)	\$ 128.234,15	\$ 1,00	\$ 356,21
Productos en fabricación (f)	\$ -	\$ 2,00	\$ -
Productos terminados (v)	\$ -	\$ 4,00	\$ -
Clientes (c)	\$ 774.480,00	\$ 1,00	\$ 2.151,33
Activo circulante (Ac)			<u>\$ 2.507,54</u>

AC	\$ 2.507,54
GARANTIA	\$ 35,62
PC	\$ 356,21
FM CTPREVISTO	\$ 2.186,95
	\$ 2.500,00

3.7.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para la creación de complejo turístico el 75% del valor de la inversión será de \$ 371.408,21, capital que será financiado a 20 años tiempo de vida útil de la inversión, durante los años de duración del proyecto los intereses serán los siguientes: El interés será del 12% anual basándose en el plan desarrollo nacional, el préstamo será otorgado por la CFN. El oro 25% será aportado por los socios del complejo turístico PlaSolÑita en este caso los integrantes del cabildo comunal (ver anexo #6)

3.7.3. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Para la ejecución del Complejo PlaSolÑita se tomó en cuenta dos años para realizar actividades.

Cuadro 17 : CRONOGRAMA																								
Actividad	Año 1												Año 2											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estudio Definitivo De Factibilidad	█																							
Gestión De Financiamiento		█	█	█																				
Investigación Básica De La Planta					█	█	█																	
Construcción De La Planta								█	█	█	█	█												
Equipamiento De La Planta																	█	█	█					
Contratación De Personal																				█	█	█		
Capacitación																						█	█	
Inauguración De Complejo																								█

Elaborado por: Chávez Katherine

3.7.4. COSTO DE OPERACIÓN

Para conocer el costo de producción del complejo turístico PlaSolÑita detallaremos el valor que cuesta brindar los servicios que se prestaran.

- ✚ La cancha múltiple tiene un costo de producción de\$ 6
- ✚ La cancha sintética tiene un costo de producción de\$ 8
- ✚ La piscina tiene un costo de producción \$ 1,20
- ✚ Los juegos recreacionales tienen un costo de 2
- ✚ Las comidas típicas con un costo de \$ 2,80
- ✚ Las comidas rápidas con un costo de \$ 1,40

✚ Y las bebidas con un costo de producción del servicio de \$ 0,45

✚ El costo de producción será del 40% del total de precio

3.7.5. INGRESOS

De acuerdo al estado de resultado durante el primer año tendremos ingresos por \$ 774.480,00 este valor se lo obtuvo de la multiplicación del precio de los servicios ofertados por la inflación del 5%, por la proyección de la demanda en el desarrollo de la presente propuesta se detalló en anexos el total de ingresos durante la vida útil de la inversión

Los precios de los servicios ofertados son:

✚ La cancha múltiple	\$ 15
✚ La cancha sintética	\$20
✚ La piscina	\$ 3
✚ Los juegos	\$ 5
✚ Las comidas típicas	\$ 7
✚ Las comidas rápidas	\$3,5
✚ Y las bebidas	\$ 1,12

3.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En la evaluación financiera se conocerá si el proyecto es factible, una proyección de ventas y se realizara una proyección que determinara en cuantos años se recuperara la inversión.

3.8.1. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

3.8.1.1. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

En el estado de resultados se mostraran la utilidad Proyectada que el complejo PlaSolÑita tendrá durante su vida útil que es de 20 años. En este estado financiero se mostraran los resultados de cada una de las operaciones que se realizaran durante cada año. Durante el primer año tenemos que el complejo tendrá una utilidad neta de \$ 123.372,42 y en el último año tendrá una utilidad de \$796.783,45 donde tenemos que las utilidades van a ir creciendo con el transcurso de los años. El estado de resultados se obtuvo de los ingresos menos los costos fijos que serían los gastos administrativos, gasto de venta, gasto financiero y sueldos y salarios, más los costos variables que se encuentran los costos de producción de servicios y las depreciaciones, el resultado es la utilidad bruta menos los impuestos y participación trabajadores. (Ver anexo #8)

3.8.1.2. BALANCE INICIAL

El balance inicial del Complejo PlaSolÑita al momento de iniciar sus actividades económicas, fue elaborado con la finalidad de detallar en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones. (Ver cuadro # 49)

Cuadro 18: BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVO	
Efectivo	\$ 2.500,00	Préstamo Bancario	\$ 371.408,21
ACTIVOS FIJOS		CAPITAL	\$ 802,74
Terreno	\$ 300.000,00		
Infraestructura	\$ 136.508,65		
Equipo de oficina	\$ 8.900,00		
Equipo de Computo	\$ 12.990,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 14.914,90		
Muebles y Enseres	\$ 19.397,40		
TOTAL ACTIVOS	\$ 495.210,95	TOTAL PASIVO CAPITAL	\$ 495.210,95

Fuente Estudios Financiero

Elaborado por: Chávez Katherine

3.8.1.3. BALANCE GENERAL

El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. Los activos del complejo PlaSolÑita se encuentran conformados por activos circulantes que será el efectivo con el cual cuenta el complejo (capital de trabajo + flujo de efectivo). También se encuentra conformado por los activos fijos que poseerá el complejo turístico.

En el pasivo se distingue entre recursos propios, pasivo a largo plazo que para el complejo sería el préstamo bancario. Y el capital expresado por el aporte de los socios más la utilidad neta de cada año

En este estado contable que reflejara la situación financiera del complejo turístico PlaSolÑita, permitiendo efectuar un análisis comparativo del mismo, incluye el activo, el pasivo y el capital contable. **(Ver anexo #9)**

3.8.1.4. FLUJO DE CAJA (CORRIENTE DE LIQUIDEZ)

El flujo de caja para Complejo turístico PlaSolÑita durante la vida útil del mismo estará compuesto por el total de ingresos menos los gastos de operación con excepción de impuestos y participación trabajadores proyectándonos a los 20 años que tiene de vida útil el proyecto. El flujo de caja mostrará el movimiento tanto de ingresos como de egresos al igual que la disponibilidad de fondos del complejo PlaSolÑita para conocer su **#10)**

3.8.2. INDICADORES DE RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN

3.8.2.1. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR es efectiva cuando se utiliza como una herramienta para comparar y analizar varias propuestas de inversión.

La creación del Complejo Turístico PlaSolÑita es altamente factible debido a que su TIR es de 55%, encontrándose dentro de los rangos establecidos para las empresas dedicadas a actividades turísticas.

3.8.2.2. VALOR PRESENTE NETO.

En el caso del complejo PlaSolÑita tenemos un VAN de \$ 1.659.969,63 lo que nos quiere decir que la inversión para la creación del complejo turístico PlaSolÑita es altamente factible.

3.8.2.3. PERÍODO DE RETORNO DE LA INVERSIÓN

Para determinar el período de retorno de la inversión, se debe calcular los flujos de caja netos acumulados.

La vida útil del Complejo turístico será de 20 años debido a que Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días de esta manera tenemos que el capital invertido será de 431.852.74 capital que se tiene proyectado recuperar en el cuarto año puesto que la acumulación de los flujos de efectivo para ese año ascenderá a \$ 450.650,00

3.8.2.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cuadro 19: ESCENARIOS			
FACTORES	OPTIMISTA	PROBALE	NEGATIVO
Servicios			
Precio	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 6,00
Costo	\$ 9,00	\$ 6,00	\$ 1,80
Demanda	\$ 4.000	\$ 2.400,00	\$ 700,00

Elaborado por: Chávez Katherine

ESCENARIO OPTIMISTA

- VAN \$ 632.483,
- TIR 80%
- PRI **Aceptar proyecto**

El TIR en un escenario positivo es del 80%, lo cual no resulta creíble por lo que no se encuentra dentro de los rangos de proyectos de inversión turística por ser un escenario optimista.

ESCENARIO PROBABLE

- VAN \$ 134.610,
- TIR 32%
- PRI **Aceptar proyecto**

En este caso el TIR se encuentra dentro de los rangos normales de proyectos de inversión turísticos

ESCENARIO NEGATIVO

- VAN (1.704,99)
- TIR 0
- PRI **Rechazar proyecto**

No es factible

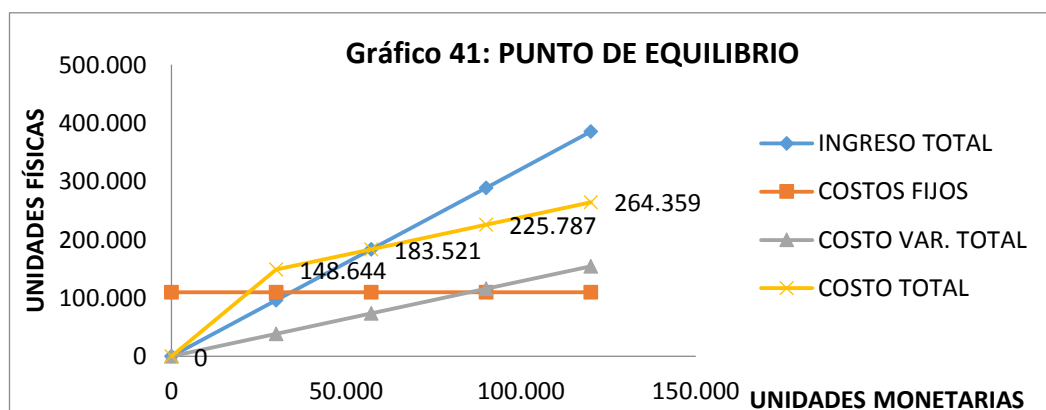
3.8.2.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para alcanzar el punto de equilibrio el complejo Turístico PlaSolÑita deberá:

- ✚ Alquilar el 5% anual sus canchas múltiples las cuales tienen precio de \$ 15, su costo es de \$ 6 y su contribución marginal es de \$ 9,00

- ✚ Alquilar el 5% anual sus canchas sintéticas las cuales tienen un precio de 20, un costo de 8 y su contribución marginal es de \$ 12,00.
- ✚ Alquilar la piscina un 35% anual la cual tiene un valor de \$ 3,00, su costo es de \$ 1,20 y su contribución marginal \$ 1,80
- ✚ Alquilar los juegos recreacionales un 20% anual las cual tienen un precio de \$ 5,00 cuyo costo es de \$ 2,00 y su contribución marginal \$ 3,00.
- ✚ Vender el 10% anual de la producción de comidas típicas cuyo precio es de \$ 7,00, teniendo un costo de 2,80 y un margen de contribución \$ 4,20
- ✚ Vender Comidas rápidas en un 15% anual cuyo costo es de \$ 3,50, siendo su costo de \$ 1,40 y su contribución marginal es \$ 2,20
- ✚ Vender el 10% anual de bebidas del cual su precio de venta es de 1,12 teniendo un costo de \$ 0,43 y un Margen de contribución de \$ 0,67

El estudio de mercado aplicado a determinado que el 40% representa al costo y el \$60% a la contribución marginal (**Ver anexo #11**)



Elaborado por: *Chávez Katherine*

3.8.3. COEFICIENTE DE RENTABILIDAD NACIONAL

3.8.3.1. VALOR AGREGADO

El valor agregado del complejo PlaSolÑita se basará en promociones y descuentos. También beneficiará al desarrollo socio- económico de la comuna, al ubicarse a la salida del pueblo beneficiará directamente a los habitantes de la avenida Guido Chiriboga ya que ellos podrán implementar nuevas ideas de negocios que sirvan como complemento a lo que ofertará el complejo.

3.8.3.2. GENERACIÓN DE EMPLEOS


Con la implementación del proyecto de factibilidad “Creación de un Complejo Turístico en la comuna Montañita” se crearán fuentes de y empleos tanto directos como indirectos.


Empleos directos: Serán para los empleados del complejo


Empleos indirectos: Será para las personas que podrán trabajar en los hoteles aledaños a lugar donde se creará el complejo ya que debido a que es a la salida del pueblo no hay mucha afluencia.


3.8.3.3. BENEFICIOS SOCIO ECONÓMICOS

Los beneficios socio económicos serán los que se detallan a continuación

-  Generación de nuevas fuentes de empleo

-  Implementación de nuevas ideas de negocios

-  Rejuvenecimiento del atractivo

-  Fortalecimiento de la economía del sector

CONCLUSIONES

- ✚ La realización de estados financieros proyectara a los socios del complejo turismos a como se realizara la inversión. Como serán los pagos, las amortizaciones, etc.
- ✚ La Implementación del Complejo Turístico permitirá el incremento de turistas en la comuna Montañita como una nueva alternativa de turismo en la zona, igualmente mejorará la situación socio económica incrementando las fuentes de trabajo e involucrando a los pobladores en el aspecto turístico
- ✚ Por las características tanto físicas como turísticas que posee la Comuna Montaña, se hace factible la implementación del Proyecto, siendo el mismo una alternativa innovadora y única acorde a los requerimientos de la demanda.
- ✚ El van para el complejo turístico es de \$ 1.341.640,61 y una TIR del 32% lo que nos permite asegurar que el proyecto de factibilidad es muy aceptable, es conveniente la creación del complejo.

RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la ejecución del Proyecto, ya que a través del mismo se obtendrá resultados positivos en cuanto al incremento del desarrollo socio económico de los pobladores e impulsará el turismo en la comuna Montañita
- ✚ Considerando los resultados financieros que garantizan la inversión privada, se recomienda la inversión en el Proyecto. Se deberá poner mayor énfasis en lo relacionado a promoción y publicidad del Complejo, tanto a nivel Nacional como Internacional con el fin de que la comuna Montañita mejore la calidad de vida de sus comuneros.
- ✚ Realizar alianzas estratégicas tanto con agencias nacionales e incluso extranjeros también con el Municipio de Santa Elena demás entidades involucradas en la actividad turística.
- ✚ La administración del Complejo deberá cuidar el nivel de calidad; ya quien dependientemente de la categoría que se le dé al Complejo, la calidad debe ser óptima para manejar el flujo de turistas deseados.

BIBLIOGRAFÍA

- Reglamento de actividades turísticas. (s.f.). *art1*.
- Alles, M. (2005). *Desarrollo del talento humano basado en competencias*. Granica.
- Anónimo. (2009). *Historia de la Comuna Montañita*. Montañita.
- Anónimo. (2009). *Historia de la Comuna Montañita*. Montañita.
- Anónimo. (23 de Junio de 2013). *Comuna Montañita*.
- Anónimo. (2013). *Organizacion territorial*. Montañita.
- Arévalo Sánchez, Raquel. (s.f.). *Modulo: Recursos Turísticos*. Liber Factory.
- Arias, F. (1999). *El Proyecto de investigacion, 3ra Edición*. Venezuela: l Exísteme.
- Bravo, Mercedes. (2007). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodia.
- Cámara de turismo Santa Elena . (s.f.). Santa Elena, Ecuador.
- Cervantes. (2013). *Medologia Cuantitativa*.
- Cervantes. (2013). *Metodologia Cualitativa*.
- Chiavenato, I. (2000). *Administracion de Recursos Humanos*. Italia: MC Graw Hill.
- Chiliquina, Manuel. (1999). *Costos*. Ibarra: Graficacolor.
- Constitucion del Ecuador. (25 de Enero de 2008). Articulos. Quito, Ecuador.
- Dominguez, R. Y. (12 de Agosto de 2009). *Etapas del estudio de factibilidad*.
- Dominguez,Rodriguez,Yaleny. (s.f.). *Etapas de un Estudio de Factibilidad*. Las Tunas: Universitario.
- Eduardo Muñoz Jácome. (2012). *Tipos de Investigación*.
- Estadística, A. O. (2013). *Informe PIB octubre 20013*. Quito.
- Federico González Suárez. (18 de Octubre de 2008). *Historia del Ecuador*. La Fundación El Libro Total.

- Grasso, L. (2006). *Encuestas: Elementos para su diseño y analisis*. Cordova: Encuentro Grupo editor.
- Hernandez, S. (2006). *Metodologia de la Investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- Hernández, S. R. (2007). *Metodologia de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.
- INEC. (04 de Octubre de 2013). *Pagina Web INEC*.
- Instituto Interamericano de Turismo. (1983).
- Jacome, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y proyectos de inversión* . Quito: Universitaria.
- Jimenez. (19 de enero de 2007). *Diccionario Turistico*.
- Jimenez. (2008). *Diccionario turistico*.
- Machado, D. (2011). *"Historia de despojo y rapiña sobre las tierras comunales en la provincia de Santa Elena (Ecuador)"*. Guayaquil: La linea de fuego.
- Manuel E. Cortés Cortés; Mirian Iglesias León. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Mexico.
- MINTUR, R. d. (s.f.). Reglamento de actividades Turisticas. *Articulo 116*. Ecuador.
- Montañita. (20 de octubre de 2013). Numero de Habitantes de Montañita. (K. Chávez, Entrevistador)
- Montañita, C. C. (2013). *Organizacion territorial*. Montañita.
- Namak, F. (1990).
- Normas ISO 9000. (s.f.). *Normas ISO 9000*.
- Normas ISO. (s.f.). IRAM 42210.
- Plan de desarrollo productivo del Ecuador. (2007-2010). *Lineamientos Productivos*. Ecuador.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). Ecuador.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). *Objetivos* . Ecuador.

PYMES FUTURO. (23 de febrero de 2010). *Periodo de recuperación de la inversión* .

PYMES, FUTURO. (29 de Marzo de 2013). *Valor presente neto* .

Sabino, C. (1978). *El Proceso de la Investigación*. Caracas: Panapo.

Sistema de Biblioteca Pontificia Universitaria Católica de Valparaiso. (28 de 06 de 2013). *Sistema de Biblioteca Pontificia Universitaria Católica de Valparaiso*.

Tovar, J. I. (13 de septiembre de 2007). *COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS*. Sintesis.

Travel, E. (12 de junio de 2012). *Atracitovos Turisticos Comuna Montañita*.

ANEXOS

ANEXO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
El desarrollo del estudio de factibilidad permitirá la ejecución del proyecto Creación de una Hospedería Comunitaria en la Comuna Olón.	Estudio de Factibilidad	Para efectuar el presente estudio de Factibilidad el factor económico-financiero resulta necesario lo cual permitirá conocer la estructura de financiamiento, presupuesto de los costos y gastos en que incidirán en la creación de una hospedería comunitaria, a la vez la demanda y el flujo de caja proyectado, la tasa interna de retorno el análisis de la creación de la hospedería comunitaria la gama de servicios que se va a ofertar y la estructura organizacional que se aplicara en el ejercicio de la propuesta	Distribución de financiamiento El presupuesto de costos y gastos La demanda proyectada Flujo de caja proyectado Tasa interna de retorno (TIR) Análisis de la empresa y el servicio Estructura organizacional	Determinación de la inversión inicial. Forma de financiación del proyecto Presupuesto de la inversión Análisis económico - financiera. Presupuesto de ventas Precios del servicio Resultado neto de ingresos Resultado neto de egresos Ingresos tasa de interés producido Análisis del micro-entorno Análisis macro-entorno Organigrama	¿Conoce Ud. la playa y la población de Olón en la provincia de Sta. Elena? ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia en la comunidad? ¿Considera usted que la población se beneficiaría con la creación de una hospedería comunitaria? ¿Cuánto está dispuesto a pagar por hacer uso de nuestros servicios en temporada alta? ¿En caso de estar interesado en el hospedería, como preferiría usted conocer sobre este? ¿Has estado alguna vez a una hospedería con temática sobre los atractivos de una comunidad? ¿Qué tipo de alimentación le gustaría encontrar en el complejo?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
El desarrollo del estudio de factibilidad permitirá la ejecución del proyecto Creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena.	Creación de un “Complejo turístico en la Comuna Montañita”	Definido por los recursos humanos con los cuales va a contar el Complejo turístico, los recursos naturales , económicos, las políticas comerciales a utilizarse también el comportamiento del entorno y el FODA del Complejo turístico	Capital Humanos Recursos Naturales Recursos Económicos Política comercial Análisis de Entorno FODA	Selección del personal Funciones de los departamentos del Complejo Aspectos productivos Nivel de consumo Actividad Productiva Actividad Turística Mercado Técnica de ventas Publicidad Investigación del mercado Políticas de mercado. factores internos factores externos	¿Cómo cree que influirá positiva o negativamente la creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita? ¿Cree Ud. Que la creación de un complejo turístico potenciara la economía de la Comuna Montañita? ¿Con la creación de un complejo turístico se diversificara los segmentos de mercados que visitan la comuna? ¿Qué impactos sociales traería consigo la creación de un complejo turístico en la Comuna Montañita	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuestas

**ANEXO 3: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA
COMUNA MONTAÑITA**

Instrumento dirigido a los habitantes de la comuna Montañita que trabajan directamente en el área turística, para la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comunidad.

Esta encuesta tiene como objetivo principal recopilar información necesaria para el desarrollo del proyecto. Agradecemos su colaboración.

INSTRUCTIVO:

La presente encuesta es de carácter cerrada Por favor marque con una x su respuesta.

1.- Edad:

16 - 25 26- 35 36- 45 46 en adelante

2.- Género:

Masculino Femenino

3.- Qué tipo de actividad realiza:

Artesano Pesca Turismo
Agricultor Comerciante Otro

Especifique _____

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

Sí No

5.- ¿Qué opina sobre las actividades turísticas que se realizan actualmente en la comuna Montañita?

Excelente Muy bueno Bueno Regular

6.- ¿Cree usted que la creación de un complejo turístico en la comuna beneficiaría el desarrollo económico de la misma?

Sí No

7.- ¿Le gustaría que aumente el número de turistas en la comuna?

Sí No

8.- ¿Le gustaría a usted que se construya un complejo turístico que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la comuna?
Sí No

9.- ¿Cree usted que con la creación del complejo Turístico, aumentaría el nivel de empleo?
Sí No

10.- ¿Le gustaría trabajar en este lugar?
Sí No

11.- ¿Considera usted que los turistas cuentan con la capacidad adquisitiva para adquirir nuestros servicios?
Sí No

12.- ¿Está de acuerdo que el que complejo turístico sea ubicado en la entrada de la comuna donde actualmente se encuentra el parqueadero?
Sí No

13.- ¿Le gustaría que los turistas al momento de visitar la comuna Montañita cuenten con nuevas opciones para realizar turismo?
Sí No

14.- ¿Cree usted que con la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita mejorara la economía de las comunidades aledañas a la misma?
Sí No

15.- ¿Le gustaría que el complejo cuente con áreas verdes alrededor del mismo?
Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**ANEXO 4: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA
COMUNA MONTAÑITA**

Instrumento dirigido a los turistas que visitan la comuna Montañita, cuyo propósito es la de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comunidad. Esta encuesta tiene como objetivo principal recopilar información necesaria para el desarrollo del proyecto. Agradecemos su colaboración.

INSTRUCTIVO:

La presente encuesta es de carácter cerrada Por favor marque con una x su respuesta.

1.- Edad:

16 - 25 26- 35 36- 45 46 en adelante

2.- Género:

Masculino Femenino

3.- Estado Civil

Soltero Casado Unión libre Divorciado

4.- ¿Cuál es el su residencia habitual?

Local Cantonal Provincial Interprovincial Internacional

5.- ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este destino?

Negocio Trabajo Descanso

Viaje Convivencia Familiares

Otros, especificar: _____

6.- ¿Cómo viaja?

Solo En Pareja Con familia
Con amigos En grupo Un grupo organizado

7.- ¿Considera que Montañita es un buen destino turístico para visitar durante sus vacaciones o tiempo libre?

Sí No

8.- ¿Con que frecuencia visita Montañita?

Feridos Fines de Semana Anualmente

9.- ¿Le gustaría que se cree un complejo turístico en la Comuna Montañita como una nueva alternativa que diversifique su oferta ya existente?

Sí

No

10.- ¿Si se creara un complejo turístico en la comuna Montañita estaría dispuesto a visitarlo?

Sí

No

11.- ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con un restaurant?

Sí

No

12.- ¿Qué tipo de alimentación le gustaría encontrar en el complejo?

Nacional

Internacional

Vegetariana

Piqueo

13.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por hacer uso de nuestros servicios (entrada)?

Dólares

3-5 Dólares

5-7dólares

14.- ¿Cuándo visita un complejo turístico cuantas personas lo acompañan?

1-5

6-10

11 en adelante

15.- ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con toboganes?

Sí

No

16.- ¿Qué aspectos considera importantes a visitar un complejo turístico?

Seguridad

Parqueadero

Comunicación

Internet

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**ANEXO 5: TABULACIÓN DE ENCUESTA REALIZADA A LOS
PRESTADORES DE SERVICIO**

1. Edad:

Cuadro 20: EDAD			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
1	16 – 25	156	51%
	26- 35	96	26%
	36- 45	48	13%
	46 en adelante	37	10%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

2. Género:

Cuadro 21: GÉNERO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
2	Masculino	176	52%
	Femenino	161	48%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

3. Qué tipo de actividad realiza

Cuadro 22: ACTIVIDADES QUE REALIZAN			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
3	Artesano	41	8%
	Turismo	125	37%
	Pesca	25	12%
	Agricultor	18	5%
	Comerciante	109	32%
	Otro	19	6%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

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

Cuadro 23: PROYECTOS DE INVERSIÓN			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
4	Si	298	88%
	No	39	12%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

5. ¿Qué opina sobre las actividades turísticas que se realizan actualmente en la comuna Montañita?

