



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Tesis de grado, previa la obtención del
Título de Ingeniero en Administración
Financiera

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
OPERADORA DE TURISMO, EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE
COTOPAXI – AÑO 2013”.

AUTOR:

ANGEL MAURICIO VEGA VILLAMAR

DIRECTOR:

Lcdo. Wilson Cerezo Segovia M.SC.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **ANGEL MAURICIO VEGA VILLAMAR**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

ANGEL MAURICIO VEGA VILLAMAR

CERTIFICACIÓN

La suscrita, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Financiera, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO, EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI – AÑO 2013”**. Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Lcdo. Wilson Cerezo Segovia M.S.C.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO, EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI – AÑO 2013”.

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Financiera

Aprobado por:

ECON: NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. DENNIS AGUIRRE VALDERDE, M.S.C. ING. IVONNE ORTEGA CABRERA, M.S.C.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, quien me ha permitido tener vida y así poder culminar con esta meta.

A mis padres por el enorme sacrificio que han hecho al hacer realidad este sueño ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A mis hermanos y demás familiares que de alguna manera han sido fundamentales para mí.

A cada uno de los profesores por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años y con estos ha sido posible este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento.

A mis padres quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante y me han brindado su apoyo incondicional.

ANGEL MAURICIO VEGA VILLAMAR

ÍNDICE

Contenido	
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	II
CERTIFICACIÓN	III
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA.....	VI
ÍNDICE	VII
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN).....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
CAPITULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN	2
1.2. PROBLEMATIZACIÓN	3
1.2.1. Problema de investigación.....	3
1.2.2. Formulación del problema	5
1.2.3. Sistematización del problema.....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	6
1.4. OBJETIVOS	7
1.4.1. General	7
1.4.2. ESPECÍFICOS.....	7
1.5. HIPÓTESIS	8
1.5.1. General	8
1.5.2. Específicas	8
CAPITULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
2.1.1. Investigación de mercado.....	10
2.1.2. Análisis de la demanda.....	11
2.1.3. Fuentes de información del proyecto	11
2.1.4. Muestreo.....	12
2.1.5. Análisis de la Oferta.....	12
2.1.6. Demanda Insatisfecha	13
2.1.7. Precio.....	13
2.1.8. Comercialización del Producto	13
2.1.9. Estudio Técnico	14
2.1.10. Tamaño Óptimo del Proyecto.....	14

2.1.11.	Localización Óptima del Proyecto	14
2.1.12.	Ingeniería del Proyecto.....	15
2.1.13.	Proceso de Producción.....	16
2.1.14.	Distribución de la Planta	16
2.1.15.	Costo.....	16
2.1.16.	Costo de Producción	16
2.1.17.	Costos Financieros	17
2.1.18.	Inversión total Inicial: Fija y Diferida	17
2.1.19.	Capital de Trabajo	18
2.1.20.	Punto de Equilibrio.....	18
2.1.21.	Estado de resultados	18
2.1.22.	Financiación de un proyecto (Project finance)	19
2.1.23.	Balance General	19
2.1.24.	Evaluación Económica	20
2.1.25.	Valor Presente Actual Neto	20
2.1.26.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	20
2.1.27.	Relación Beneficio Costo.....	21
2.1.28.	Período de Recuperación de la Inversión	21
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	22
2.2.1.	Actividad Turística	22
2.2.4.	Agencias de viajes internacionales o detallistas	23
2.2.5.	Atractivo turístico	23
2.2.6.	Clientes	23
2.2.7.	Competencia.....	23
2.2.8.	Costo directo.....	23
2.2.9.	Costos indirectos	24
2.2.10.	Ecoturismo	24
2.2.11.	Estadística	24
2.2.12.	Estados financieros	24
2.2.13.	Estrategias	24
2.2.14.	Estudio técnico	25
2.2.15.	Evaluación	25
2.2.16.	Factible	25
2.2.17.	Fauna.....	25
2.2.18.	Flora.....	25

Conjunto de las plantas de un país, región, etc.....	25
2.2.19. Flujo grama.....	25
2.2.20. Forfait.....	26
2.2.21. Indicador.....	26
2.2.22. Investigación de Mercado.....	26
2.2.23. Marco Administrativo.....	26
2.2.24. Matriz Foda.....	27
2.2.25. Medio Ambiente.....	27
2.2.26. Muestra.....	27
2.2.27. Normas técnicas.....	27
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	28
2.3.1. Requisitos para registrar un operadora de turismo receptivo.....	28
2.3.2. Documentos Requeridos.....	28
2.3.3. Requisitos para el Funcionamiento de una Operadora Turística:.....	29
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.1. Materiales y Métodos.....	32
3.1.1. Materiales.....	32
3.1.2. Métodos.....	32
3.2. Tipos de investigación.....	33
3.2.1. Descriptiva.....	33
3.2.2. Explicativa.....	33
3.3. Técnica de investigación.....	33
3.3.1. Encuesta.....	33
3.3.2. Instrumento.....	33
3.4. Fuentes de Información.....	34
3.4.1. Primarias.....	34
3.4.2. Secundarias.....	34
3.5. Población y Muestra.....	34
3.5.1. Población.....	34
3.5.2. Muestra.....	34
CAPITULO IV RESULTADOS.....	35
4.1 RESULTADOS.....	36
4.1.1. Estudio de Mercado.....	36
4.1.1.1. Cálculo de la oferta y la demanda.....	54
4.1.1.1.1. Demanda histórica.....	54

4.1.1.2. Proyección de la demanda	54
4.1.1.3. Demanda insatisfecha actual	56
4.1.1.4. Demanda insatisfecha futura	57
4.1.1.4.1. Porcentaje a satisfacer de la demanda insatisfecha futura	57
4.1.1.4.2. Frecuencia de asistencia de turistas al año	57
Estudio técnico	58
4.1.1.5. Antecedentes económicos	58
4.1.1.6. Ubicación	58
4.1.1.7. Costo de alquiler de oficina	58
4.1.1.8. Equipos de computación	59
4.1.1.9. Recursos humanos	61
4.1.1.10. Detalle de los cargos	61
4.1.1.11. Estratégica de la operada turística	65
4.1.1.12. Opción turística dos	68
4.1.1.13. Localización de la empresa	70
4.1.1.13.1. Macro localización	70
4.1.1.13.2. Micro localización	70
Estudio Económico Financiero	71
4.2. Discusión	86
4.3. Resultados de las hipótesis planteadas	87
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
5.1. CONCLUSIONES	89
5.2. RECOMENDACIONES	90
CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	91
6.1. Bibliografía	92
CAPITULO VII ANEXOS	94
7.1. ANEXOS	95
7.1.1. ENCUESTA	95

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Género.....	36
Cuadro 2. Edad.....	37
Cuadro 3. Lugares turísticos de la Maná.....	38
Cuadro 4. Motivo de viaje.....	39
Cuadro 5. Motivo de viaje.....	40
Cuadro 6. Personas para viajar.....	41
Cuadro 7. Motivos por lo que no visitaría los destinos turísticos.....	42
Cuadro 8. Contrataría los servicios de una operadora turística.....	43
Cuadro 9. Precio por pagar de un Tour 5 horas.....	44
Cuadro 10. Precio por pagar de un Tour 5 horas.....	45
Cuadro 11. Tipo de hospedaje.....	46
Cuadro 12. Forma de pago.....	47
Cuadro 13. A través de qué medios se enterarse.....	48
Cuadro 14. Fechas que prefiere viajar.....	49
Cuadro 15. Actividad que le llama la atención.....	50
Cuadro 16. Forma de viajar.....	52
Cuadro 17. Alimentación que prefiere.....	53
Cuadro 18. Demanda actual.....	54
Cuadro 19. Demanda futura.....	55
Cuadro 20. Demanda futura.....	55
Cuadro 21. Oferta histórica.....	55
Cuadro 22. Oferta Histórica proyecta de mínimos cuadrados.....	56
Cuadro 23. Oferta futura.....	56
Cuadro 24. Demanda insatisfecha actual.....	56
Cuadro 25. Demanda insatisfecha futura.....	57
Cuadro 26. Demanda insatisfecha futura.....	57
Cuadro 27. Frecuencia de asistencia de turistas al año.....	57
Cuadro 28. Muebles y enseres.....	59
Cuadro 29. Equipos de oficina.....	59
Cuadro 30. Equipos de computación.....	59

Cuadro 31. Equipos y vehículo	60
Cuadro 32. Impuestos de funcionamiento	60
Cuadro 33. Alquiler de la oficina	60
Cuadro 34. Gastos de adecuación.....	60
Cuadro 35. Depreciación.....	62
Cuadro 36. Análisis FODA de los atractivos turísticos del cantón La Mana.....	62
Cuadro 37. Análisis FODA de los servicios básicos del cantón La Mana	63
Cuadro 38. Análisis FODA de los servicios turísticos.....	64
Cuadro 39. Producto turístico uno.....	66
Cuadro 40. Inversión del proyecto.....	71
Cuadro 41. Calculo del capital de trabajo	71
Cuadro 42. Capital de trabajo	71
Cuadro 43. Financiamiento del proyecto.....	72
Cuadro 44. Tasa de Interés	72
Cuadro 45. Tabla de amortización	72
Cuadro 46. Gastos administrativos	73
Cuadro 47. Gastos Generales.....	74
Cuadro 48. Gastos de ventas	75
Cuadro 49. Costos de ventas.....	75
Cuadro 50. Ingresos por ventas	75
Cuadro 51. Estado de resultados	76
Cuadro 52. Punto de Equilibrio	76
Cuadro 53. Punto de Equilibrio	78
Cuadro 54. Punto de Equilibrio	79
Cuadro 55. Punto de Equilibrio	81
Cuadro 56. Punto de Equilibrio	82
Cuadro 57. Flujo de caja proyectado	84
Cuadro 58. Evaluación Financiera	85
Cuadro 59. Calculo del TMAR	85
Cuadro 60. Calculo del VAN y TIR	85
Cuadro 61. Periodo de Recuperación del Capital	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	36
Gráfico 2. Edad de los encuestados	37
Gráfico 3. Lugares turísticos de la Maná.....	38
Gráfico 4. Motivo de viaje.....	39
Gráfico 5. Motivo de viaje.....	40
Gráfico 6. Personas para viajar	41
Gráfico 7. Motivos por lo que no visitaría los destinos turísticos.....	42
Gráfico 8. Contrataría los servicios de una operadora turística	43
Gráfico 9. Precio por pagar de un Tour 5 horas.....	44
Gráfico 10. Precio por pagar de un Tour 5 horas.....	45
Gráfico 11. Tipo de hospedaje	46
Gráfico 12. Forma de pago.....	47
Gráfico 13. A través de qué medios se enterarse	48
Gráfico 14. Fechas que prefiere viajar	49
Gráfico 15. Actividad que le llama la atención	51
Gráfico 16. Forma de viajar.....	52
Gráfico 17. Alimentación que prefiere	53
Gráfico 18. Punto de Equilibrio	77
Gráfico 19. Punto de Equilibrio	78
Gráfico 20. Punto de Equilibrio	80
Gráfico 21. Punto de Equilibrio	81
Gráfico 22. Punto de Equilibrio	83

DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Titulo/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO, EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA COTOPAXI – AÑO 2013”.
2	Creador/Creator	M	Ángel Mauricio Vega Villamar Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Administración Financiera
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón la Maná y se tomó como referencia a los turistas nacionales y extranjeros Para el logro de los objetivos se realizó un estudio de mercado, técnico, y un estudio económico financiero con la finalidad de obtener la información requerida, además se realizó una evaluación que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Administración Financiera

6	Colaborador/Contributor	O	Lcdo. Wilson Cerezo Segovia M.SC.
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

RESUMEN EJECUTIVO

El presente “Estudio de Factibilidad para la implementación de una Operadora de Turismo, en el cantón la Maná, provincia de Cotopaxi” es un proyecto que se plantea de acuerdo a las necesidades del servicio a ofertar, con esta investigación, se pretende ayudar en la reactivación de la economía del cantón, además de generar fuentes de trabajo y mejorar el estilo de vida de muchos habitantes.