Cuadro 24: ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
5	Excelente	98	29%
	Muy bueno	113	33%
	Bueno	87	26%
	Regular	39	12%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

6. ¿Cree usted que la creación de un complejo turístico en la comuna beneficiaría el desarrollo económico de la misma?

Cuadro 25: BENEFICIOS Y DESARROLLO ECONÓMICOS			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
6	Si	288	85%
	No	49	15%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

7. ¿Le gustaría que aumente el número de turistas en la comuna?

Cuadro 26: AUMENTO DE AFLUENCIA TURÍSTICA			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
7	Si	334	99%
	No	3	1%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

8. ¿Le gustaría a usted que se construya un complejo turístico que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la comuna?

Cuadro 27: DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
8	Si	285	85%
	No	52	15%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

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

Cuadro 28: AUMENTO DE EMPLEO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
9	Si	274	79%
	No	73	21%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

10. ¿Le gustaría trabajar en este lugar?

Cuadro 29: DEMANDA DE TRABAJADORES			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
10	Si	218	65%
	No	119	35%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

11. ¿Considera usted que los turistas cuentan con la capacidad adquisitiva para hacer uso de nuestros servicios?

Cuadro 30: CAPACIDAD ADQUISITIVAS DE LOS TURISTAS			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
11	Si	289	86%
	No	48	14%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

12. ¿Está de acuerdo que el que complejo turístico sea ubicado en la entrada de la comuna donde actualmente se encuentra el parqueadero?

Cuadro 31: UBICACIÓN			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
12	Si	281	83%
	No	56	17%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

13. ¿Le gustaría que los turistas al momento de visitar la comuna Montañita cuenten con nuevas opciones para realizar turismo?

Cuadro 32: NUEVAS OPCIONES DE TURISMO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
13	Si	307	91%
	No	30	9%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

14. ¿Cree usted que con la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita mejorara la economía de las comunidades aledañas a la misma?

Cuadro 33: MEJORA DE LA ECONOMÍA DE LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
14	Si	259	77%
	No	78	23%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

15. ¿Le gustaría que el complejo cuente con áreas verdes alrededor del mismo?

Cuadro 34: ESPACIOS VERDES			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
15	Si	301	89%
	No	36	11%
	Total	337	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

**ANEXO 6: ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN
LA COMUNA MONTAÑA**

1. Edad:

Cuadro 35: EDAD			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
16	16 – 25	150	39%
	26- 35	140	37%
	36- 45	50	13%
	46 en adelante	44	11%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

2. Género:

Cuadro 36: GÉNERO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
17	Masculino	182	47%
	Femenino	202	53%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

3. Estado Civil:

Cuadro 37: ESTADO CIVIL			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
18	Soltero	220	57%
	Casado	98	26%
	Unión libre	36	9%
	Divorciado	30	8%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

4. ¿Cuál es el su residencia habitual?

Cuadro 38: RESIDENCIA HABITUAL			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
19	Local	40	10%
	Cantonal	70	18%
	Provincial	50	13%
	Interprovincial	61	16%
	Internacional	163	43%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

5. ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este destino?

Cuadro 39: MOTIVO DE VIAJE			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
20	Negocio	33	9%
	Trabajo	22	6%
	Descanso	140	36%
	Viaje	89	23%
	Convivencia	20	5%
	Familiares	80	21%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

6. ¿Cómo viaja?

Cuadro 40: COMO VIAJA			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	TOTAL
21	Solo	72	19%
	En Pareja	103	27%
	Con familia	59	15%
	Con amigos	101	26%
	En grupo	40	11%
	Un grupo organizado	9	2%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

7. ¿Considera que Montañita es un buen destino turístico para visitar durante sus vacaciones o tiempo libre?

Cuadro 41: MONTAÑITA COMO DESTINO TURÍSTICO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
22	Si	359	93%
	No	25	7%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

8. ¿Con que frecuencia visita Montañita?

Cuadro 42: FRECUENCIA DE VISITA			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
23	Ferriados	180	47%
	Fines de Semana	201	52%
	Anualmente	3	1%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

9. ¿Le gustaría que se cree un complejo turístico en la Comuna Montañita como una nueva alternativa que diversifique su oferta ya existente?

Cuadro 43: COMPLEJO TURÍSTICO COMO NUEVA ALTERNATIVA			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
24	Si	343	11%
	No	41	89%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

10. ¿Si se creara un complejo turístico en la comuna Montañita estaría dispuesto a visitarlo?

Cuadro 44: TURISTAS DISPUESTOS A VISITAR EL COMPLEJO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
25	Si	345	90%
	No	39	10%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

11. ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con un restaurant?

Cuadro 45: COMPLEJO TURÍSTICO CON RESTAURANT			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
26	Si	326	90%
	No	19	10%
	Total	345	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

12. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría encontrar en el complejo?

Cuadro 46: TIPO DE ALIMENTACIÓN			
ITEM	OPCIONES	<i>f</i>	PORCENTAJE
27	Nacional	98	30%
	Internacional	5	1%
	Vegetariana	19	6%
	Piqueo y comidas rápidas	204	63%
	Total	326	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

13. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por hacer uso de nuestros servicios (entrada)?

Cuadro 47: PAGO POR ENTRADA AL COMPLEJO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
28	1-3 dólares	301	92%
	3-5 dólares	20	6%
	5-7dólares	5	2%
	Total	326	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

14. ¿Cuándo visita un complejo turístico cuantas personas lo acompañan?

Cuadro 48: NÚMERO DE PERSONAS CON LAS QUE VISITA COMPLEJOS TURÍSTICOS			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
29	1-5	309	81%
	6-10	54	14%
	11 en adelante	21	5%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

15. ¿Le gustaría que el complejo turístico cuente con toboganes?

Cuadro 49: TOBOGANES EN EL COMPLEJO TURÍSTICO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
30	Si	190	49%
	No	194	51%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

16. ¿Qué aspectos considera importantes al visitar un complejo turístico?

Cuadro 50: ASPECTOS AL VISITAR UN COMPLEJO TURÍSTICO			
ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	PORCENTAJE
31	Seguridad	97	25%
	Internet	18	5%
	Parqueadero	71	19%
	Piscinas	192	51%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chávez Katherine

ANEXO 7: DEMANDA PROYECTADA DEL COMPLEJO TURÍSTICO PlaSolÑita

DEMANDA										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Canchas Múltiples	\$840,00	\$865,20	\$891,16	\$917,89	\$945,43	\$973,79	\$1.003,00	\$1.033,09	\$1.064,09	\$1.096,01
Canchas Sintéticas	\$840,00	\$865,20	\$891,16	\$917,89	\$945,43	\$973,79	\$1.003,00	\$1.033,09	\$1.064,09	\$1.096,01
Piscina	\$25.200,00	\$25.956,00	\$26.734,68	\$27.536,72	\$28.362,82	\$29.213,71	\$30.090,12	\$30.992,82	\$31.922,61	\$32.880,28
Juegos Creacionales	\$21.000,00	\$21.630,00	\$22.278,90	\$22.947,27	\$23.635,69	\$24.344,76	\$25.075,10	\$25.827,35	\$26.602,17	\$27.400,24
Comidas Típicas	\$25.200,00	\$25.956,00	\$26.734,68	\$27.536,72	\$28.362,82	\$29.213,71	\$30.090,12	\$30.992,82	\$31.922,61	\$32.880,28
Comidas Rápidas	\$84.000,00	\$86.520,00	\$89.115,60	\$91.789,07	\$94.542,74	\$97.379,02	\$100.300,39	\$103.309,40	\$106.408,69	\$109.600,95
Bebidas	\$84.000,00	\$86.520,00	\$89.115,60	\$91.789,07	\$94.542,74	\$97.379,02	\$100.300,39	\$103.309,40	\$106.408,69	\$109.600,95

DEMANDA										
AÑOS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Canchas Múltiples	\$1.128,89	\$1.162,76	\$1.197,64	\$1.233,57	\$1.270,58	\$1.308,69	\$1.347,95	\$1.388,39	\$1.430,04	\$1.472,95
Canchas Sintéticas	\$1.128,89	\$1.162,76	\$1.197,64	\$1.233,57	\$1.270,58	\$1.308,69	\$1.347,95	\$1.388,39	\$1.430,04	\$1.472,95
Piscina	\$33.866,69	\$34.882,69	\$35.929,17	\$37.007,05	\$38.117,26	\$39.260,78	\$40.438,60	\$41.651,76	\$42.901,31	\$44.188,35
Juegos Creacionales	\$28.222,24	\$29.068,91	\$29.940,98	\$30.839,21	\$31.764,38	\$32.717,32	\$33.698,84	\$34.709,80	\$35.751,09	\$36.823,63
Comidas Típicas	\$33.866,69	\$34.882,69	\$35.929,17	\$37.007,05	\$38.117,26	\$39.260,78	\$40.438,60	\$41.651,76	\$42.901,31	\$44.188,35
Comidas Rápidas	\$112.888,98	\$116.275,65	\$119.763,91	\$123.356,83	\$127.057,54	\$130.869,26	\$134.795,34	\$138.839,20	\$143.004,38	\$147.294,51
Bebidas	\$112.888,98	\$116.275,65	\$119.763,91	\$123.356,83	\$127.057,54	\$130.869,26	\$134.795,34	\$138.839,20	\$143.004,38	\$147.294,51

ANEXO 8: PRESUPUESTOS PROYECTADOS DEL COMPLEJO

PRESUPUESTO PARA RESTAURANTE (100) PERSONAS					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO U.	SUB TOTAL
1	Replanto Y Nivelación	M2	300,00	\$0,70	\$210,00
2	Excavación Manual De Cimientos	M3	20	\$6,00	\$120,00
3	Desalojo Material Restante	M3	19	\$7,50	\$142,50
4	Replántelo H. Simple	M3	1,00	\$98,00	\$98,00
5	Plintos H. Simple	M3	7,00	\$170,00	\$1.190,00
6	Hormigón Ciclópeo	M3	10,00	\$150,00	\$1.500,00
7	Cadenas H. Simple	M3	6,00	\$180,00	\$1.080,00
8	Loseta H. Armado E=0,10 Mm	M2	5,00	\$79,00	\$395,00
9	Acero De Refuerzo	KG	700,00	\$3,50	\$2.450,00
10	Acero Estructural	ML	4389,00	\$2,80	\$12.289,20
11	Contra Piso H. Simple	ML	250,00	\$9,00	\$2.250,00
12	Piso De Cerámica Alto Trafico	M2	200,00	\$19,00	\$3.800,00
13	Mampostería De Ladrillo Revocado	M2	150,08	\$17,00	\$2.551,36
14	Paredes De Fibra Acrílica	M2	15,00	\$50,00	\$750,00
15	Cerámica De Pared	M2	100,00	\$18,00	\$1.800,00
16	Puntos De Aguas Servidas ϕ 110mm	PTO	10,00	\$26,00	\$260,00
17	Puntos De Aguas Servidas ϕ 75mm	PTO	16,00	\$23,00	\$368,00
18	Caja De Revisión	U	9,00	\$70,00	\$630,00
19	Tubería PVC ϕ 150 MM	ML	50,00	\$8,00	\$400,00
20	Puntos De Agua Potable	PTO	19,00	\$29,00	\$551,00
21	Inodoro Tanque Bajo	U	7,00	\$85,00	\$595,00
22	Lavamanos	U	6,00	\$50,00	\$300,00
23	Urinario Con Válvula De Presión	U	4,00	\$160,00	\$640,00
24	Fregadero De Cocina	U	2,00	\$150,00	\$300,00
25	Instalación De Luminarias	PTO	30,00	\$28,00	\$840,00
26	Tomacorriente Doble	PTO	18,00	\$30,00	\$540,00
27	Caja Térmica Bkr	U	2,00	\$100,00	\$200,00
28	Ventanas De Hierro Con Defensa	M2	60,00	\$50,00	\$3.000,00
29	Vidrio 4 Mm	M2	59,00	\$18,00	\$1.062,00
30	Puerta De Tol (0,90x2,10)	U	6,00	\$190,00	\$1.140,00
31	Puertas De Madera Laurel (0,90x2,10)	U	4,00	\$230,00	\$920,00
32	Puertas De Mdf (0,70x1,80)	U	9,00	\$100,00	\$900,00
33	Entechado De Eurolit	M2	305,89	\$10,00	\$3.058,90
34	Vereda Pavimentada	M2	70,30	\$15,00	\$1.054,50
TOTAL					\$47.385,46
Son: Cuarenta Siete Mil Trescientos Ochenta y cinco Dólares con 46/100					