La investigación se resume en un diagnóstico situacional, que permitió determinar la realidad sobre la existencia de una operadora de turismo en la ciudad. El Marco teórico describe las bases teóricas de las variables relacionadas con los objetivos de la investigación, con el propósito de sustentar el perfeccionamiento del proyecto, a través del estudio de mercado, se estableció la oferta, demanda, precios, promoción entre otros aspectos.

En el estudio técnico, se estableció, el tamaño. La localización, la infraestructura los materiales, equipos, y la organización de la operadora turística.

El estudio económico y financiero demuestran la factibilidad y la viabilidad de la inversión a través del análisis de los ingresos, egresos, estado de resultados, los índices financieros VAN de \$42.535,43 y TIR 46,28%

Finalmente, se puntualiza las conclusiones, y se plantean las recomendaciones de la investigación realizada, destacándose, la factibilidad y la sustentabilidad de la inversión a través de la vida útil establecida para el proyecto.

SUMMARY

This "Feasibility Study for the implementation of a Tour Operator in canton Manna province Cotopaxi" is a project that arises according to the needs of the service to offer, this research is intended to assist in the recovery Canton economy and generate jobs and improve the lifestyle of many people.

The research is summarized in a situational analysis, which identified the reality on the existence of a tour operator in the city. The theoretical framework describes the theoretical basis of the variables related to the objectives of the research, with the aim of supporting the development of the project, through market research, supply, demand, pricing, promotion among other things established.

The technical study, was established size. The location, infrastructure materials, equipment, and organization of the tour operator.

The financial economic study and demonstrate the feasibility and viability of investment through the analysis of revenues, expenses, income statement, financial ratios NPV and IRR.

Finally, it is pointed conclusions and recommendations arising from the research conducted, especially, the feasibility and sustainability of investment through life established for the project.

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de promover el turismo en el Cantón la Maná, se presenta esta propuesta de implementar una operadora de turismo en la ciudad de la Mana, enfocados principalmente en el turismo rural de montaña, se planteará ofrecer paseos hacia ríos y cascadas, a estos lugares en la actualidad acuden cientos de turistas nacionales y algunos extranjeros, pero no son muy conocidos debido a la escasa publicidad que se les da, por lo que se considera una gran oportunidad para explotar el nicho de mercado de turistas extranjeros a través de agencias de viajes.

El capítulo uno, resume un diagnóstico situacional, que permitió analizar la situación actual sobre la existencia de una operadora de turismo en la ciudad. El capítulo dos narra las bases teóricas de las variables concernidas con los objetivos de la investigación, con el propósito de sustentar el desarrollo del proyecto, a través del estudio de mercado, se instituyó la oferta, demanda, precios, promoción entre otros aspectos. En el capítulo tres determina los métodos, tipos, técnicas y fuentes de información, necesarias para el desarrollo de la investigación. El capítulo cuatro detalla los resultados de la investigación a través de un a través del estudio de mercado, se estableció la oferta, demanda, precios, promoción entre otros aspectos. En el estudio técnico, se estableció, el tamaño. La localización, la infraestructura los materiales, equipos, y la organización de la operadora turística. El estudio económico y financiero demuestran la factibilidad y la viabilidad de la inversión a través del análisis de los ingresos, egresos, estado de resultados, los índices financieros VAN de \$42.535,43 y TIR 46.28%. Finalmente, se puntualiza las conclusiones, y se plantean las recomendaciones de la investigación realizada, destacándose, la factibilidad y la sustentabilidad de la inversión a través de la vida útil establecida para el proyecto.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Problema de investigación

En el Cantón la Maná, provincia de Cotopaxi; existen pocas opciones sobre promociones de paquetes turísticos para los turistas nacionales y extranjeros, las que existen actualmente no están aprovechadas, existen dificultades de traslado para los turistas extranjeros que desean conocer este hermoso lugar de la patria; en el país existen cada vez más una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros interesados en el turismo de aventura y en el Cantón la Maná no existe una operadora de turismo que ofrezca paquetes turísticos y tenga convenio con hoteles y agencias de viajes y existe escasa publicidad sobre este rincón de la patria.

La ciudad de la Maná se constituye para el proyecto como el lugar propicio para la ubicación de la operadora de turismo, y en la misma no se realizan actividades administrativas, financieras sobre esta problemática, no se toma contacto con ciudades como: Guayaquil, Quito, donde se encuentran la mayoría de los hoteles y agencias de viajes con quienes se puede formar alianzas.

Diagnostico

Causas

Desinterés de las instituciones locales

Carencia de infraestructura

Pésima calidad de servicios

Inexistencia de competencia perfecta

Efectos

No existen empresas turísticas

Incremento de problemas para los turistas

Pérdida de mercado turístico

Posicionamiento en el mercado

Pronóstico

De no existir una operadora de turismo en el cantón La Maná, se verá limitado el desarrollo turístico en el sector

Si no existe la infraestructura necesaria, se perderá posicionamiento en el mercado de la Mana sobre la operadora de turismo

Se debe aprovechar la falta de competencia, para el mejor posicionamiento de la operadora de turismo.

Si la ciudad de la Mana no cuenta con servicios básicos necesarios para el turismo, entonces se perderá el mercado objetivo para la operadora de turismo

Control del pronóstico

Realizar políticas conjuntas entre empresarios, entidades públicas y la comunidad, para la creación de una operadora de turismo en el cantón La Mana

Mejorar e implementar servicios básicos necesarios, accesibles para los turistas que arriban a La Mana

Crear políticas públicas que permitan el incremento de lugares recreacionales en el cantón de la Mana, para el bienestar de los turistas.

1.2.2. Formulación del problema

¿Cómo fomentar el turismo nacional y extranjero a través de un estudio de factibilidad para crear una operadora de turismo en el Cantón la Maná, Provincia de Cotopaxi?

1.2.3. Sistematización del problema

¿Cómo se podrá a través del estudio de mercado, identificar la demanda insatisfecha sobre una operadora de turismo en la ciudad de La Maná?

¿De qué manera el estudio técnico ayuda a identificar el proceso operativo de la empresa operadora de turismo?

¿Qué impacto genera el estudio económico para determinar la factibilidad de la inversión?

¿Cómo la evaluación financiera de la inversión permite tomar la decisión de invertir en el proyecto?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Entre las actividades de eventos que se pueden ofrecer a los turistas extranjeros en el Cantón la Maná están el turismo de Montaña ya que en el lugar existen elevaciones naturales encantadoras, ideales para la aventura, existen impresionantes cascadas desconocidas por muchos en el Cantón, la Provincia y el país. Otras de las actividades que se destacan son los hermosos ríos no contaminados y cristalinos y una gran variedad de complejos turísticos con piscinas, toboganes, restaurantes que ofrecen comidas típicas de la zona y cómodo alojamiento.

La realización de esta investigación permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos como egresado de la carrera en administración financiera, aplicando gran cantidad de información adquirida durante largos años de estudio, a través de esta idea se busca posicionar una empresa operadora ofreciendo paquetes turísticos a visitantes nacionales y extranjeros y a contribuir al desarrollo socio-económico del Cantón la Maná, la región y el país en general, razones por las que se justifica plenamente la investigación.

Fomentar el desarrollo turístico en el cantón a través de la oferta de servicios de calidad es la motivación de realizar el proyecto; en términos generales el turismo tiene enormes perspectivas de crecimiento y permite crear fuente de empleos en diversas áreas contribuyendo a la generación de riqueza y por ende a mejorar la calidad de vida de la población.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo en la ciudad de La Maná, que ofrezca paquetes turísticos a turistas nacionales y extranjeros en el Cantón la Maná.

1.4.2. ESPECÍFICOS

- Ejecutar el estudio de mercado, para identificar la demanda insatisfecha sobre una operadora de turismo en la ciudad de La Maná
- Diseñar el estudio técnico sobre el proceso operativo de la empresa operadora de turismo
- Efectuar el estudio económico para determinar la factibilidad de la inversión.
- Realizar la evaluación financiera que permita tomar la decisión de invertir en el proyecto.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. General

El estudio de factibilidad para la Creación de una empresa operadora de turismo con paquetes turísticos, permite incrementar la actividad turística en el cantón La Mana.

1.5.2. Específicas

- El estudio de mercado determina la demanda insatisfecha sobre una operadora de turismo en la ciudad de La Maná.
- El estudio técnico identifica el proceso operativo para la empresa operadora de turismo.
- El estudio económico aprueba la factibilidad de la inversión.
- La evaluación financiera ratifica la viabilidad económica de la inversión.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Investigación de mercado

(Naresh, 2008, pág. 8) La investigación de mercados intenta aportar información precisa que refleje la situación real. Es objetiva y debe realizarse de forma imparcial. Aunque siempre es influida por la filosofía del investigador, debería estar libre de los de los sesgos personales o políticos del investigador o de la administración.

(Berghe, 2010) Describe, que antes de comenzar a vender un producto se deben conocer cuáles son los hábitos y preferencias de los consumidores, para tal fin se diseña un formulario con preguntas que lleven a respuestas cerradas, para facilitar su posterior proceso de tabulación; en él se trata de conocer cuál es el perfil del consumidor potencial de la empresa, su sexo, nivel social, valor aproximado de ingresos, qué lo motiva a comprar, frecuencia y cantidad de artículos que adquiere de la competencia, su grado de satisfacción, razones por las que prefiere un artículo sobre otros, medios publicitarios por los que conoce o adquiere un producto, hábitos de compra, identificación y recordación de una marca o de un producto.

Se debe determinar el nicho de mercado y el tipo de consumidor con el que se realizará el descreme del mercado, con planes específicos y delimitados por fechas, de las nuevas áreas de mercado y nuevos tipos de consumidor que piensa obtener la compañía a mediano y largo plazo, planeando las metas de su mercado potencial y real que irá ganando la empresa, así como su participación en el mercado que va a ir logrando, bien sea motivando nuevos consumidores del producto o ganándoselos a la competencia; todo ello dentro de un plan estratégico previamente planeado y que debe irse cumpliendo paulatinamente para los próximos 5 a 10 años. (págs. 68-69)

2.1.2. Análisis de la demanda

(CÓRDOVA, 2008, pág. 62) Explica, la determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica-financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda.

La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo. (págs. 62-63)

2.1.3. Fuentes de información del proyecto

(FLOREZ, 2010, págs. 105-106) Describe, las fuentes de información pueden clasificarse de acuerdo con los criterios que establezca el investigador que busca la información. La información puede ser de carácter primaria y secundaria.