ADOQUINADO PEATONAL					
ITEM	DESCRIPCION	U	CANT	P U.	TOTAL
1	Replanteo Y Nivelación	M2	500,00	\$0,90	\$450,00
2	Rasanteo De Suelo	M2	500,00	\$2,50	\$1.250,00
3	Bordillos H. Simple (0,10x0,30m)	ML	280	\$15,00	\$4.200,00
4	Adoquinado Peatonal	M2	500,00	\$20,00	\$10.000,00
	TOTAL				\$15.900,00
Son: Quince Mil Novecientos Dólares con 00/100					

CONSTRUCCIÓN DE CANCHA DE BASKET					
ITEM	DESCRIPCION	U	CANT	P.U.	TOTAL
1	Replanteo De Nivelación	M3	500,00	\$0,70	\$ 350,00
2	Conformación Plataforma	M3	70,00	\$5,00	\$ 350,00
3	Desalojo Material Restante	M3	75,00	\$7,00	\$ 525,00
4	Contrapiso H. Simple 180 Kg/Cm Piedra E=15cm	M3	500,00	\$18,00	\$9.000,00
5	Masillado De Piso Morte 1:3	M3	500,00	\$7,00	\$3.500,00
6	TABLERO DE BASKET, TUBO ϕ 6"	M3	2,00	\$275,00	\$550,00
7	Delineado Cancha	M3	205,00	\$2,00	\$410,00
	TOTAL				\$14685,00
Son: Catorce Mil Seiscientos Ochenta y Cinco Dólares con 00/100					

CONSTRUCCIÓN Y ENCESPADO DE CANCHA DE FULBITO					
ITEM	DESCRIPCION	U	CANT	P. U.	TOTAL
1	Replanteo	M2	690,00	\$0,70	\$483,00
2	Conformación Plataforma	M2	878,00	\$0,80	\$702,40
3	Suelo Agrícola E=7cm (Tierra Negra, Humus, Urea)	M2	700,00	\$2,50	\$1.750,00
4	Enchapado	M2	700,00	\$2,50	\$1.750,00
	TOTAL				\$4.685,40
Son: Cuatro Mil Seiscientos Ochenta y Cinco Dólares con 40/100					

PRESUPUESTO PARA CONSTRUCCIÓN DE PISCINA					
ITEM	DESCRIPCIÓN	U	CANT	P. U.	TOTAL
1	Replanteo Y Nivelación	M2	300,00	\$0,70	\$210,00
2	Excavación Manual De Cimientos	M3	509,01	\$6,00	\$3.054,06
3	Desalajo De Material Restante	M3	557,00	\$7,00	\$3.899,00
4	Replántillo H. Simple	M3	15,09	\$100,00	\$1.509,00
5	Hormigón Simple 210 Kg/Cm2	M3	85,00	\$175,00	\$14.875,00
6	Hormigón Ciclópeo	M3	73,09	\$150,00	\$10.963,50
7	Acero De Refuerzo	KG	1600,00	\$2,50	\$4.000,00
8	Masillado Mortero 1:3	M2	520,89	\$7,00	\$3.646,23
9	Cerámica De Pared	M2	300,00	\$18,00	\$5.400,00
10	Paredes De Tablero De Asbesto Eurolit	M2	65,00	\$19,00	\$1.235,00
11	Entechado De Eurolit	M2	30,00	\$10,00	\$300,00
12	Punto Aguas Servidas ϕ 150 Mm	PTO	5,00	\$25,00	\$125,00
13	Tubería PVC ϕ 150mm	ML	65,00	\$8,00	\$520,00
14	Puntos Agua Potable	PTO	3,00	\$27,00	\$81,00
15	Puertas De Mdf (0,6x1,70)	U	11,00	\$100,00	\$1.100,00
16	Contrapiso De Hormigón Simple	M2	30,00	\$18,00	\$540,00
17	Masillado De Piso	M2	30,00	\$7,00	\$210,00
18	Pintura De Caucho Vinil - Acrílica	M2	140,00	\$6,00	\$840,00
19	Pintura Para Eurolit - Asbelto	M2	65,00	\$8,00	\$520,00
20	Bancos De Madera L=1,00m	U	15,00	\$55,00	\$825,00
TOTAL					\$53.852,79
Son: Cincuenta y Tres Mil Ochocientos Cincuenta y Dos Dólares con 79/100					

ANEXO 9: PRESUPUESTO DE GASTOS

PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos	\$95.735,34
GASTOS	
Servicios Básicos	\$2.706,00
Insumo para servicio de piscina	\$107,36
Insumos generales menaje de cocina	\$6.180,20
insumos generales de cocina	\$863,13
Insumos Menaje aseo y limpieza	\$1.113,64
Insumos Generales De Limpieza	\$1.141,10
Insumos servicio de restaurante	\$755,15
Requerimiento plantas	\$140,80
Insumos área de recreación	\$430,10
TOTAL	\$13.437,47
PRESUPUESTO GASTO DE VENTA	
Publicidad	\$900,00
TOTAL	\$900,00
GASTO FINANCIERO	
Pago de Interés	\$26.568,99
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTO	\$ 136.641,79

ANEXO 10: ROL DE PAGO PROYECTADO AL COMPLEJO SEGÚN EL ORGANIGRAMA

ROL DE PAGO													
#	CARGO	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	\$900,00	\$10.800,00	\$84,15	\$10.715,85	\$75,00	\$26,50	\$37,50	\$5,00	\$109,35	\$323,35	\$1.223,35	\$14.680,20
1	Secretaria Recepcionista	\$450,00	\$5.400,00	\$42,08	\$5.357,93	\$37,50	\$26,50	\$18,75	\$37,50	\$54,68	\$174,93	\$624,93	\$7.499,10
1	RRHH	\$550,00	\$6.600,00	\$51,43	\$6.548,58	\$45,83	\$26,50	\$22,92	\$45,83	\$66,83	\$207,91	\$757,91	\$9.094,90
1	Ventas	\$500,00	\$6.000,00	\$46,75	\$5.953,25	\$41,67	\$20,00	\$20,83	\$41,67	\$60,75	\$184,92	\$684,92	\$8.219,00
1	Contador	\$600,00	\$7.200,00	\$56,10	\$7.143,90	\$50,00	\$20,00	\$25,00	\$50,00	\$72,90	\$217,90	\$817,90	\$9.814,80
	TOTAL ADMINISTRATIVO	\$3.000,00	\$36.000,00	\$280,50	\$35.719,50	\$250,00	\$119,50	\$125,00	\$250,00	\$364,50	\$1.109,00	\$4.109,00	\$34.627,80
1	Jefe Cocina	\$400,00	\$4.800,00	\$37,40	\$4.762,60	\$33,33	\$26,50	\$16,67	\$33,33	\$48,60	\$158,43	\$558,43	\$6.701,20
1	Jefe Bar Restaurante	\$400,00	\$4.800,00	\$37,40	\$4.762,60	\$33,33	\$26,50	\$16,67	\$33,33	\$48,60	\$158,43	\$558,43	\$6.701,20
1	Ayudante De Cocina 1	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
1	Pocillero	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
1	Mesero 1	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
1	Guardia 1	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
	TOTAL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS	\$2.160,00	\$25.920,00	\$201,96	\$25.718,04	\$180,00	\$159,00	\$90,00	\$180,00	\$262,44	\$871,44	\$3.031,44	\$36.377,28
1	Jefe De Mantenimiento	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
1	Técnico De Mantenimiento	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
	TOTAL DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO	\$680,00	\$8.160,00	\$63,58	\$8.096,42	\$56,67	\$53,00	\$28,33	\$56,67	\$82,62	\$277,29	\$957,29	\$11.487,44
1	Jefe De Limpieza	\$450,00	\$5.400,00	\$42,08	\$5.357,93	\$37,50	\$26,50	\$18,75	\$37,50	\$54,68	\$174,93	\$624,93	\$7.499,10
1	Ayudante De Limpieza 1	\$340,00	\$4.080,00	\$31,79	\$4.048,21	\$28,33	\$26,50	\$14,17	\$28,33	\$41,31	\$138,64	\$478,64	\$5.743,72
	TOTAL DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA	\$790,00	\$9.480,00	\$73,87	\$9.406,14	\$65,83	\$53,00	\$32,92	\$65,83	\$95,99	\$313,57	\$1.103,57	\$13.242,82
14	TOTAL	\$6.630,00	\$79.560,00	\$619,91	\$78.940,10	\$552,50	\$384,50	\$276,25	\$552,50	\$805,55	\$2.571,30	\$9.201,30	\$95.735,34

ANEXO 11: INSUMOS DE CADA SERVICIO

INSUMO PARA SERVICIO DE PISCINA

INSUMOS PARA SERVICIO DE PISCINA				
DESCRIPCIÓN	CANT	P. U.	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	32	\$3,05	\$8,13	\$97,60
SUB TOTAL				\$97,60
10% Imprevistos				\$9,76
TOTAL				\$107,36

INSUMO PARA SERVICIO DE RESTAURANTE

INSUMOS PARA SERVICIO DE RESTAURANTE				
DESCRIPCIÓN	CANT	P. U.	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	180	\$3,05	\$45,75	\$549,00
Jabón	100	\$0,25	\$2,08	\$25,00
Servilleta Familia Económica 100 u	150	\$0,75	\$9,38	\$112,50
SUB TOTAL				\$686,50
10% Imprevistos				\$68,65
TOTAL				\$755,15

INSUMOS PARA INSUMOS DEL ÁREA DE RECREACIÓN

INSUMOS PARA SERVICIO DEL ÁREA DE RECREACIÓN				
DESCRIPCIÓN	CANT	P. U.	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	120	\$3,05	\$30,50	\$366,00
Jabón	100	\$0,25	\$2,08	\$25,00
SUB TOTAL				\$391,00
10% Imprevistos				\$39,10
TOTAL				\$430,10

INSUMOS GENERALES DE COCINA

INSUMOS GENERALES DE COCINA				
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
Fósforos gallito (paquete por 10)	8	\$0,80	\$0,53	\$6,40
Aceite oro 12 fundas	24	\$1,90	\$3,80	\$45,60
Achiote en grano	12	\$0,50	\$0,50	\$6,00
Aliño	12	\$0,95	\$0,95	\$11,40
Café Nescafé 85g	12	\$4,98	\$4,98	\$59,76
Ricacao 500g	12	\$1,90	\$1,90	\$22,80
Te 25 sobres	12	\$1,20	\$1,20	\$14,40
Sal Crisal yodada 2 k	24	\$0,70	\$1,40	\$16,80
Pimienta molida 50g	24	\$0,60	\$1,20	\$14,40
Margarina Bonella 1 k	12	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Cerveza	48	\$1,10	\$4,40	\$52,80
Vinagre blanco 500 cc	6	\$1,00	\$0,50	\$6,00
Harina de trigo YA 1 kg	6	\$2,55	\$1,28	\$15,30
Pimienta negra	12	\$0,65	\$0,65	\$7,80
Pasta de maní 200g	12	\$1,60	\$1,60	\$19,20
Azúcar Valdez 50 kg	3	\$50,00	\$12,50	\$150,00
Arroz Conejo 50 Kg	6	\$49,00	\$24,50	\$294,00
SUB TOTAL				\$784,66
10% Imprevistos				\$78,47
TOTAL				\$863,13

INSUMOS GENERALES DE LIMPIEZA

INSUMOS GENERALES DE LIMPIEZA				
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
Esponja mixta estrella Salvaunas 10g	12	\$ 0,65	\$0,65	\$7,80
Estropajo de alambre estrella x 3 unds	12	\$ 0,85	\$0,85	\$10,20
Cloro ajax 2000 cc clásico	48	\$ 2,40	\$9,60	\$115,20
Limpiador tips tanque 48 g	200	\$ 2,85	\$47,50	\$570,00
Desinfectante fresklin 1000 cc floral	24	\$ 2,55	\$5,10	\$61,20
detergente deja 1000 g floral	24	\$ 2,60	\$5,20	\$62,40
Jabón de lavar lava todo 6250g x 2 unds.	12	\$ 1,15	\$1,15	\$13,80
Funda de basura 10 U	182	\$ 0,70	\$10,62	\$127,40
Lava vajilla crema Axion 900g limón	24	\$ 2,89	\$5,78	\$69,36
SUB TOTAL				\$1.037,36
10% Imprevistos				\$103,74
TOTAL				\$1.141,10