La información secundaria es la que está disponible en el momento de realizar la investigación de mercados y cuyo costo no es muy elevado. La información primaria es la que se realiza por primera vez para cubrir las necesidades específicas que se requieran para realizar la investigación de mercados. esta puede estar dentro de la empresa y se llamaría entonces datos internos, o puede estar fuera, en cuyo caso se llamará datos externos.

La información secundaria se aplica en el análisis documental, por cuanto los datos que se necesiten ya están disponibles a la hora de realizar la investigación de mercados. En el análisis documental se utiliza la creatividad y el sentido común del investigador del mercado.

Las áreas de estudio en donde puede ser más indicada la aplicación del análisis documental, pueden ser las siguientes:

- Cuando se realiza el estudio de las características de un producto a través de catálogos, anuncios, folletos, revistas, prensa diaria, etc.
- En la aplicación del marco económico y legal a un determinado producto.
- En la definición del tamaño del mercado al que se va a dirigir un producto.
- En la obtención de información sobre empresas del sector.
- En la selección del tamaño de una muestra que se va a utilizar a través de listados confiables de personas o empresas que sirvan para determinar el tamaño de la muestra.

2.1.4. Muestreo

(Morales C, 2009, pág. 49) El muestreo consiste en seleccionar las unidades de estudio representativas del universo, o población total, que en este estudio son los consumidores.

2.1.5. Análisis de la Oferta

(FLOREZ, 2010, pág. 129) Declara, oferta es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo. La oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades que todos los productores de ese mercado desean ofrecer.

(Morales C, 2009, pág. 69) La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

2.1.6. Demanda Insatisfecha

(Morales C, 2009, pág. 57) Existe demanda insatisfecha cuando la oferta de un producto o servicio no alcanza a cubrir las necesidades del mercado.

(FLOREZ, 2010, pág. 133) Explica, cuando el consumidor no ha logrado acceder al bien y/o servicio por falta del mismo.

2.1.7. Precio

(GARCIA, 2012, pág. 57) Describe, es necesario entender que el precio depende del producto y la percepción del valor que tenga de él el consumidor, queda claro que es una primera clave para la determinación de los precios; se hace un análisis de los precios que acostumbra pagar el segmento objetivo que hemos tomado del mercado, y la comparación de nuestro producto con los otros de los que puede disponer el consumidor.

(CÓRDOVA, 2008, pág. 77) Manifiesta, el precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

2.1.8. Comercialización del Producto

(MIRANDA, 2012, pág. 133) Analiza, el estudio de comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el

crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

2.1.9. Estudio Técnico

(MIRANDA, 2012, pág. 151) Indica, el estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto.

Según (FLOREZ, 2010, pág. 179) en el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se dispongan.

2.1.10. Tamaño Óptimo del Proyecto

(MIRANDA, 2012, pág. 151) Puntualiza, el tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

(PRIETO, 2009, pág. 101) El tamaño del proyecto se puede dar en números de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de los activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinaria utilizada, número de personas beneficiadas, etc.

2.1.11. Localización Óptima del Proyecto

(PRIETO, 2009, pág. 101) El tamaño óptimo de un proyecto es aquel que produce la rentabilidad más alta o la mayor diferencia entre los costos y beneficios (inversionista) o también el más bajo costo unitario o la mayor diferencia entre costos y beneficios sociales (estado).

(CÓRDOVA, 2008, pág. 111) El tamaño óptimo tiene que ver con aspectos como:

- Relación precio – volumen
- Relación costo – volumen
- El tamaño del proyecto se incrementa hasta que el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal.
- La estructura de los costos se mantienen constante hasta cierto límite, así:
 - Sobre ciertos niveles de producción es posible que ciertos costos bajen por economía de escala, mientras otros suben.
 - Para poder vender más de ciertos volúmenes es posible que los precios tengan que reducirse.

La determinación del tamaño debe basarse en el análisis de las dos variables presentes en la relación precio – volumen. Éstas le confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto por las economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. La evaluación que se realice de las mismas tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles y determinar el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar aquel en el que éste se maximiza.

2.1.12. Ingeniería del Proyecto

Según (MIRANDA, 2012, pág. 167) el estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

(PRIETO, 2009, pág. 109) Expresa, la ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción; que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio.

2.1.13. Proceso de Producción

(PRIETO, 2009, pág. 101) El proceso de producción consiste en la transformación de unos insumos mediante la aplicación de una tecnología adecuada. Los procesos de producción debe ser orientados teniendo en cuenta el flujo productivo (serie, pedido o proyecto) o teniendo en cuenta el tipo de producto que se va a producir.

2.1.14. Distribución de la Planta

(CÓRDOVA, 2008, pág. 135) Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias, se desarrolla un diagrama que especifique dónde está cada equipo y dónde está cada instalación (estacionamiento de ejecutivos, garaje, caldera, subestación eléctrica, casino, sala cuna, etc.). La precisión del diagrama de la distribución de la planta incide sobre la precisión de la estimación de costos de terrenos y sobre las pérdidas de carga asociadas a los equipos (las cotas pueden significar que se deban instalar bombas de impulsión que, de variar la localización de equipos, se podrían ahorrar).

2.1.15. Costo

(FLOREZ, 2010, pág. 277) Son los desembolsos o cargos asociados directamente con la producción de bienes y servicios, y de los cuales se generan ingresos.

2.1.16. Costo de Producción

(MIRANDA, 2012, pág. 217) Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados más directamente a la producción del bien o a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la

empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno.

2.1.17. Costos Financieros

(Baca, 2010) Indica que son los intereses que se deben pagar en relación con capital es obtenido en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es administrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlos en un área específica.

2.1.18. Inversión total Inicial: Fija y Diferida

Según (CÓRDOVA, 2008, pág. 191) **inversión fija:** los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.

Es convenientes especificar y clasificar los elementos requeridos para la implementación del proyecto (capital fijo), contemplando en este mismo compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos.

Inversión diferida: los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

2.1.19. Capital de Trabajo

(CÓRDOVA, 2008, pág. 192) Deduce, se conocen también como las necesidades de capital de trabajo que requiere el proyecto para comenzar su operación, ubicando los costos de los materiales (conociendo su rotación), transportes, desplazamientos y mano de obra, sueldos, arrendamiento, servicio públicos, mantenimiento, etc., determinando, ante todo, los elementos de costo significativos dentro del proceso de operación del proyecto.

La inclusión del capital de trabajo inicial en las inversiones se justifica en aquellos proyectos donde el proceso de producción es largo, como es el caso de los proyectos agrícolas, en que se tarda en efectuar las primeras ventas. En todos aquellos casos donde se tienen ingresos desde que se inicia la operación no es dable la consideración del capital de trabajo inicial como inversión.

2.1.20. Punto de Equilibrio

(GARCIA, 2012, pág. 103) El punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales.

Según (FLOREZ, 2010, pág. 282) este instrumento de análisis sirve para identificar en los períodos proyectados cuál es el volumen de ventas necesarias para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero.

2.1.21. Estado de resultados

(FLOREZ, 2010, pág. 276) El estado de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un período de tiempo determinado, generalmente un año.

Es un estado dinámico, ya que refleja una actividad. Es acumulativo, es decir, resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el último día del período.

El estado de resultados resume las transacciones correspondientes a los ingresos generados por el ente económico, así como los costos y gastos incurridos a lo largo de un periodo contable. De la diferencia entre los dos conceptos anteriores se obtiene la utilidad o pérdida lograda por la empresa durante el periodo.

(ZEHLE, 2008) El estado de ganancias y pérdidas (P&L account) o el estado de resultados captura, para un período específico, todas las ventas y todos los costos asociados con el logro ya sea de una ganancia o una pérdida para el período, aun si no se produce un flujo de fondos durante ese tiempo.

2.1.22. Financiación de un proyecto (Project finance)

(ZEHLE, 2008, pág. 249) La financiación de un proyecto representa el financiamiento que se ofrece para un proyecto específico y se concentra en los riesgos y el flujo de fondos del proyecto antes que la calidad crediticia del deudor. La financiación de proyectos representa un alto riesgo, pero para algunos proyectos a largo plazo basados en infraestructura, puede ser la única fuente de financiamiento disponible. El riesgo de financiación de un proyecto se acrecienta cuando la inversión se realiza en el exterior, donde la situación política y los riesgos del tipo de cambio incrementan los riesgos asociados al proyecto.

2.1.23. Balance General

Según (FLOREZ, 2010, pág. 233) el balance general utilizado en la proyección de la información en el plan de negocio, es la convencional. En el modelo propuesto incluye las cuentas del activo, subdivididas en activo corriente, activo fijo y otros

activos. Las del pasivo, a su vez, compuestas por el pasivo corriente y pasivo de largo plazo, y las del patrimonio.

Los rubros propuestos en el balance corresponden a aquellas partidas que se pueden encontrar cuando se está en presencia de un proyecto nuevo. En caso de uno en funcionamiento, será necesario incluir aquellas partidas que conforman el balance inicial del plan de negocio.

2.1.24. Evaluación Económica

(Baca, 2010, pág. 181) El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

2.1.25. Valor Presente Actual Neto

(GARCIA, 2012, pág. 99) Este criterio señala que el valor capital de una inversión es igual al valor actualizado de todos los rendimientos esperados, es decir, es igual a la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos esperados y el valor también actualizado de los pagos previstos.

2.1.26. Tasa Interna de Retorno (TIR)

(GARCIA, 2012, pág. 100) En la TIR también se necesita conocer el límite mínimo de rentabilidad “k”, que es la llamada condición de efectabilidad de una inversión.

Cuando existen varias alternativas de inversión efectuales, se dará prioridad a aquellas cuya tasa de retorno sea mayor.

Cuando la tasa de retorno es positiva y supera el costo del capital “k” conviene llevar a cabo la inversión, por el contrario, cuando la tasa de retorno es positiva pero inferior al valor de “k” o es negativa, entonces no es conveniente implementar la inversión.

(PRIETO, 2009, pág. 195) Es la medida de rentabilidad más adecuada. Es la tasa de interés que produce un V.P.N. igual a cero (0). Es la tasa de interés que devengan los dineros que se mantienen invertidos en el proyecto. Es una característica propia del proyecto independiente de la situación del inversionista en relación con su tasa de interés de oportunidad.

2.1.27. Relación Beneficio Costo

(PRIETO, 2009, pág. 201) Se utiliza especialmente en proyectos relacionados con el sector público y que reciben financiación de organismo de ayuda multilateral ya sean bancarios o de cooperación internacional entre países y su cálculo está basado en el concepto del V.P.N.

2.1.28. Período de Recuperación de la Inversión

(CÓRDOVA, 2008, pág. 234) Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Vaquiro, 2010). El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al período de recuperación.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. Actividad Turística

(Rodríguez, 2009) Expresa, la actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes.

2.2.2. Información Turística

Según la oficina de turismo la información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional a través de informadores turísticos o guías, correos de turismo, acompañante de grupo.

La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

2.2.3. Agencia de viajes

Es una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes, y la venta de servicios sueltos, u organizados en forma de paquetes, con carácter de intermediario entre las empresas llamadas a prestar servicios y el usuario final, para fines turístico, comerciales o de cualquier otro índole.

2.2.4. Agencias de viajes internacionales o detallistas

Son aquellas que se vende directamente al usuario el producto de las agencias de viaje mayoristas. Proyectan, elaboran, organizan y vende servicios y paquetes turísticos de agencias operadoras al usuario que pueden ser local o internacionalmente.