MENAJE DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
INSUMOS GENERALES MENAJE DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO ANUAL
ÁREA DE RESTAURANTE / TEXTIL			
Chaleco de mesero	6	10	\$ 60,00
Manteles de mesa	40	\$ 5,00	\$ 200,00
Cubre mantel	40	\$ 7,00	\$ 280,00
Servilleta de tela	120	\$ 1,50	\$ 180,00
SUB TOTAL			\$ 720,00
MENAJE DE COCINA			
Achiotero de cocina con tapa	1	\$3,50	\$3,50
Aislante de color grande aluminio fundido	1	\$7,00	\$7,00
Balde plástico 10 lts tapa 901206	1	\$3,65	\$3,65
Balde plástico 12 lts	1	\$1,63	\$1,63
Balde plástico 8 lts	1	\$1,63	\$1,63
Banco plástico	3	\$3,05	\$9,15
Cesto plástico calado	2	\$2,65	\$5,30
Colador de hierro	2	\$3,25	\$6,50
Ensaladera de acero inoxidable	2	\$1,65	\$3,30
Escurreidor plástico multiuso 27cm	2	\$1,65	\$3,30
Espátula de madera mediana	2	\$2,00	\$4,00
Exprimidor de limón hierro fundido	1	\$4,70	\$4,70
Canasta plástica	2	\$4,00	\$8,00
Basureros de metal	2	\$5,00	\$10,00
Tacho plástico mega fuerte	5	\$6,95	\$34,75
Tanque de gas	4	\$35,00	\$140,00
Jarra plástica 1 lts	4	\$1,00	\$4,00
Jarra plástica 2 lts	4	\$3,00	\$12,00
Sartén de teflón	2	\$6,00	\$12,00
Sartén asador Umco 28cm	1	\$28,00	\$28,00
Juego de 2 sartenes Umco de 20 y 24 cm	1	\$23,00	\$23,00
Cuchillos medianos tramontina	3	\$9,00	\$27,00
Cuchillos grandes tramontina	3	\$12,00	\$36,00
Set de toallas de cocina 3 unidades 30x30	4	\$8,00	\$32,00
Paila gruesa	2	\$20,00	\$40,00
Olla marca Umco 32	2	\$39,00	\$78,00
Olla marca Umco 36	2	\$53,00	\$106,00
Olla marca Umco 40	2	\$65,00	\$130,00
Set de cuchillos más tabla	2	\$9,00	\$18,00
SUB TOTAL MENAJE COCINA			\$792,41
CRISTALERÍA			
Vasos de vidrio liso 14 onzas	100	\$0,45	\$45,00
Jarra de vidrio	25	\$2,90	\$72,50
Copas de cristal	100	\$1,00	\$100,00

SUB TOTAL CRISTALERÍA			\$217,50
MENAJE DE MESA			
Servilletero	30	\$1,30	\$39,00
Ajiceros	30	\$2,30	\$69,00
Salero y pimentero	60	\$2,00	\$120,00
SUB TOTAL MENAJE DE MESA			\$228,00
CUBERTERIA			
Tenedores docena	10	\$11,00	\$110,00
cuchillos docena	10	\$14,00	\$140,00
Cuchara docena	10	\$11,00	\$110,00
Cucharita docena	10	\$6,00	\$60,00
SUB TOTAL CUBERTERIA			\$420,00
VAJILLA			
Plato base de 30 cm de diámetro	100	\$7,00	\$700,00
Plato llano de 27 cm de diámetro	100	\$5,00	\$500,00
Plato medio de 25 cm de diámetro	100	\$4,50	\$450,00
Plato medio de 17,5 cm de diámetro	100	\$2,50	\$250,00
Plato hondo de 18,7 cm de diámetro	100	\$2,15	\$215,00
Plato para pan 16 cm de diámetro	100	\$1,90	\$190,00
plato de 8 cm de diámetro	100	\$1,60	\$160,00
plato de 16 cm de diámetro	100	\$2,00	\$200,00
Plato base de tasa	100	\$1,55	\$155,00
Tasa	100	\$2,30	\$230,00
SUB TOTAL VAJILLA			\$3.050,00
ÁREA DE RECREACIÓN / HERRAMIENTA DE JARDINERIA			
Manguera 20m	2	\$ 17,00	\$ 34,00
Azadón mediano	1	\$ 10,90	\$ 10,90
Fumigadora	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Paleta de Jardinería	1	\$ 3,85	\$ 3,85
Corta césped	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Rastrillo	1	\$ 4,20	\$ 4,20
Podadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Botas de caucho (1 par)	1	\$ 7,50	\$ 7,50
SUB TOTAL ÁREA DE RECREACIÓN			\$ 100,45
ÁREA DE PISCINA			
Canasta para ropa	20	\$ 4,50	\$ 90,00
SUB TOTAL ÁREA DE PISCINA			\$ 90,00
TOTAL MENAJE DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			\$5.618,36
10% Imprevistos			\$561,84
COSTO TOTAL			\$6.180,20

REQUERIMIENTO DE MENAJE PARA ASEO Y LIMPIEZA

REQUERIMIENTO DE MENEAJE PARA ASEO Y LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO ANUAL
Botella con atomizador	8	\$1,00	\$8,00
Cepillo para lavar ropa	2	\$1,00	\$2,00
Trapeadores	8	\$3,00	\$24,00
Guantes de caucho negro	8	\$1,50	\$12,00
Pala para basura pika	4	\$1,00	\$4,00
Destapa cañerías	4	\$2,10	\$8,40
Escobas	8	\$2,70	\$21,60
Escobillas	4	\$2,10	\$8,40
Basurero de baño 12 lts	28	\$3,00	\$84,00
Basureros verdes	10	\$26,00	\$260,00
Basureros azules	10	\$26,00	\$260,00
Basureros negros	10	\$26,00	\$260,00
Basureros metálicos para oficina	5	\$12,00	\$60,00
SUB TOTAL			\$1.012,40
10% Imprevistos			\$101,24
TOTAL			\$1.113,64

REQUERIMIENTO DE PLANTAS/ ÁRBORES Y ARBUSTIVAS

REQUERIMIENTO DE PLANTAS/ ÁRBORES Y ARBUSTIVAS			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO ANUAL
Tilo	5	\$0,30	\$1,50
Romerillo	3	\$0,35	\$1,05
Cedrón	30	\$0,25	\$7,50
Perrito	7	\$0,35	\$2,45
SUB TOTAL ÁRBOLES			\$12,50
PLANTAS ORNAMENTALES			
Rosa roja	15	\$0,55	\$8,25
Rosa blanca	15	\$0,55	\$8,25
Girasol	15	\$0,55	\$8,25
Clavel	15	\$0,55	\$8,25
Azucena	15	\$0,55	\$8,25
Crisantemo	15	\$0,55	\$8,25
Dalia	15	\$0,55	\$8,25
Hiedra	15	\$0,55	\$8,25
Gladiolo	15	\$0,55	\$8,25
Lirio	15	\$0,55	\$8,25
Jazmín	15	\$0,55	\$8,25
Margarita	15	\$0,55	\$8,25
Sábila	15	\$0,55	\$8,25
Alhelí	15	\$0,55	\$8,25

SUB TOTAL PLANTAS HORNAMENTALES			\$115,50
TOTAL			\$128,00
10% Imprevistos			\$12,80
TOTAL			\$140,80

GASTO SERVICIOS BÁSICOS

GASTO SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
ADMINISTRATIVO		
Luz	\$80,00	\$960,00
Agua	\$40,00	\$480,00
Teléfono	\$50,00	\$600,00
Internet	\$35,00	\$420,00
SUB TOTAL		\$2.460,00
10% imprevisto		\$246,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS		\$2.706,00

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	\$ 900,00
-------------------	------------------

ANEXO 12: ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENS.	COSTO ANUAL
ADMINISTRATIVO		
Lapiceros bic	\$100,00	\$1.200,00
Set de oficina	\$500,00	\$6.000,00
Sobres Manila	\$17,50	\$210,00
Resmas de papel bond	\$50,00	\$600,00
SUB TOTAL		\$8.010,00
10% imprevisto		\$890,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA		\$8.900,00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

REQUERIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO TOTAL
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO			
iMac pedestal	4	\$1.299,00	\$5.196,00
TOTAL			\$5.196,00
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
iMac pedestal	4	\$1.299,00	\$5.196,00
TOTAL			\$5.196,00
DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO			
iMac pedestal	1	\$1.299,00	\$1.299,00
TOTAL			\$1.299,00
DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA			
iMac pedestal	1	\$1.299,00	\$1.299,00
TOTAL			\$1.299,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN			\$12.990,00

REQUERIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO TOTAL
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
ÁREA DE RESTAURANTE			
Congelador horizontal Durex	2	\$675,00	\$1.350,00
Refrigeradora blanco Durex	1	\$800,00	\$800,00
Cocina industrial 6 quemadores	1	\$850,00	\$850,00
Licuada Oster	2	\$80,00	\$160,00
Sanduchera inoxidable Umco	1	\$25,00	\$25,00
Minicomponente LG	1	\$350,00	\$350,00
Batidora Umco 5 velocidades	1	\$20,00	\$20,00
Tv Sony LCD 32 pulgadas	1	\$1.115,00	\$1.115,00
Asadero	1	\$275,00	\$275,00
Caja registradora casio	1	\$470,00	\$470,00
SUB TOTAL RESTAURANTE			\$5.415,00
ÁREA DE ENTRENIMIENTOS			
Piscina			
KIT Equipo De Mantenición	1	\$32,00	\$32,00
SUB TOTAL PISCINA			\$32,00
CANCHAS FUTBITO Y MULTIPLE			
Balones de baloncesto sala #7 Spalding	6	\$21,00	\$126,00
Balones de ecua volley #5 Mikasa	6	\$30,00	\$180,00
balones de indor	4	\$15,00	\$60,00
Red de ecua volley	3	\$20,00	\$60,00
Mini bomba inflador de aluminio	2	\$9,00	\$18,00
Pelotas de tenis wilson 3 pack	12	\$7,00	\$84,00
Raquetas de tenis head	8	\$28,00	\$224,00
KIT equipo de mantención	2	\$50,00	\$100,00
SUB TOTAL CANCHAS			\$852,00
ÁREAS VERDES/ HERRAMIENTA DE JARDINERIA			
Podadora de césped	1	\$2.500,00	\$2.500,00
SUB TOTAL ÁREAS VERDES			\$2.500,00
ÁREA DE JUEGOS RECREACIONALES			
Mesa de billar	2	\$800,00	\$1.600,00
Futbolín	3	\$430,00	\$1.290,00
Mesa de Pin Pon	3	\$340,00	\$1.020,00
SUB TOTAL JUEGOS DE RECREACIÓN			\$3.910,00
TOTAL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			\$12.709,00
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO			
Teléfono Panasonic	4	\$60,00	\$240,00
Calculadora	3	\$20,00	\$60,00
Lector de Huellas	1	\$550,00	\$550,00
SUB TOTAL ADMINISTRATIVO			\$850,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			\$13.559,00
10% Imprevistos			\$1.355,90
COSTO TOTAL			\$14.914,90

REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENSERES

REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNIT	COSTO TOTAL
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
ÁREA DE RESTAURANTE			
Mesas de madera lacadas 80x80cm	25	\$ 25,00	\$ 625,00
Sillas de madera con espaldar	100	\$ 16,00	\$ 1.600,00
Mesa para niños	4	\$ 38,00	\$ 152,00
Alacena para cocina x m	4	\$ 85,00	\$ 340,00
SUB TOTAL			\$ 2.717,00
ÁREA RECREATIVA			
Estaciones de juegos	3	\$ 1.150,00	\$ 3.450,00
Bancas forjadas de metal y madera	20	\$ 155,00	\$ 3.100,00
Sillas con espaldar	10	\$ 16,00	\$ 160,00
SUB TOTAL ÁREA RECREATIVA			\$ 6.710,00
ÁREA DE PISCINA			
Sillas plásticas playera	10	\$ 122,00	\$ 1.220,00
Mueble para canastas	1	\$ 550,00	\$ 550,00
SUB TOTAL PISCINA			\$ 1.770,00
ÁREAS VERDES			
Juegos de Mesa y sillas playeras	5	\$ 130,00	\$ 650,00
SUB TOTAL ÁREAS VERDES			\$ 650,00
TOTAL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			\$ 11.847,00
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO			
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Decoraciones	3	\$ 210,00	\$ 630,00
Sillas giratorias	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Escritorios	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Sillas	6	\$ 23,00	\$ 138,00
Modulares	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Archivadores	6	\$ 85,00	\$ 510,00
SUB TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			\$ 3.198,00
RECEPCIÓN			
Decoraciones	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Sillas giratorias	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Escritorios	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas	2	\$ 23,00	\$ 46,00
Archivadores	1	\$ 85,00	\$ 85,00
SUB TOTAL RECEPCIÓN			\$ 581,00
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			\$ 3.779,00
DEPARTAMENTO MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA			
Decoraciones	2	\$ 210,00	\$ 420,00
Sillas giratorias	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Escritorios	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Modulares	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Sillas	6	\$ 23,00	\$ 138,00
Archivadores	2	\$ 85,00	\$ 170,00
SUB TOTAL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA			\$ 2.008,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 17.634,00
10% Imprevistos			\$ 1.763,40
COSTO TOTAL			\$ 19.397,40

ANEXO 13: AMORTIZACIÓN PROYECTADA DEL COMPLEJO

AMORTIZACIÓN				
PERIODO	DIVIDENDO	INTERÉS	A CAPITAL	SALDO FINAL
				\$221.408,21
2.014	\$37.639,40	\$26.568,99	\$11.070,41	\$210.337,80
2.015	\$36.310,95	\$25.240,54	\$11.070,41	\$199.267,39
2.016	\$34.982,50	\$23.912,09	\$11.070,41	\$188.196,98
2.017	\$33.654,05	\$22.583,64	\$11.070,41	\$177.126,57
2.018	\$32.325,60	\$21.255,19	\$11.070,41	\$166.056,16
2.019	\$30.997,15	\$19.926,74	\$11.070,41	\$154.985,75
2.020	\$29.668,70	\$18.598,29	\$11.070,41	\$143.915,34
2.021	\$28.340,25	\$17.269,84	\$11.070,41	\$132.844,93
2.022	\$27.011,80	\$15.941,39	\$11.070,41	\$121.774,52
2.023	\$25.683,35	\$14.612,94	\$11.070,41	\$110.704,11
2.024	\$24.354,90	\$13.284,49	\$11.070,41	\$99.633,70
2.025	\$23.026,45	\$11.956,04	\$11.070,41	\$88.563,29
2.026	\$21.698,00	\$10.627,59	\$11.070,41	\$77.492,87
2.027	\$20.369,56	\$9.299,14	\$11.070,41	\$66.422,46
2.028	\$19.041,11	\$7.970,70	\$11.070,41	\$55.352,05
2.029	\$17.712,66	\$6.642,25	\$11.070,41	\$44.281,64
2.030	\$16.384,21	\$5.313,80	\$11.070,41	\$33.211,23
2.031	\$15.055,76	\$3.985,35	\$11.070,41	\$22.140,82
2.032	\$13.727,31	\$2.656,90	\$11.070,41	\$11.070,41
2.033	\$12.398,86	\$1.328,45	\$11.070,41	\$0,00

ANEXO 14: ESTADO DE RESULTADO DEL COMPLEJO

ESTADO DE RESULTADO										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso Cancha Múltiple	\$12.600,00	\$13.626,90	\$14.737,49	\$15.938,60	\$17.237,59	\$18.642,46	\$20.161,82	\$21.805,01	\$23.582,11	\$25.504,06
Ingreso Cancha Sintética	\$16.800,00	\$18.169,20	\$19.649,99	\$21.251,46	\$22.983,46	\$24.856,61	\$26.882,42	\$29.073,34	\$31.442,82	\$34.005,41
Ingreso Piscina	\$75.600,00	\$81.761,40	\$88.424,95	\$95.631,59	\$103.425,56	\$111.854,75	\$120.970,91	\$130.830,04	\$141.492,68	\$153.024,34
Ingreso Juegos Recreacionales	\$105.000,00	\$113.557,50	\$122.812,44	\$132.821,65	\$143.646,61	\$155.353,81	\$168.015,15	\$181.708,38	\$196.517,62	\$212.533,80
Ingreso Comidas Típicas	\$176.400,00	\$190.776,60	\$206.324,89	\$223.140,37	\$241.326,31	\$260.994,41	\$282.265,45	\$305.270,08	\$330.149,60	\$357.056,79
Ingreso Comidas Rápidas	\$294.000,00	\$317.961,00	\$343.874,82	\$371.900,62	\$402.210,52	\$434.990,68	\$470.442,42	\$508.783,47	\$550.249,33	\$595.094,65
Ingreso Bebidas	\$94.080,00	\$101.747,52	\$110.039,94	\$119.008,20	\$128.707,37	\$139.197,02	\$150.541,57	\$162.810,71	\$176.079,78	\$190.430,29
TOTAL INGRESOS	\$774.480,00	\$837.600,12	\$905.864,53	\$979.692,49	\$1.059.537,43	\$1.145.889,73	\$1.239.279,74	\$1.340.281,04	\$1.449.513,94	\$1.567.649,33
COSTOS VARIABLES										
Costo Cancha Múltiple	\$5.040,00	\$5.450,76	\$5.895,00	\$6.375,44	\$6.895,04	\$7.456,98	\$8.064,73	\$8.722,00	\$9.432,85	\$10.201,62
Costo Cancha Sintética	\$6.720,00	\$7.267,68	\$7.860,00	\$8.500,59	\$9.193,38	\$9.942,64	\$10.752,97	\$11.629,34	\$12.577,13	\$13.602,16
Costo Piscina	\$30.240,00	\$32.704,56	\$35.369,98	\$38.252,64	\$41.370,22	\$44.741,90	\$48.388,36	\$52.332,01	\$56.597,07	\$61.209,74
Costo Juegos Recreacionales	\$63.000,00	\$68.134,50	\$73.687,46	\$79.692,99	\$86.187,97	\$93.212,29	\$100.809,09	\$109.025,03	\$117.910,57	\$127.520,28
Costo Comidas Típicas	\$105.840,00	\$114.465,96	\$123.794,94	\$133.884,22	\$144.795,79	\$156.596,64	\$169.359,27	\$183.162,05	\$198.089,76	\$214.234,07
Costo Comidas Rápidas	\$176.400,00	\$190.776,60	\$206.324,89	\$223.140,37	\$241.326,31	\$260.994,41	\$282.265,45	\$305.270,08	\$330.149,60	\$357.056,79
Costo Bebidas	\$56.448,00	\$61.048,51	\$66.023,97	\$71.404,92	\$77.224,42	\$83.518,21	\$90.324,94	\$97.686,43	\$105.647,87	\$114.258,17
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$443.688,00	\$479.848,57	\$518.956,23	\$561.251,16	\$606.993,13	\$656.463,07	\$709.964,81	\$767.826,95	\$830.404,84	\$898.082,84
COSTOS FIJOS										
Gastos Administrativos	\$13.437,47	\$14.109,34	\$14.814,81	\$15.555,55	\$16.333,33	\$17.149,99	\$18.007,49	\$18.907,87	\$19.853,26	\$20.845,92
Gasto De Ventas	\$900,00	\$945,00	\$992,25	\$1.041,86	\$1.093,96	\$1.148,65	\$1.206,09	\$1.266,39	\$1.329,71	\$1.396,20
Sueldos Y Salarios	\$95.735,34	\$100.522,11	\$105.548,21	\$110.825,62	\$116.366,90	\$122.185,25	\$128.294,51	\$134.709,24	\$141.444,70	\$148.516,93
GASTOS DE INTERESES	\$26.568,99	\$25.240,54	\$23.912,09	\$22.583,64	\$21.255,19	\$19.926,74	\$18.598,29	\$17.269,84	\$15.941,39	\$14.612,94
DEPRECIACIÓN										
Depreciación Planta	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89
Depreciación Equipo De Oficina	\$1.602,00	\$1.602,00	\$1.602,00	\$1.602,00	\$1.602,00	\$3.204,00	\$3.204,00	\$3.204,00	\$3.204,00	\$3.204,00
Depreciación Equipo De Computo	\$3.897,00	\$3.897,00	\$3.897,00	\$7.794,00	\$7.794,00	\$7.794,00	\$11.691,00	\$11.691,00	\$11.691,00	\$15.588,00
Depreciación Maquinaria Y Equipo	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34	\$1.342,34
Depreciación Muebles Y Enseres	\$3.491,53	\$3.491,53	\$3.491,53	\$3.491,53	\$3.491,53	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06
TOTAL COSTOS FIJOS	\$153.117,56	\$157.292,75	\$161.743,12	\$170.379,43	\$175.422,14	\$185.876,93	\$195.469,67	\$201.516,63	\$207.932,35	\$218.632,29
COSTO TOTAL	\$596.805,56	\$637.141,32	\$680.699,35	\$731.630,60	\$782.415,27	\$842.340,00	\$905.434,49	\$969.343,58	\$1.038.337,20	\$1.116.715,13
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$177.674,44	\$200.458,80	\$225.165,18	\$248.061,89	\$277.122,16	\$303.549,72	\$333.845,25	\$370.937,46	\$411.176,75	\$450.934,20
15% PART. TRABAJADORES	\$26.651,17	\$30.068,82	\$33.774,78	\$37.209,28	\$41.568,32	\$45.532,46	\$50.076,79	\$55.640,62	\$61.676,51	\$67.640,13
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$151.023,28	\$170.389,98	\$191.390,40	\$210.852,61	\$235.553,83	\$258.017,27	\$283.768,46	\$315.296,84	\$349.500,23	\$383.294,07
IMPUESTO RENTA	\$33.225,12	\$37.485,80	\$42.105,89	\$46.387,57	\$51.821,84	\$56.763,80	\$62.429,06	\$69.365,31	\$76.890,05	\$84.324,70
UTILIDAD NETA	\$117.798,16	\$132.904,19	\$149.284,51	\$164.465,03	\$183.731,99	\$201.253,47	\$221.339,40	\$245.931,54	\$272.610,18	\$298.969,38