2.2.5. Atractivo turístico

Conjunto de elementos materiales y/ o inmateriales que son susceptibles ser transformados en un producto turístico que tenga la capacidad para indicar sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

2.2.6. Clientes

Respecto del que ejerce alguna profesión, personas que utiliza su servicio.

2.2.7. Competencia

Conjunto de oferentes de un mismo producto dentro de un mercado determinado, entre los cuales hay una contenida respecto de los productos que ofrecen.

2.2.8. Costo directo

Son los que identifica plenamente con una actividad, departamento producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del directorio de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto.

2.2.9. Costos indirectos

Es el que se puede identificar con una actividad determinada. Cultura: conjunto de símbolos (como valores, normas, actitudes, creencia, idiomas, costumbre, etc.) y objeto (como vestimenta, vivienda, productos, obras de artes, etc.) que son aprendidos, compartidos y transmitido de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto es un factor de termina, regula y modela la conducta humana.

2.2.10. Ecoturismo

Forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en área con un atractivo natural especie y se enmarca dentro de los parámetro del desarrollo humano sostenible.

2.2.11. Estadística

Detención, estancia, permanencia en algún sitio.

2.2.12. Estados financieros

Son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa.

2.2.13. Estrategias

Conjunto de decisiones que determina la coherencia de las iniciativas y reacciones de la empresa frente a su entorno.

2.2.14. Estudio técnico

Análisis en base a los resultados del estudio de mercado en el que se decidirá que infraestructura será la necesidad para llevarlo a cabo.

2.2.15. Evaluación

Es un proceso que procura determinar, de manera más sistemática y objetiva posible, la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de actividades a la luz de los objetivos específicos.

2.2.16. Factible

Que se puede hacer.

2.2.17. Fauna

Conjunto de especies animales que habitan en determinados ambientes y territorios.

2.2.18. Flora

Conjunto de las plantas de un país, región, etc.

2.2.19. Flujo grama

Es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica.

2.2.20. Forfait

Vale por el que se paga de antemano una cantidad fija y que permite utilizar unas instalaciones o realizar una serie de actividades.

2.2.21. Indicador

Magnitud utilizada para medir o comprar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución d un proyecto, programa o actividad.

Alteración, modificación o cambio en el ambiente, o en alguno de sus componentes de cierta magnitud y complejidad originada o producida por los efectos de la acción o actividad humana.

2.2.22. Investigación de Mercado

Proceso de recopilación, procesamiento y análisis la información, respecto a temas relacionados con la mercadotécnica, como: clientes, competidores y el Mercado.

2.2.23. Marco Administrativo

Estructuración administrativa de la nueva entidad para que pueda funcionar y poder cumplir con su objetivo Marketing Mix: Es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen de los consumidores potenciales.

2.2.24. Matriz Foda

Es una herramienta que permite formar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

2.2.25. Medio Ambiente

Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del hombre y en las generaciones venideras. Mercado: Lugar en el que se comercializan productos sean estos bienes o servicios. Mercado meta: Conjunto de compradores que tiene necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización desde servir.

2.2.26. Muestra

Parte o porción extraída de un conjunto, por métodos que permitan considerarla representativa del mismo.

2.2.27. Normas técnicas

Es el instrumento jurídico donde constan regulaciones especiales donde se definen características, estándares relacionados con los parámetros la calificación y categorización de la calidad de las actividades eco turística.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la ejecución del proyecto el cual requiere apertura de una operadora turística se deberá cumplir con los artículos 83, 84 y 89 del reglamento de Actividades Turísticas del Ecuador.

2.3.1. Requisitos para registrar un operadora de turismo receptivo.

Solicitud dirigida a la Subsecretaría Regional del Litoral, la cual deberá contar con lo siguiente:

- a) Nombres completos del representante de la compañía.
- b) Un listado de los documentos que adjunta.
- c) La categoría en la cual desea operar.
- d) Teléfono y domicilio de la Agencia de viajes para notificaciones.
- e) Firma del representante legal de la compañía, a su vez la firma del abogado patrocinante. (www.web.ambiente.gob.ec/proyectos)

2.3.2. Documentos Requeridos

- a) Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, inscrita en el respectivo registro mercantil.
- b) Presentar original o copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía.
- c) Una copia certificada del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- d) El certificado de votación y copia de cédula de identidad.
- e) Curriculum Vitae de los ejecutivos y nómina del personal administrativo.
- f) Certificado de IEPI, instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

2.3.3. Requisitos para el Funcionamiento de una Operadora Turística:

- a) Registro y autorización en el Ministerio de Turismo.
- b) Permiso de funcionamiento anual, emitido por el Municipio de Guayaquil
- c) Debe poseer un espacio de 30 metros y un baño, como mínimo
- d) Iniciar las actividades con un activo total de 8000 dólares.

A continuación se exponen los artículos del Reglamento de Actividades Turísticas del Ecuador, en relación al registro y funcionamiento de una operadora turística.

Art. 83.- Exigencias para los locales.- Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

Art. 84.- Certificado de registro.- En el certificado de registro, constará el número de registro de la agencia el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad. En toda publicidad impresa que realice una agencia de viajes se indicará el número de registro otorgado por el Ministerio de Turismo, el nombre de la agencia o, en su caso, el de la marca comercial registrada, así como su dirección.

Art. 89.- Servicios de agencias operadoras: todos los servicios prestados por dichas operadoras pueden ser ofertados y vendidos directamente, ya sea nacional como internacionalmente. Actividad que se desenvolverá dentro de los siguientes marco:

- a) Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del ámbito nacional.
- b) Venta de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de agencias de viajes.

- c) Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país.
- d) Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos ya sean estos museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país.
- e) Alquiler de equipos destinados a la práctica del turismo deportivo.

Para la ejecución de los programas turísticos dentro del país, se deberá utilizar guías turísticos, que posean licencias expedidas por el Ministerio de Turismo.

Para la operación del transporte turístico la operadora turística deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Las personas responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo.

El servicio de transporte turístico no se podrá prestar a ninguna persona natural o jurídica, que no esté legalmente registrada en el Ministerio de turismo, como agencia de viajes operadora.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales y métodos.

3.1.1. Materiales

- ✓ Lapto
- ✓ Impresora
- ✓ Revistas
- ✓ Copiadora
- ✓ Pendrive
- ✓ Hojas papel Bon
- ✓ Lapiceros

3.1.2. Métodos

- ✓ **Inductivo**

Este método permitió analizar y resolver todo lo concerniente a la prestación de servicio que es el objetivo general de la investigación de una forma concreta y de manera global.

- ✓ **Deductivo**

Este método se utilizó para determinar los canales más adecuados y realizar un análisis que ayuda a determinar los procesos operativos para la prestación de servicio turístico en el cantón La Mana.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Descriptiva

Nos ayudó a analizar el impacto socio-económico y a realizar una descripción objetiva de la calidad que genera la operadora de turismo permitiendo evaluar diversos aspectos del fenómeno a investigar, describe la tecnología, el tamaño, la localización.

3.2.2. Explicativa

Permitió identificar por qué y las condiciones en que ocurre llegar al conocimiento de las causas y establecer las causas y efectos para establecer los resultados de la investigación.

3.3. Técnica de investigación

3.3.1. Encuesta

Permitió la recopilación de información sobre el objetivo del proyecto que sirve para expresar teorías que ayudan al estudio del problema a través de una encuesta dirigida a los turistas extranjeros.

3.3.2. Instrumento

Es el cuestionario de preguntas que se utilizó en la investigación permitiendo recolectar y registrar la información sobre la implementación de la operadora de turismo en la ciudad de la Maná.

3.4. Fuentes de Información

3.4.1. Primarias

Permiten la recolección de datos a través de trabajo de campo, dirigidas a visitantes extranjeros que arriban al cantón la Maná.

3.4.2. Secundarias

Facilitó la consulta y toma de datos a través de información existente en folletos, revistas, libros, internet, entre otros que respaldan el trabajo de esta investigación.

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

No existen datos oficiales sobre la cantidad de turistas que arriban al cantón La Mana, por lo que se procedió a tomar una muestra al azar.

3.5.2. Muestra

La muestra fue aleatoria, seleccionando al azar a 120 turistas que visitan la ciudad de La Mana, provincia de Cotopaxi

CAPITULO IV
RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

4.1.1. Estudio de Mercado

Encuesta: Realizada a los turistas extranjeros que arriban a la ciudad de La Mana, para conocer su criterio sobre la implementación de una operadora de turismo, ofreciendo paquetes turísticos para turistas nacionales y extranjeros.

1.- Género del encuestado

Cuadro 1. Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	31	26%
Masculino	89	74%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

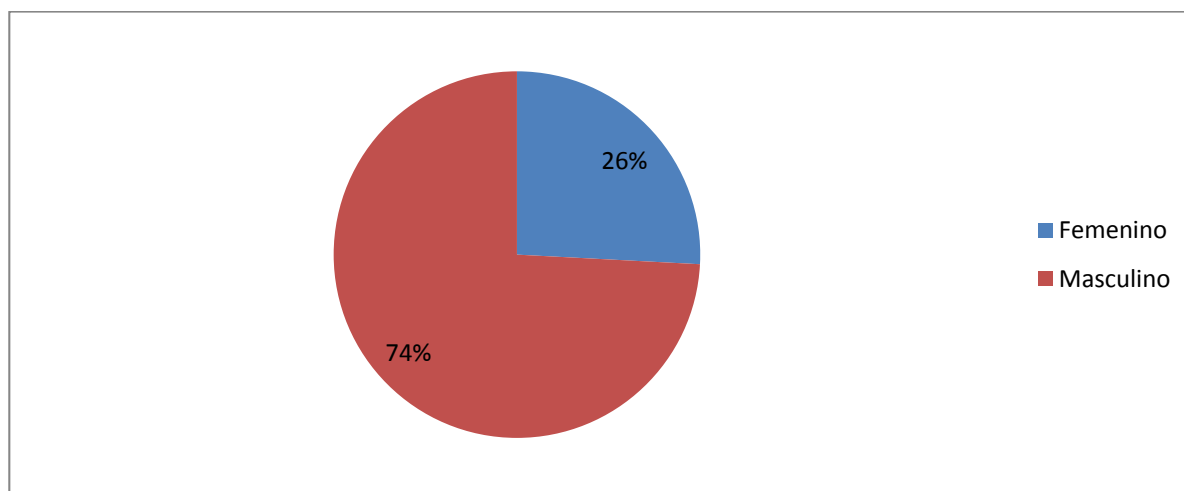


Gráfico 1. Género

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos con un 74% es de sexo masculino seguido del sexo femenino con un 26 %.

2.- ¿Podría describir su edad?

Cuadro 2. Edad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 24 años		
De 25 a 29 años	19	16%
De 30 a 34 años	32	27%
De 35 a 39 años	69	57%
Mayor a 40 años	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

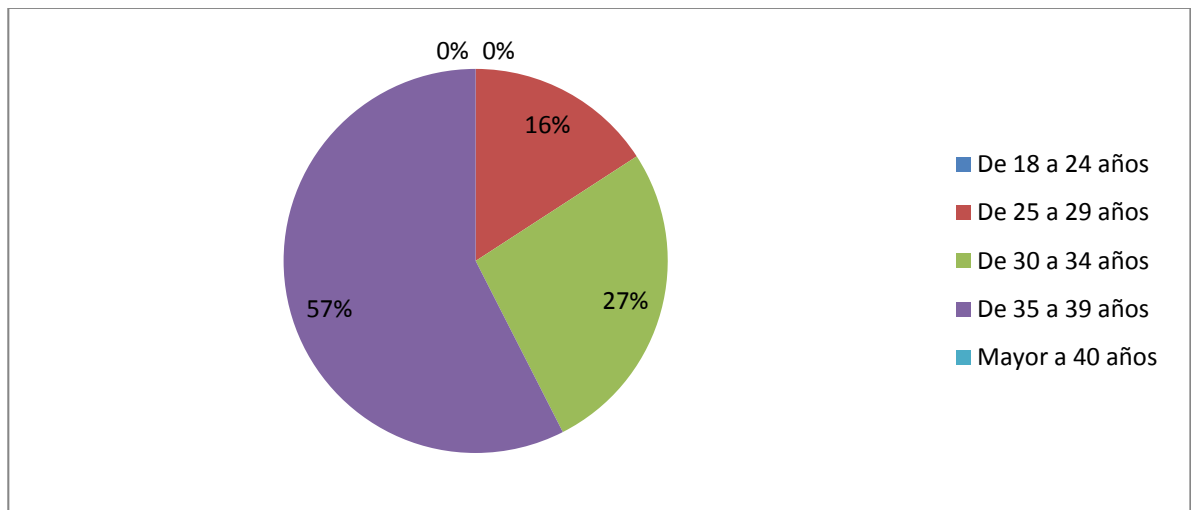


Gráfico 2. Edad de los encuestados

Interpretación

El siguiente gráfico nos indica la edad de 35 a 39 años con un 57%, de 30 a 34 años con el 27%, de 25 a 29 años con el 16%.

3.- ¿Se ha enterado de los encantadores lugares turísticos que posee el cantón la Maná, en la provincia de Cotopaxi?

Cuadro 3. Lugares turísticos de la Maná

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	120	100%
No	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

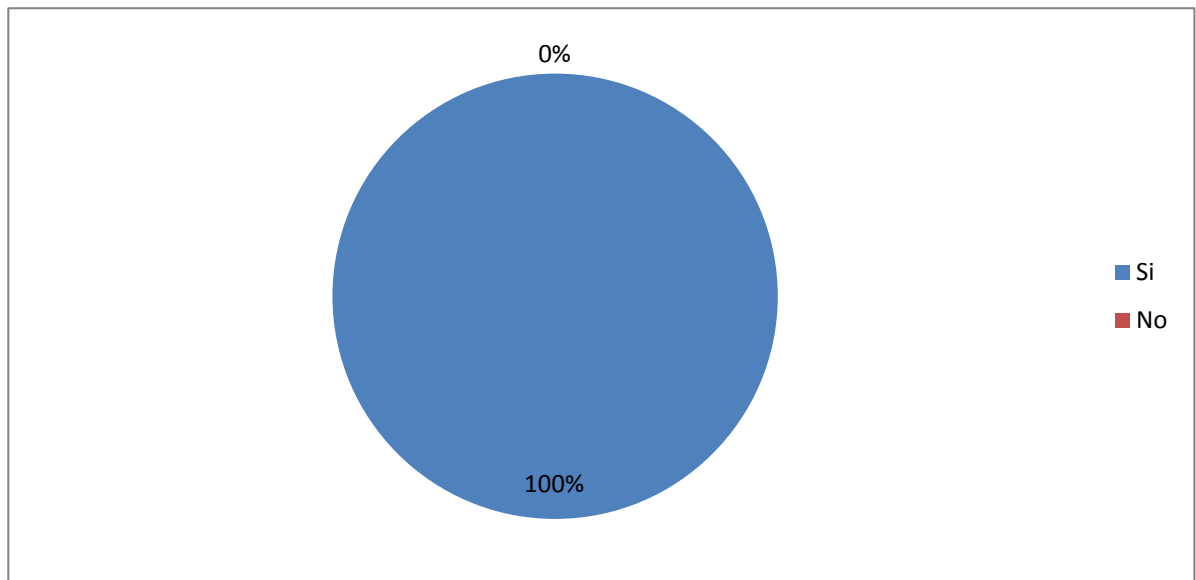


Gráfico 3. Lugares turísticos de la Maná

Interpretación

El siguiente gráfico demuestra que el 100% de los encuestados se ha enterado de los lugares turísticos que posee el cantón la Maná en la provincia de Cotopaxi.

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje para disfrutar de lugares turísticos del Ecuador?

Cuadro 4. Motivo de viaje

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	78	65%
Trabajo	41	34%
Salud	0	0%
Culturas	0	0%
Religión	0	0%
Otros	1	1%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

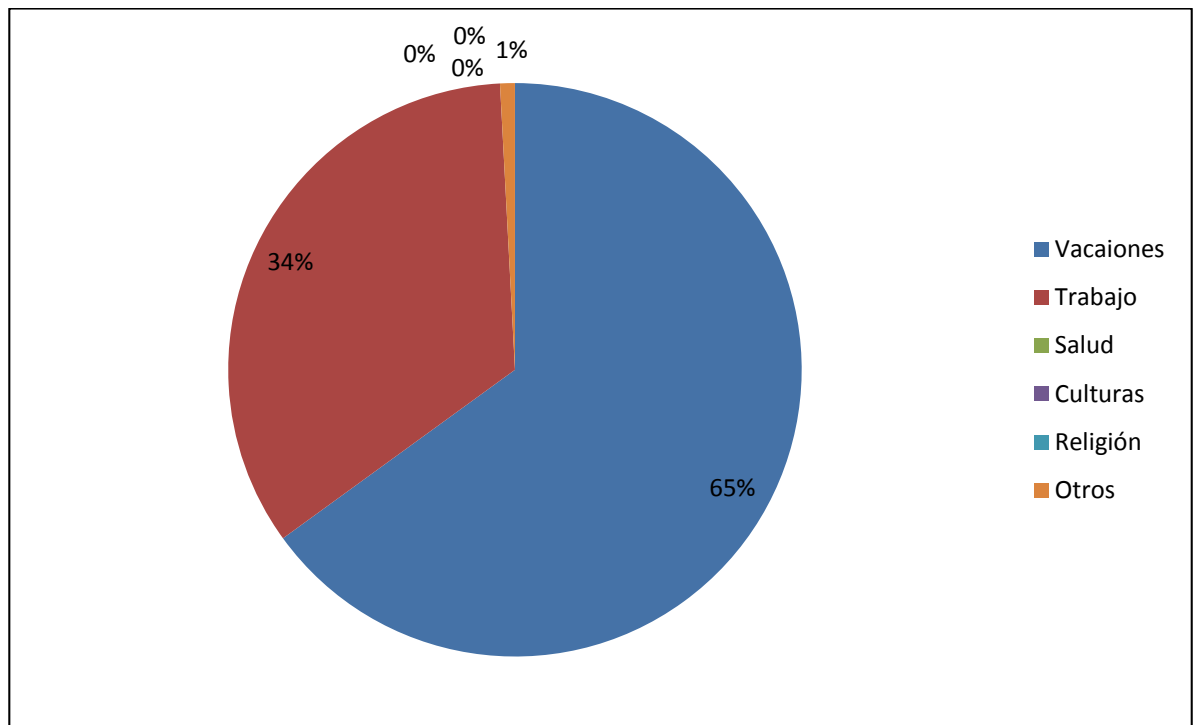


Gráfico 4. Motivo de viaje

Interpretación

De los resultados obtenidos podemos considerar que el 65% de los encuestados vienen por motivo de vacaciones seguido con el 34% por trabajo.

5. ¿Cuándo usted visita lugares turísticos con quien lo hace?

Cuadro 5. Motivo de viaje

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Solo	59	49%
Pareja	27	23%
Familia	34	28%
Amigos	0	0 %
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

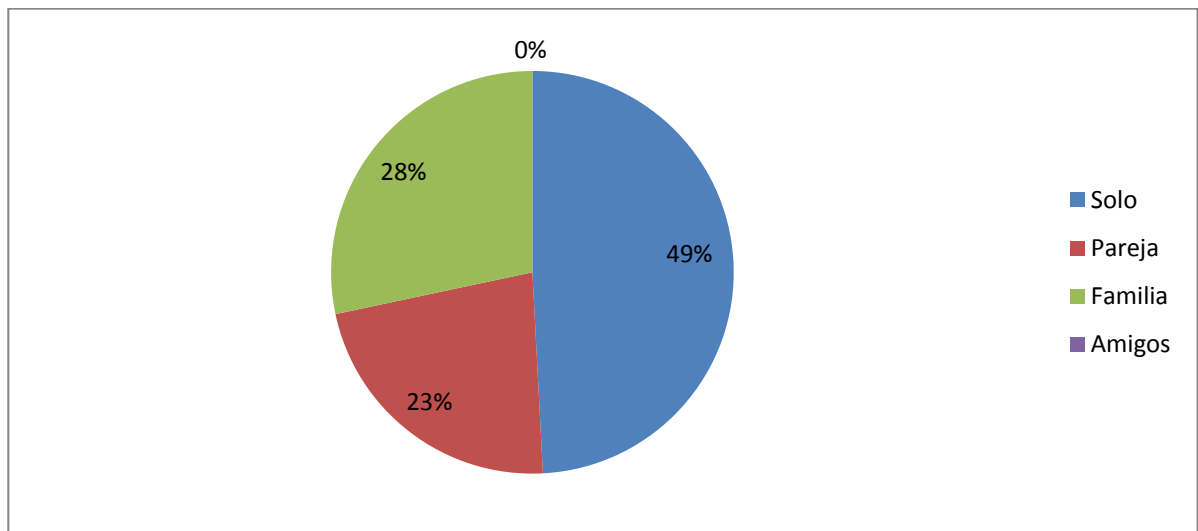


Gráfico 5. Motivo de viaje

Interpretación

Según el cuadro demuestra que 49% cuando visita el Ecuador lo hace solo en familia lo hace el 28% y por último el 23% en pareja.

6. ¿Con cuántas personas acostumbra viajar?