ESTADO DE RESULTADO										
AÑOS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ingreso Cancha Múltiple	\$27.582,64	\$29.830,62	\$32.261,82	\$34.891,16	\$37.734,78	\$40.810,17	\$44.136,20	\$47.733,30	\$51.623,56	\$55.830,88
Ingreso Cancha Sintética	\$36.776,85	\$39.774,16	\$43.015,76	\$46.521,54	\$50.313,05	\$54.413,56	\$58.848,26	\$63.644,40	\$68.831,42	\$74.441,18
Ingreso Piscina	\$165.495,82	\$178.983,73	\$193.570,91	\$209.346,93	\$226.408,71	\$244.861,02	\$264.817,19	\$286.399,79	\$309.741,38	\$334.985,30
Ingreso Juegos Recreacionales	\$229.855,31	\$248.588,52	\$268.848,48	\$290.759,63	\$314.456,54	\$340.084,75	\$367.801,66	\$397.777,49	\$430.196,36	\$465.257,36
Ingreso Comidas Típicas	\$386.156,92	\$417.628,71	\$451.665,45	\$488.476,18	\$528.286,99	\$571.342,38	\$617.906,78	\$668.266,18	\$722.729,88	\$781.632,36
Ingreso Comidas Rápidas	\$643.594,86	\$696.047,84	\$752.775,74	\$814.126,97	\$880.478,31	\$952.237,30	\$1.029.844,63	\$1.113.776,97	\$1.204.549,80	\$1.302.720,60
Ingreso Bebidas	\$205.950,36	\$222.735,31	\$240.888,24	\$260.520,63	\$281.753,06	\$304.715,93	\$329.550,28	\$356.408,63	\$385.455,93	\$416.870,59
TOTAL INGRESOS	\$1.695.412,75	\$1.833.588,89	\$1.983.026,38	\$2.144.643,03	\$2.319.431,44	\$2.508.465,10	\$2.712.905,01	\$2.934.006,77	\$3.173.128,32	\$3.431.738,28
COSTOS VARIABLES										
Costo Cancha Múltiple	\$11.033,05	\$11.932,25	\$12.904,73	\$13.956,46	\$15.093,91	\$16.324,07	\$17.654,48	\$19.093,32	\$20.649,43	\$22.332,35
Costo Cancha Sintética	\$14.710,74	\$15.909,66	\$17.206,30	\$18.608,62	\$20.125,22	\$21.765,42	\$23.539,31	\$25.457,76	\$27.532,57	\$29.776,47
Costo Piscina	\$66.198,33	\$71.593,49	\$77.428,36	\$83.738,77	\$90.563,48	\$97.944,41	\$105.926,88	\$114.559,92	\$123.896,55	\$133.994,12
Costo Juegos Recreacionales	\$137.913,18	\$149.153,11	\$161.309,09	\$174.455,78	\$188.673,92	\$204.050,85	\$220.680,99	\$238.666,49	\$258.117,81	\$279.154,42
Costo Comidas Típicas	\$231.694,15	\$250.577,22	\$270.999,27	\$293.085,71	\$316.972,19	\$342.805,43	\$370.744,07	\$400.959,71	\$433.637,93	\$468.979,42
Costo Comidas Rápidas	\$386.156,92	\$417.628,71	\$451.665,45	\$488.476,18	\$528.286,99	\$571.342,38	\$617.906,78	\$668.266,18	\$722.729,88	\$781.632,36
Costo Bebidas	\$123.570,21	\$133.641,19	\$144.532,94	\$156.312,38	\$169.051,84	\$182.829,56	\$197.730,17	\$213.845,18	\$231.273,56	\$250.122,36
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$971.276,59	\$1.050.435,63	\$1.136.046,13	\$1.228.633,89	\$1.328.767,56	\$1.437.062,11	\$1.554.182,67	\$1.680.848,56	\$1.817.837,72	\$1.965.991,49
COSTOS FIJOS										
Gastos Administrativos	\$21.888,22	\$22.982,63	\$24.131,76	\$25.338,35	\$26.605,27	\$27.935,53	\$29.332,31	\$30.798,92	\$32.338,87	\$33.955,81
Gasto De Ventas	\$1.466,01	\$1.539,31	\$1.616,27	\$1.697,08	\$1.781,94	\$1.871,04	\$1.964,59	\$2.062,82	\$2.165,96	\$2.274,26
Sueldos Y Salarios	\$155.942,78	\$163.739,92	\$171.926,92	\$180.523,26	\$189.549,42	\$199.026,90	\$208.978,24	\$219.427,15	\$230.398,51	\$241.918,44
GASTOS DE INTERESES	\$13.284,49	\$11.956,04	\$10.627,59	\$9.299,14	\$7.970,70	\$6.642,25	\$5.313,80	\$3.985,35	\$2.656,90	\$1.328,45
DEPRECIACIÓN										
Depreciación Planta	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89	\$6.142,89
Depreciación Equipo De Oficina	\$5.624,00	\$5.624,00	\$5.624,00	\$5.624,00	\$5.624,00	\$7.226,00	\$7.226,00	\$7.226,00	\$7.226,00	\$7.226,00
Depreciación Equipo De Computo	\$15.588,00	\$15.588,00	\$19.485,00	\$19.485,00	\$19.485,00	\$23.382,00	\$23.382,00	\$23.382,00	\$27.279,00	\$27.279,00
Depreciación Maquinaria Y Equipo	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68	\$2.684,68
Depreciación Muebles Y Enseres	\$10.474,60	\$10.474,60	\$10.474,60	\$10.474,60	\$10.474,60	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06	\$6.983,06
TOTAL COSTOS FIJOS	\$233.095,67	\$240.732,07	\$252.713,71	\$261.269,01	\$270.318,49	\$281.894,34	\$292.007,57	\$302.692,88	\$317.875,87	\$329.792,59
COSTO TOTAL	\$1.204.372,25	\$1.291.167,70	\$1.388.759,84	\$1.489.902,90	\$1.599.086,05	\$1.718.956,46	\$1.846.190,24	\$1.983.541,44	\$2.135.713,59	\$2.295.784,08
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$491.040,50	\$542.421,19	\$594.266,54	\$654.740,13	\$720.345,39	\$789.508,65	\$866.714,77	\$950.465,33	\$1.037.414,73	\$1.135.954,19
15% PART. TRABAJADORES	\$73.656,07	\$81.363,18	\$89.139,98	\$98.211,02	\$108.051,81	\$118.426,30	\$130.007,22	\$142.569,80	\$155.612,21	\$170.393,13
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$417.384,42	\$461.058,01	\$505.126,56	\$556.529,11	\$612.293,58	\$671.082,35	\$736.707,55	\$807.895,53	\$881.802,52	\$965.561,07
IMPUESTO RENTA	\$91.824,57	\$101.432,76	\$111.127,84	\$122.436,40	\$134.704,59	\$147.638,12	\$162.075,66	\$177.737,02	\$193.996,55	\$212.423,43
UTILIDAD NETA	\$325.559,85	\$359.625,25	\$393.998,72	\$434.092,71	\$477.588,99	\$523.444,23	\$574.631,89	\$630.158,51	\$687.805,96	\$753.137,63

ANEXO 15: BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS CORRIENTES										
Efectivo	\$125.703,51	\$264.013,04	\$418.702,91	\$592.470,30	\$785.504,64	\$1.001.153,99	\$1.240.786,27	\$1.505.010,70	\$1.795.913,76	\$2.117.073,02
ACTIVOS FIJOS										
Terreno	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00
Planta	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65
Depreciación Planta	\$6.142,89	\$12.285,78	\$18.428,67	\$24.571,56	\$30.714,45	\$36.857,34	\$43.000,22	\$49.143,11	\$55.286,00	\$61.428,89
Equipo De Oficina	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00
Depreciación Equipo De Oficina	\$1.602,00	\$3.204,00	\$4.806,00	\$6.408,00	\$8.010,00	\$11.214,00	\$14.418,00	\$17.622,00	\$20.826,00	\$24.030,00
Equipo De Computo	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00
Depreciación Equipo De Computo	\$3.897,00	\$7.794,00	\$11.691,00	\$19.485,00	\$27.279,00	\$35.073,00	\$46.764,00	\$58.455,00	\$70.146,00	\$85.734,00
Maquinaria Y Equipo	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90
Depreciación Maquinaria Y Equipo	\$1.342,34	\$2.684,68	\$4.027,02	\$5.369,36	\$6.711,71	\$8.054,05	\$9.396,39	\$10.738,73	\$12.081,07	\$13.423,41
Muebles Y Enseres	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40
Depreciación Muebles Y Enseres	\$3.491,53	\$6.983,06	\$10.474,60	\$13.966,13	\$17.457,66	\$24.440,72	\$31.423,79	\$38.406,85	\$45.389,92	\$52.372,98
TOTAL ACTIVOS	\$401.938,70	\$523.772,47	\$661.986,57	\$815.381,20	\$988.042,78	\$1.178.225,83	\$1.388.494,82	\$1.623.355,95	\$1.884.895,72	\$2.172.794,69
PASIVOS										
Préstamo Bancario	\$210.337,80	\$199.267,39	\$188.196,98	\$177.126,57	\$166.056,16	\$154.985,75	\$143.915,34	\$132.844,93	\$121.774,52	\$110.704,11
PATRIMONIO										
CAPITAL	\$191.600,89	\$324.505,08	\$473.789,59	\$638.254,63	\$821.986,62	\$1.023.240,08	\$1.244.579,49	\$1.490.511,02	\$1.763.121,21	\$2.062.090,58
TOTAL	\$401.938,70	\$523.772,47	\$661.986,57	\$815.381,20	\$988.042,78	\$1.178.225,83	\$1.388.494,82	\$1.623.355,95	\$1.884.895,72	\$2.172.794,69

BALANCE GENERAL										
AÑOS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ACTIVOS CORRIENTES										
Efectivo	\$2.472.076,63	\$2.861.145,63	\$3.288.485,11	\$3.755.918,57	\$4.266.848,32	\$4.825.640,78	\$5.435.620,89	\$6.101.127,63	\$6.828.178,82	\$7.620.561,68
ACTIVOS FIJOS										
Terreno	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00
Planta	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65	\$136.508,65
Depreciación Planta	\$67.571,78	\$73.714,67	\$79.857,56	\$86.000,45	\$92.143,34	\$98.286,23	\$104.429,12	\$110.572,01	\$116.714,90	\$122.857,79
Equipo De Oficina	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00	\$8.900,00
Depreciación Equipo De Oficina	\$29.654,00	\$35.278,00	\$40.902,00	\$46.526,00	\$52.150,00	\$59.376,00	\$66.602,00	\$73.828,00	\$81.054,00	\$88.280,00
Equipo De Computo	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00	\$12.990,00
Depreciación Equipo De Computo	\$101.322,00	\$116.910,00	\$136.395,00	\$155.880,00	\$175.365,00	\$198.747,00	\$222.129,00	\$245.511,00	\$272.790,00	\$300.069,00
Maquinaria Y Equipo	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90	\$14.914,90
Depreciación Maquinaria Y Equipo	\$16.108,09	\$18.792,77	\$21.477,46	\$24.162,14	\$26.846,82	\$29.531,50	\$32.216,18	\$34.900,87	\$37.585,55	\$40.270,23
Muebles Y Enseres	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40	\$19.397,40
Depreciación Muebles Y Enseres	\$62.847,58	\$73.322,17	\$83.796,77	\$94.271,36	\$104.745,96	\$111.729,02	\$118.712,09	\$125.695,15	\$132.678,22	\$139.661,28
TOTAL ACTIVOS	\$2.487.284,13	\$2.835.838,97	\$3.218.767,27	\$3.641.789,57	\$4.108.308,15	\$4.620.681,97	\$5.184.243,45	\$5.803.331,56	\$6.480.067,11	\$7.222.134,33
PASIVOS										
Préstamo Bancario	\$99.633,70	\$88.563,29	\$77.492,87	\$66.422,46	\$55.352,05	\$44.281,64	\$33.211,23	\$22.140,82	\$11.070,41	\$ -
PATRIMONIO										
CAPITAL	\$2.387.650,43	\$2.747.275,68	\$3.141.274,40	\$3.575.367,11	\$4.052.956,10	\$4.576.400,33	\$5.151.032,22	\$5.781.190,74	\$6.468.996,70	\$7.222.134,33
TOTAL	\$2.487.284,13	\$2.835.838,97	\$3.218.767,27	\$3.641.789,57	\$4.108.308,15	\$4.620.681,97	\$5.184.243,45	\$5.803.331,56	\$6.480.067,11	\$7.222.134,33

ANEXO 16: CASH FLOW Y CASH FREE

FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	\$774.480,00	\$837.600,12	\$905.864,53	\$979.692,49	\$1.059.537,43	\$1.145.889,73	\$1.239.279,74	\$1.340.281,04	\$1.449.513,94	\$1.567.649,33
Gastos Operativos	\$580.329,79	\$620.665,56	\$664.223,59	\$711.257,84	\$762.042,51	\$816.873,71	\$876.071,19	\$939.980,28	\$1.008.973,90	\$1.083.454,83
15% Part. Trabajadores	\$26.651,17	\$30.068,82	\$33.774,78	\$37.209,28	\$41.568,32	\$45.532,46	\$50.076,79	\$55.640,62	\$61.676,51	\$67.640,13
Impuestos	\$33.225,12	\$37.485,80	\$42.105,89	\$46.387,57	\$51.821,84	\$56.763,80	\$62.429,06	\$69.365,31	\$76.890,05	\$84.324,70
Pago De Préstamo	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	\$123.203,51	\$138.309,54	\$154.689,87	\$173.767,39	\$193.034,34	\$215.649,35	\$239.632,29	\$264.224,42	\$290.903,07	\$321.159,26

FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)										
AÑOS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ingresos	\$1.695.412,75	\$1.833.588,89	\$1.983.026,38	\$2.144.643,03	\$2.319.431,44	\$2.508.465,10	\$2.712.905,01	\$2.934.006,77	\$3.173.128,32	\$3.431.738,28
Gastos Operativos	\$1.163.858,09	\$1.250.653,53	\$1.344.348,68	\$1.445.491,74	\$1.554.674,88	\$1.672.537,82	\$1.799.771,61	\$1.937.122,80	\$2.085.397,96	\$2.245.468,45
15% Part. Trabajadores	\$73.656,07	\$81.363,18	\$89.139,98	\$98.211,02	\$108.051,81	\$118.426,30	\$130.007,22	\$142.569,80	\$155.612,21	\$170.393,13
Impuestos	\$91.824,57	\$101.432,76	\$111.127,84	\$122.436,40	\$134.704,59	\$147.638,12	\$162.075,66	\$177.737,02	\$193.996,55	\$212.423,43
Pago De Préstamo	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41	\$11.070,41
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	\$355.003,61	\$389.069,01	\$427.339,47	\$467.433,46	\$510.929,75	\$558.792,46	\$609.980,12	\$665.506,74	\$727.051,19	\$792.382,86