Cuadro 6. Personas para viajar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 persona	76	63%
2 personas	15	13%
3 personas	29	24%
4 personas	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

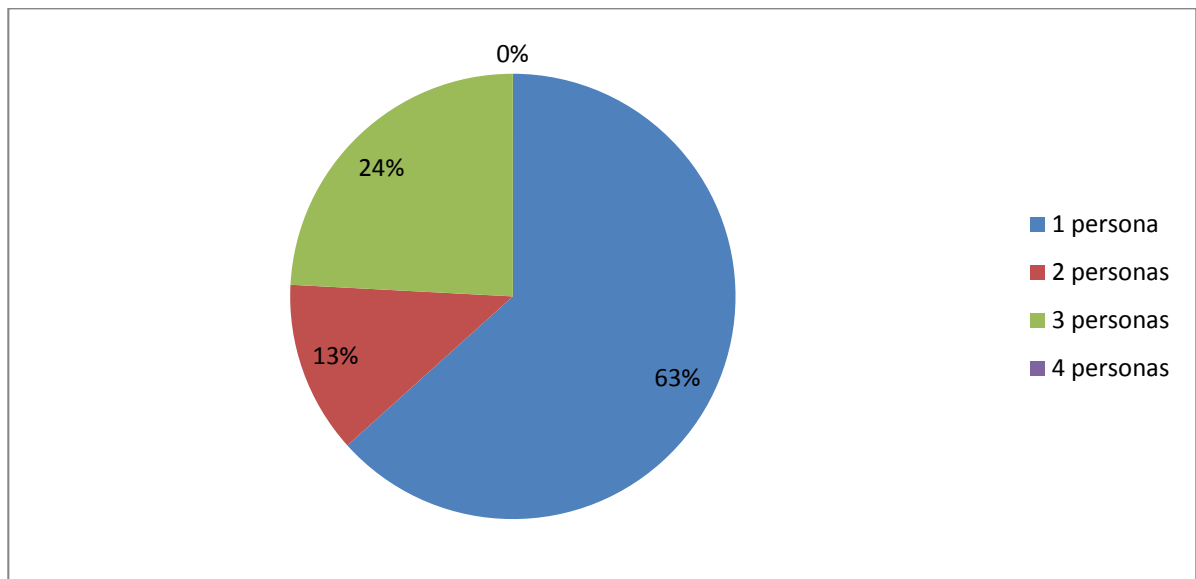


Gráfico 6. Personas para viajar

Interpretación

El siguiente gráfico demuestra con un 63% que acostumbra a viajar con una persona, seguido del 24% que son tres personas, y por último el 13% lo hace con dos personas.

7.- ¿Marque con una x por qué motivos no visitaría los destinos turísticos que tiene el Ecuador?

Cuadro 7. Motivos por lo que no visitaría los destinos turísticos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Falta de seguridad	72	60%
Falta de alojamiento	20	17%
Pésimo servicio turístico	28	23%
Falta de iniciativas gastronómicas	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

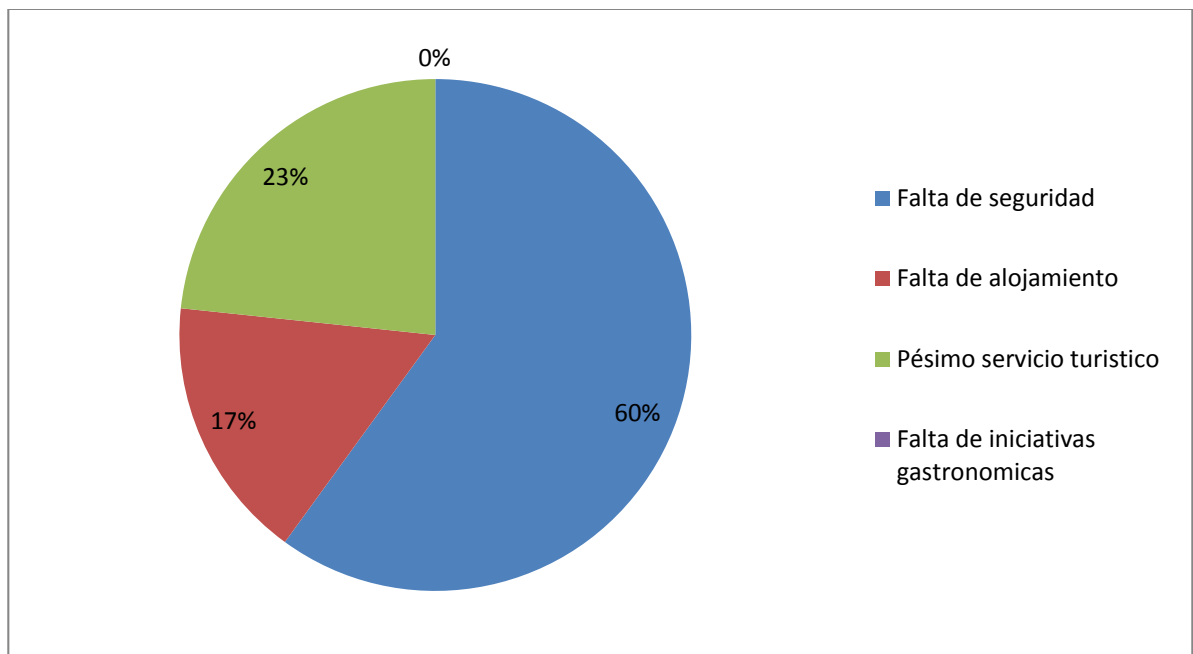


Gráfico 7. Motivos por lo que no visitaría los destinos turísticos

Interpretación

De los resultados obtenidos podemos considerar que el 60% de los encuestados no visitaría los destinos turísticos que tiene el Ecuador por falta de seguridad, el 23% con un pésimo servicio turístico y por último el 17% por falta de alojamiento.

8.- ¿Usted contrataría los servicios de una operadora turística para recorrer los destinos turísticos que tiene el cantón La Maná?

Cuadro 8. Contrataría los servicios de una operadora turística

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	81%
No	23	19%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

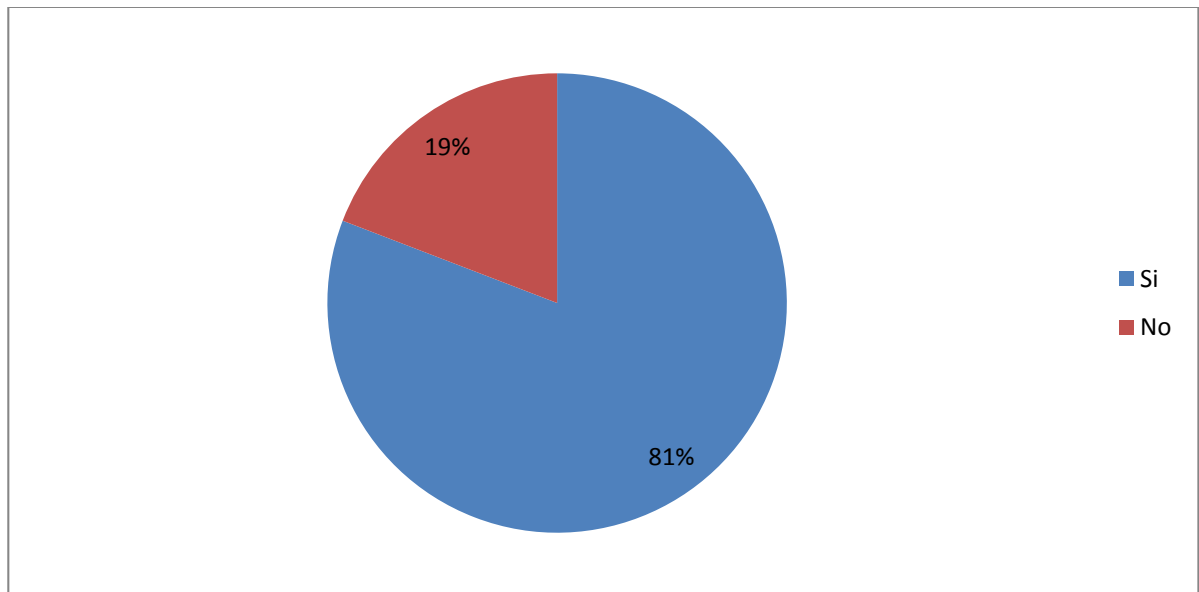


Gráfico 8. Contrataría los servicios de una operadora turística

Interpretación

Este gráfico refleja con un 81% que si contrataría los servicios de una operadora turística para recorrer los destinos turísticos que tiene el cantón La Maná, y con el 19% no contrataría.

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de 5 horas para recorrer lugares turísticos que tiene el cantón La Maná?

Cuadro 9. Precio por pagar de un Tour 5 horas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 25 USD	61	51%
De 26 a 30 USD	41	34%
Más de 30 USD	18	15%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

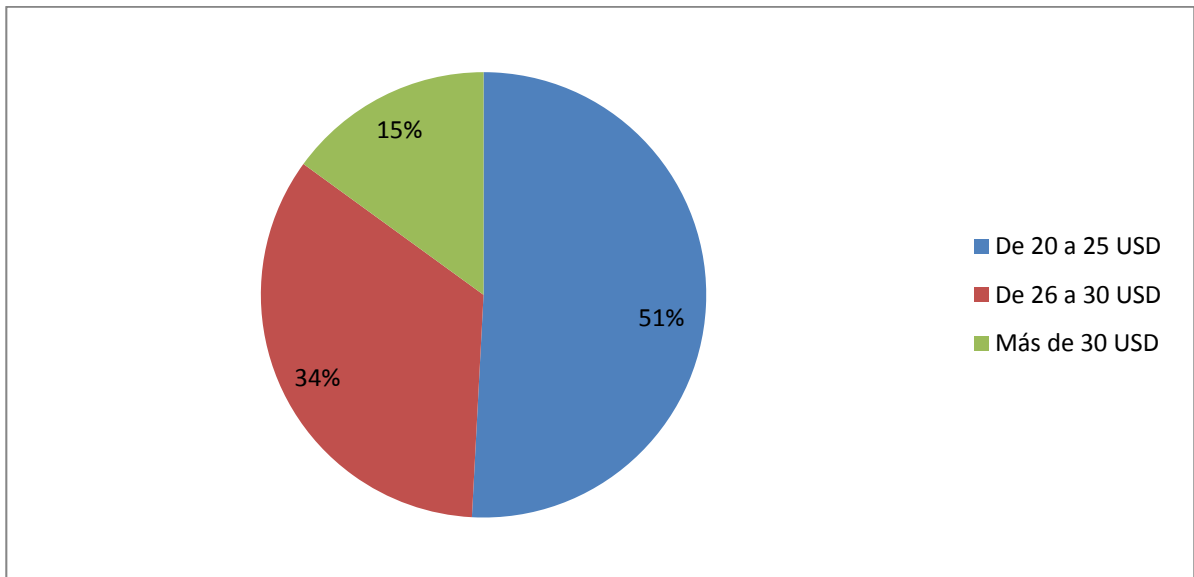


Gráfico 9. Precio por pagar de un Tour 5 horas

Interpretación

Según este gráfico podemos decir con un 51% respectivamente que el valor que está dispuesto a pagar por un tour de 5 horas para recorrer lugares turísticos que tiene el cantón La Maná es de \$20 a \$25 dólares, el 34% de \$26 a \$30 dólares y por último con el 15% pagaría más de \$30 dólares.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días que incluya recorridos por los lugares turísticos que tiene el cantón La Maná?