FLUJO DE CAJA LIBRE (CASH FREE)											
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Terreno	-100.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Planta	-136.509	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Equipo De Computo	-12.990	0	0	-12.990	0	0	-12.990	0	0	-12.990	0
Inversión Muebles Y Enseres	-19.397	0	0	0	0	-19.397	0	0	0	0	-19.397
Inversión Equipo De Oficina	-8.900	0	0	0	0	-8.900	0	0	0	0	-8.900
Inversión Maquinaria Y Equipo	-14.915	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital De Trabajo	-2.500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE											
Valor De Rescate Planta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor De Rescate Equipo De Computo		0	0	1.299	0	0	1.299	0	0	1.299	0
Valor De Rescate Muebles Y Enseres		0	0	0	0	1.940	0	0	0	0	1.940
Valor De Rescate Equipo De Oficina		0	0	0	0	890	0	0	0	0	890
Valor De Rescate Maquinaria Y Equipo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.491
Valor De Rescate Capital De Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE INVERSION	-295.211	123.205	138.312	143.002	173.771	167.572	203.964	239.639	264.232	279.221	297.193

FLUJO DE CAJA LIBRE (CASH FREE)									
AÑOS	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Inversión Terreno	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Planta	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Equipo De Computo	-12.990	0	0	-12.990	0	0	-12.990	0	0
Inversión Muebles Y Enseres	0	0	0	-19.397	0	0	0	0	0
Inversión Equipo De Oficina	0	0	0	-8.900	0	0	0	0	0
Inversión Maquinaria Y Equipo	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital De Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE									
Valor De Rescate Planta	0	0	0	0	0	0	0	0	13.651
Valor De Rescate Equipo De Computo	1.299	0	0	1.299	0	0	1.299	0	0
Valor De Rescate Muebles Y Enseres	0	0	0	1.940	0	0	0	0	1.940
Valor De Rescate Equipo De Oficina	0	0	0	890	0	0	0	0	890
Valor De Rescate Maquinaria Y Equipo	0	0	0	0	0	0	0	0	1.491
Valor De Rescate Capital De Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	2.500
TOTAL FLUJO DE INVERSION	377.390	427.352	467.447	473.786	558.808	609.997	653.834	727.070	812.875

ANEXO 17: PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO							
	8 HORAS	8 HORAS	50 PERSONAS	25 PERSONAS	UNIDADES		
	CANCHAS MÚLTIPLES	CANCHAS SINTÉTICAS	PISCINA	JUEGOS CREACIONALES	COMIDAS TÍPICAS	COMIDAS RÁPIDAS	BEBIDAS
PV	15	20	3	5	7	3,5	1,12
Costos 40%	6	8	1,2	2	2,8	1,4	0,448
Mc 60%	9	12	1,8	3	4,2	2,1	0,672
Mezcla De Ventas	5%	5%	35%	20%	10%	15%	10%
Contribución Ponderada	0,45	0,6	0,63	0,6	0,42	0,315	0,0672
TOTAL CONTRIBUCIÓN PONDERADA	3,0822						

COSTOS FIJOS	\$ 110.072,81
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$35712,41581

	CANCHAS MÚLTIPLES	CANCHAS SINTÉTICAS	PISCINA	JUEGOS RECREACIONALES	COMIDAS TÍPICAS	COMIDAS RÁPIDAS	BEBIDAS
Unidades Por Mezcla	1785,62079	1785,62079	12499,34553	7142,483161	3571,24158	5356,86237	3571,2416
VALOR TOTAL	26784,31186	35712,41581	37498,0366	35712,41581	24998,6911	18749,0183	3999,7906
	HORAS	HORAS	PERSONAS	PERSONAS	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD
CAPACIDAD MAXIMA	2400	2400	72000	60000	72000	240000	240000
DEMANDA	840	840	25200	21000	25200	84000	84000

ANEXO 18: RATIOS

Razones	Formulas	Resultados																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ratios Efectivo	Efectivo y Equivalentes	31 %	50 %	63 %	73 %	80 %	85 %	89 %	93 %	95 %	97 %	99 %	101 %	102 %	103 %	104 %	104 %	105 %	105 %	105 %	106 %
	Total Activos																				
Ratios Utilidad Neta	Utilidad Neta	15 %	16 %	16 %	17 %	17 %	18 %	18 %	18 %	19 %	19 %	19 %	20 %	20 %	20 %	21 %	21 %	21 %	21 %	22 %	22 %
	Ventas																				
Ratios Deuda	Deuda Total	52 %	38 %	28 %	22 %	17 %	13 %	10 %	8 %	6 %	5 %	4 %	3%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	0%
	Total Activos																				
Multiplicador Capital	1	48 %	62 %	72 %	78 %	83 %	87 %	90 %	92 %	94 %	95 %	96 %	97 %	98 %	98 %	99 %	99 %	99 %	100 %	100 %	100 %
	1 - Razón Deuda																				
Rotación Total De Activos	Ventas	193 %	160 %	137 %	120 %	107 %	97 %	89 %	83 %	77 %	72 %	68 %	65 %	62 %	59 %	56 %	54 %	52 %	51 %	49 %	48 %
	Total Activos																				
Rendimiento Capital	(M. Utilidad)(R. T. Activos)	14 %	16 %	16 %	16 %	15 %	15 %	14 %	14 %	14 %	13 %	13 %	12 %	12 %	12 %	11 %	11 %	11 %	11 %	11 %	10 %
	(M. Capital)																				

ANEXO 19: CARTA AVAL



COMUNA MONTAÑITA

CREADA POR ACUERDO MINISTERIAL Nº 15 DEL 7 DE ENERO DE 1938
AFILIADA A LA FEDERACIÓN DE COMUNAS DE LA PROVINCIA
MONTAÑITA – MANGLARALTO – SANTA ELENA

Comuna Montañita, 23 de Febrero de 2015

Ing.

Mercedes Freire Rendón.

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS-UPSE

Presente.

De mis Consideraciones:

Reciba un cordiales saludos, de parte de quienes conformamos el cabildo de la Comuna Montañita al mismo tiempo nos permitimos informar lo siguiente. Que he mantenido una audiencia con la señorita **CHÁVEZ NEIRA KATHERINE JOHANNA**, quien es estudiante de la UPSE facultad Ciencias Administrativas; en la reunión me expuso que como máximo representante de la comunidad el deseo de realizar trabajos investigativos en la comuna para la realización de su proyecto de tesis el cual tiene por NOMBRE **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA"**

Al analizar el nombre del proyecto nos pareció interesante en realizar estos trabajos los cuales seguramente aportaran al desarrollo de nuestra prestigiosa comunidad. Por este motivo damos el **AVAL** correspondiente a fin que la estudiante antes indicado pueda realizar sus trabajos de investigación sin ningún contratiempo. Autorizamos a la interesada dar uso de este documento para los fines que ella requiera.

Sin otro particular me suscribo.

Atentamente.

Sr. Iván del Pezo
Presidente



Montañita
SOY YO!

CASA COMUNA: Calle Guido Chiriboga y San Isidro Labrador es.
Telefax: 2060034 / email: comuna_montanita@hotmail.co
Telf: 0997183698 PRESIDENTE / 0993343850 SECRETARI

GLOSARIO

AGENCIA DE VIAJES: Empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier índole. (Jimenez, 2007)

AGENCIAS DUALES: Realizan las actividades de turismo emisor y receptor. (Jimenez, 2007)

AGENCIAS INTERNACIONALES: Se encargan de comercializar el producto de las agencias mayoristas y operadoras; aunque también proyectan, elaboran, organizan y venden servicios y paquetes turísticos directamente al usuario. (Jimenez, 2007)

AGENCIAS MAYORISTAS: Se encargan de proyectar, elaborar, organizar y vender en el país toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de las agencias internacionales y operadoras. Adicionalmente, organizan y venden en el exterior servicios turísticos del Ecuador mediante las agencias de viajes de otros países o de su principal en el extranjero. (Jimenez, 2007)

AGENCIAS OPERADORAS: Se encargan de elaborar, organizar, operar y vender, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del país o en el exterior. (Jimenez, 2007)

ARTESANÍAS: Reunión de oficios de carácter utilitario o artístico que no salen del ámbito familiar, es decir, de los talleres domésticos que el hombre utiliza de manera primitiva, desde las áreas indígenas hasta las desprivatizadas, campesinadas y aún urbanas. (Jimenez, 2007)

ATRACTIVO TURÍSTICO:- Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista. (Jimenez, 2007)

COMPLEJO TURÍSTICO: Superficie variable de territorio que reúne las siguientes condiciones: se ubican fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones permiten a los turistas el disfrute de su estadía, facilitando servicios de hospedaje, alimentación, distracción y prácticas deportivas. (Jimenez, 2007)

CONCIENCIA TURÍSTICA: Se define como el conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar, tanto frente a sus atractivos y recursos, como con los viajeros o turistas que los visitan. (Jimenez, 2007)

DEMANDA TURÍSTICA: Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia, formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (Jimenez, 2007)

ECOTURISMO: La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales, defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitats y sitios naturales. (Jimenez, 2007)

ETNOTURISMO: Turismo especializado, que se realiza en territorios pertenecientes a grupos étnicos con fines culturales, educativos, y recreativos; permitiendo así, conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos así como los aspectos de su historia. (Jimenez, 2007)

FLUJOS TURÍSTICOS: Cuantificación del desplazamiento de viajeros, que desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos. (Jimenez, 2007)

FOLKLORE: Ciencia del saber popular y de la civilización tradicional que investiga los mitos y creencias que han penetrado profundamente en el alma popular y que hacen parte del saber del pueblo (Jimenez, 2007)

ADMINISTRACIÓN: La administración que es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el desarrollo económico, refleja el espíritu esencial de la era moderna. Es en realidad indispensable y esto explica por qué una vez creada, creció con tanta rapidez. También decimos que administrar es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos (Chiavenato, 2000)

COSTOS DE PRODUCCIÓN Son los costos que se generan en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados o semielaborados, utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros (Bravo, Mercedes, 2007)

COMERCIALIZACIÓN: Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar (Bravo, Mercedes, 2007)

CONTABILIDAD: Es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa (Bravo, Mercedes, 2007)

CONTABILIDAD DE COSTOS: La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por

tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales (Bravo, Mercedes, 2007)

CONTROL: Función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los acontecimientos se adecuen a los planes. Implica medir el desempeño con metas y planes; mostrar donde existen desviaciones de los estándares y ayudar a corregirlos. (Chiavenato, 2000)

DIRECCIÓN: La dirección es la función de los administradores que implica en proceso de influir sobre las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo; se relaciona principalmente con el aspecto interpersonal de administra (Chiavenato, 2000)

DEMANDA Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Chiliquinga, Manuel, 1999)

ESTUDIO FINANCIERO: El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto. (Chiliquinga, Manuel, 1999)

ESTUDIO DE MERCADO: El Estudio de Mercado es el diseño sistemático, recolección, procesamiento, análisis y presentación de los hallazgos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa (Chiliquinga, Manuel, 1999)

ESTUDIO TÉCNICO: El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea. (Bravo, Mercedes, 2007)

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: La estructura organizacional es la suma de las formas en las cuales una organización divide sus labores en distintas actividades y luego las coordina (Bravo, Mercedes, 2007)

ESTADO DE RESULTADOS: Se lo define como un estado financiero que también se conoce como estado de ingresos y egresos. En él se muestran todos los ingresos de la empresa: ventas, productos financieros y otros ingresos, y los egresos: costos, gastos, gastos financieros e impuestos. Este estado financiero es de suma importancia, ya que refleja la utilidad de la empresa (Chiliquinga, Manuel, 1999)

BALANCE DE COMPROBACIÓN: Es un listado o resumen de todas las cuentas que han intervenido en un ejercicio económico, con la sumatoria de sus respectivos movimientos económicos. Se pasan las cuentas con sus respectivas sumas y saldos en el orden que aparecen en el libro mayor al finalizar un ejercicio contable. (Chiliquinga, Manuel, 1999)

BALANCE GENERAL: Expone a una fecha determinada el activo, el pasivo, el patrimonio y, en su caso, la participación minoritaria en sociedades controladas. Es un estado contable básico que ofrece una visión global del estado patrimonial, económico y financiero de la empresa (Chiliquinga, Manuel, 1999)

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN: El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados (Jacome, 2005)

PLANEACIÓN: Planeación es la primera función administrativa, y de encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño organizacional y decide sobre los recursos y tareas necesarios para alcanzarlos de manera adecuada. (Chiavenato, 2000)

OFERTA: Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Chiliquinga, Manuel, 1999)

ORGANIZACIÓN: El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto (Chiavenato, 2000)

PUNTO DE EQUILIBRIO: El punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto no se gana ni se pierde (Bravo, Mercedes, 2007)

RELACIÓN BENEFICIO COSTO: La relación beneficio – costo es el parámetro que sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja (Jacome, 2005)

TASA INTERNA DE RETORNO: La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero (Jacome, 2005)

VALOR ACTUAL NETO: El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Jacome, 2005)