Cuadro 10. Precio por pagar de un Tour 5 horas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 120 USD	59	49%
De 121 a 150 USD	38	32%
Más de 150 USD	23	19%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

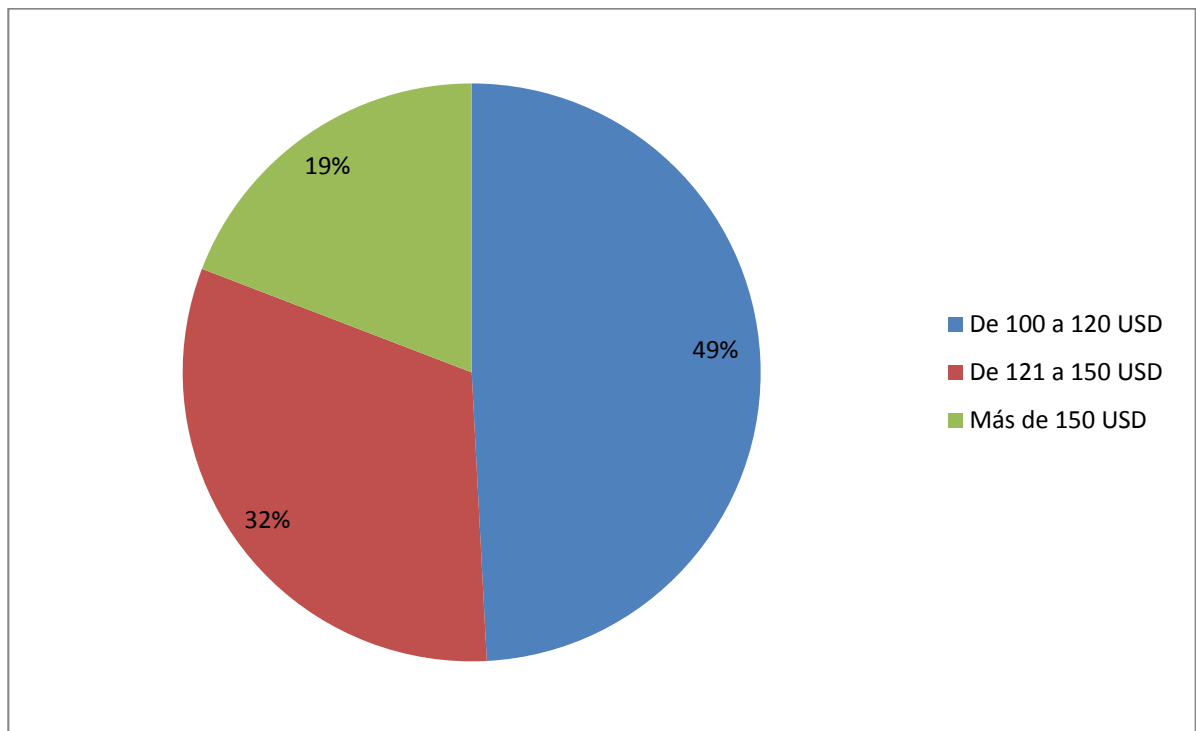


Gráfico 10. Precio por pagar de un Tour 5 horas

Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos indicar con el 49% estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días que incluya recorridos por los

lugares turísticos que tiene el cantón La Maná de \$100 a \$120 dólares, el 32% entre \$121 a 150 dólares y por ultimo con el 19% más de \$150 dólares.

11. ¿Qué tipo de hospedaje le gustaría utilizar?

Cuadro 11. Tipo de hospedaje

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Hostal	37	31%
Hotel	54	45%
Hostería	10	8%
Cabañas ecológicas	19	16%
Otros especifique	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

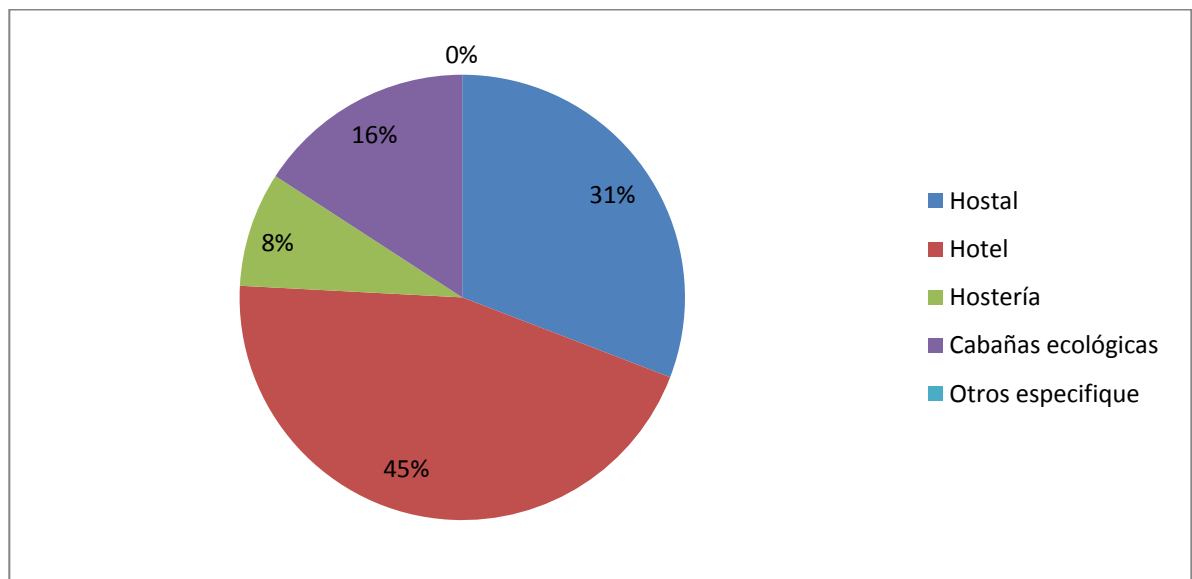


Gráfico 11. Tipo de hospedaje

Interpretación

Este gráfico nos indica con un porcentaje del 45% el hospedaje que le gustaría utilizar son los hoteles, seguido del 31% por los hostales, el 16% cabañas ecológicas y el 8% los hostales.

12. ¿Cuál es su forma de pago?

Cuadro 12. Forma de pago

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	43	36%
Tarjeta de crédito	77	64%
Cheque	0	0%
Depósitos	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

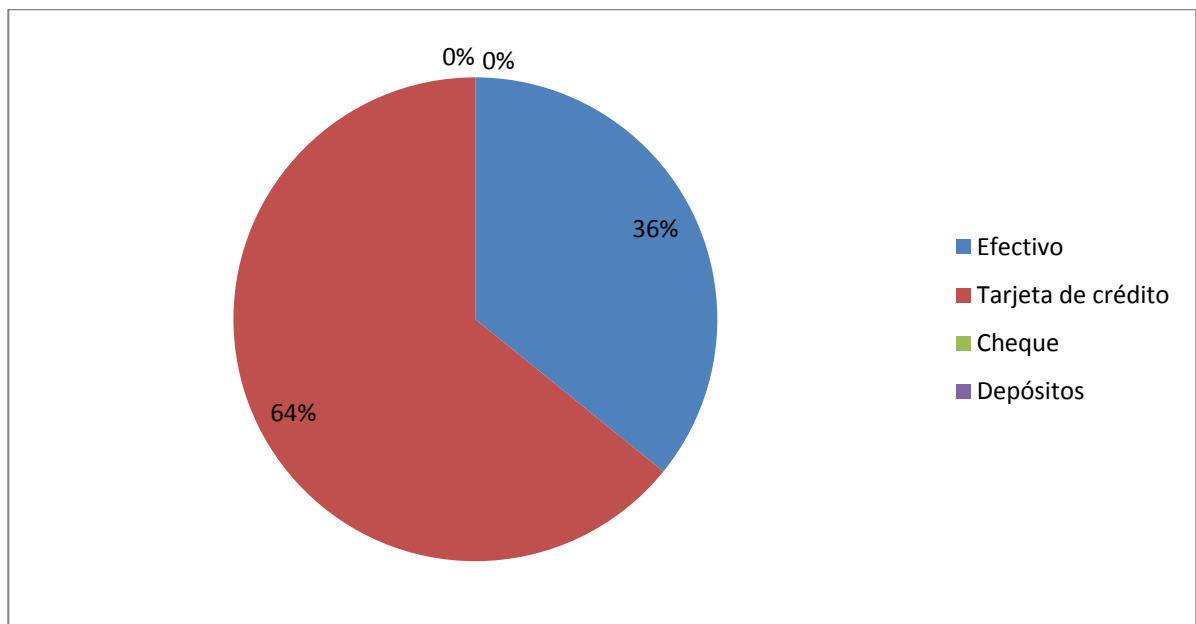


Gráfico 12. Forma de pago

Interpretación

De acuerdo con este gráfico podemos decir con un 64% que la forma de pago es con tarjeta de crédito, mientras que el 36% restante lo hace en efectivo.

13. ¿Cuándo usted realiza un viaje; regularmente se orienta por?

Cuadro 13. A través de qué medios se enterarse

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
web	70	58%
Televisión	15	13%
Emisora	0	0%
Periódico	0	0%
Guías turísticas	35	29%
Familiares y amigos	0	0%
Otros, detalle	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

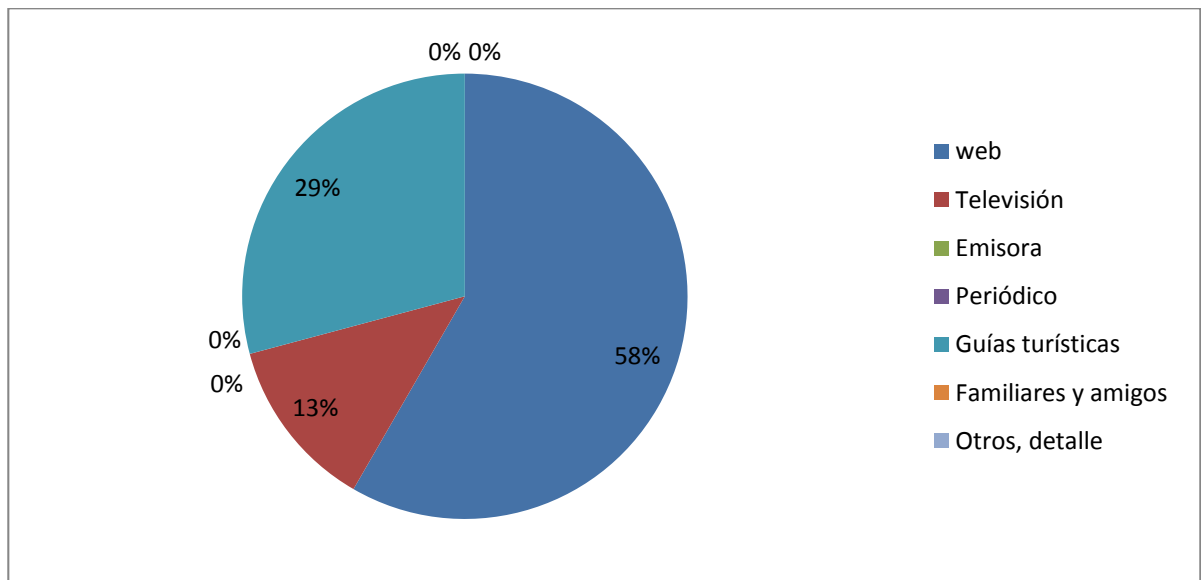


Gráfico 13. A través de qué medios se enterarse

Interpretación

Este gráfico demuestra que el 58% cuando realiza un viaje se orienta por medio de la web, el 29% lo hace a través de guías turísticas, y el 13% restante.

14. ¿Generalmente en que fechas Ud. prefiere viajar?

Cuadro 14. Fechas que prefiere viajar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Feriados nacionales	0	0%
Verano	56	47%
fechas de vacaciones	15	12%
Invierno	49	41%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autor

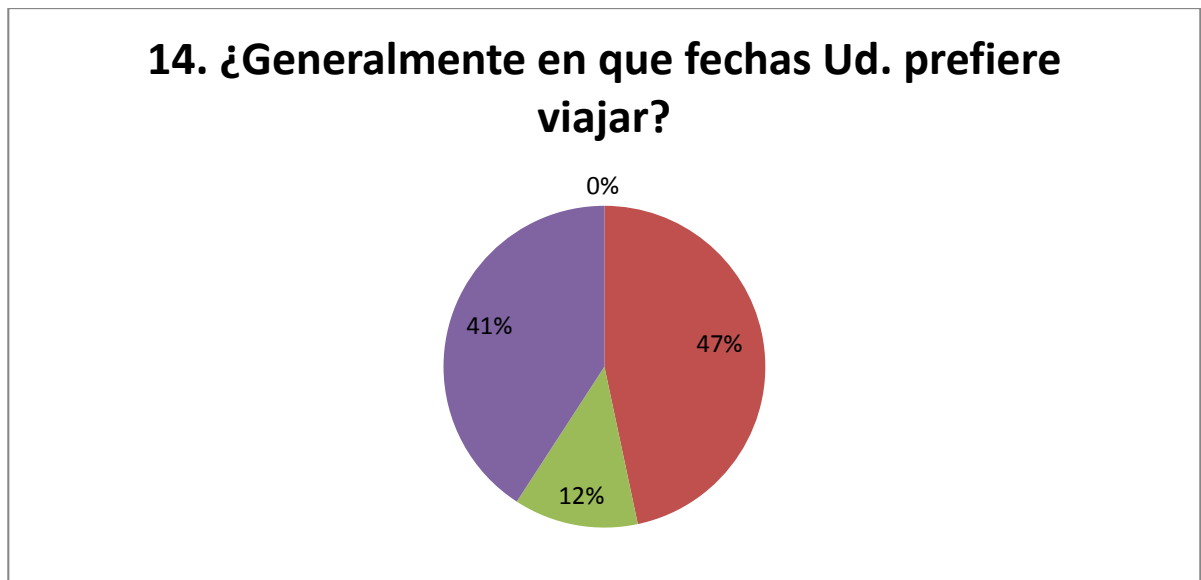


Gráfico 14. Fechas que prefiere viajar

Interpretación

Según las encuestas realizadas tenemos con un 47% que la gente prefiere viajar en verano, con un 41% en invierno y por último con un 12% en otoño.

15. ¿Qué actividad es la que más le llama la atención?

Cuadro 15. Actividad que le llama la atención

Naturaleza		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Visita a cascadas, ríos	0	%
Montañas	16	13%
Observación de flora y fauna	57	48%
Cultura	0	0%
Visita grupos nativos	30	25%
Indumentaria	0	0%
Música	0	0%
Exhibiciones culturales	0	0%
Museos	0	0%
Muestras históricos	15	13%
Etnias nativas	0	0%
Jardines botánicos	0	0%
Aguas termales	0	0%
Visita a complejos turísticos	2	2%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

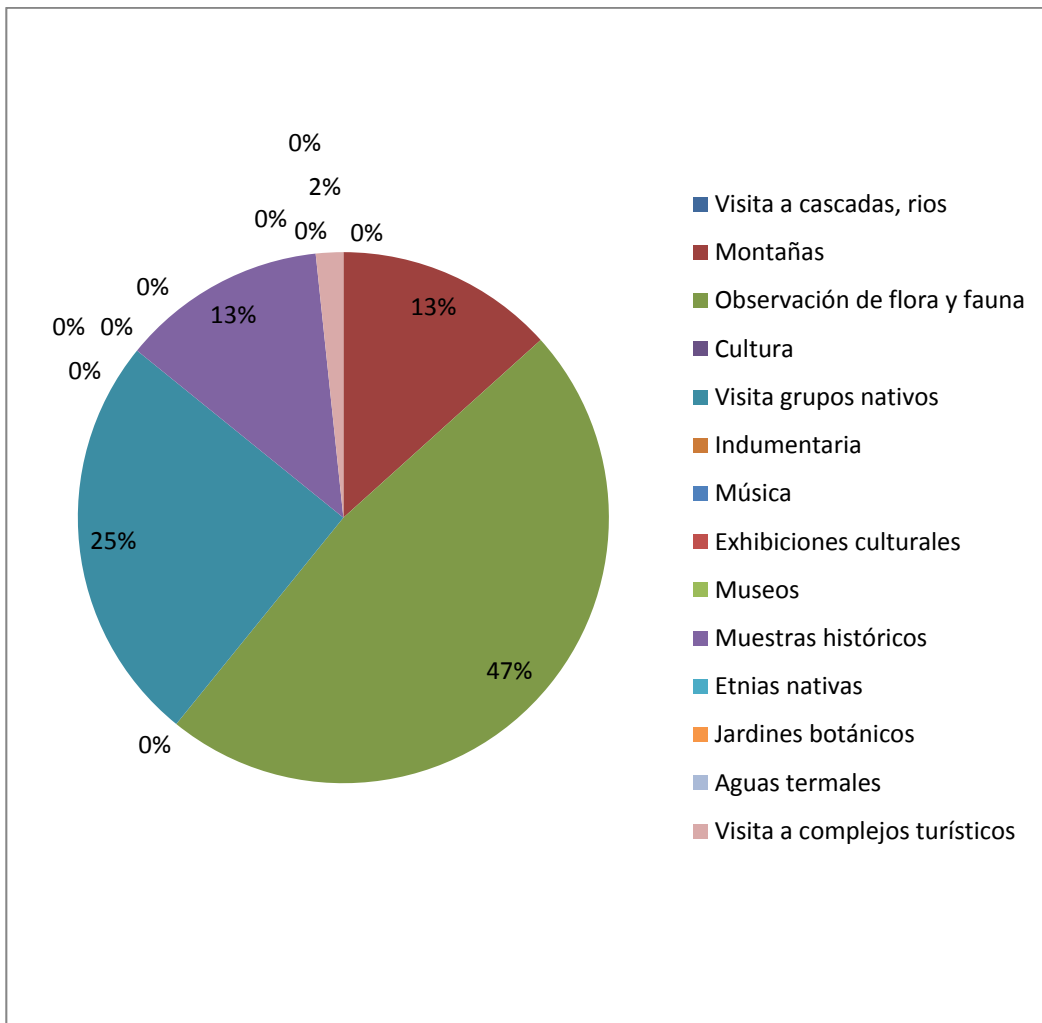


Gráfico 15. Actividad que le llama la atención

Interpretación

Este gráfico nos indica con un 27% que los museos es la actividad que más le llama la atención, el 25% visita a grupos nativos, con el 13% respectivamente muestras históricas y montañas y por último con el 2% visita a complejos turísticos

16. ¿Cómo le gusta viajar por turismo?

Cuadro 16. Forma de viajar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	36	30%
por su propia cuenta	84	70%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

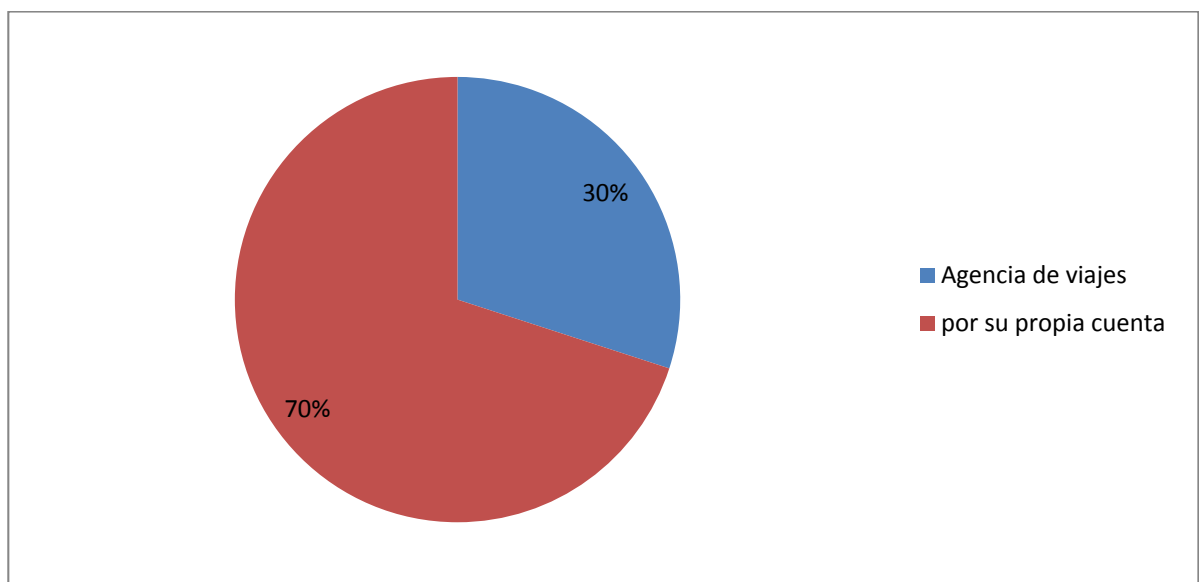


Gráfico 16. Forma de viajar

Interpretación

Este gráfico indica mayoritariamente con un 70% que le gustaría viajar a Ecuador por su propia cuenta mientras que el 30% le gustaría viajar por medio de agencias de viaje.

17. ¿Qué tipo de alimentación prefiere durante su estadía?

Cuadro 17. Alimentación que prefiere

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
(típica)	97	81%
Internacional	0	0%
Vegetariana	23	19%
Total	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor

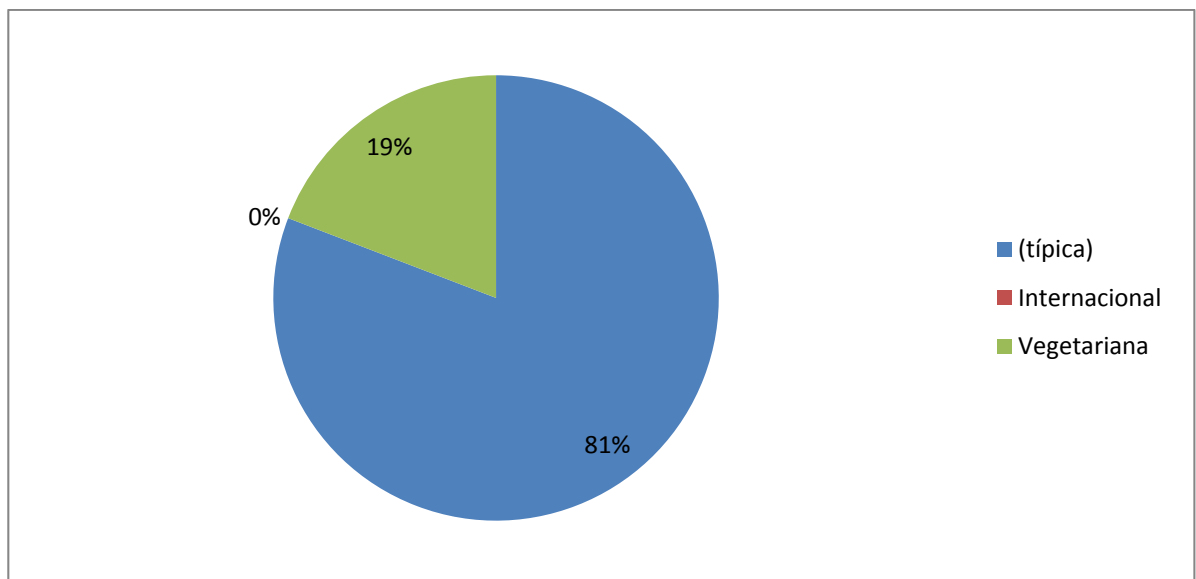


Gráfico 17. Alimentación que prefiere

Interpretación

Este cuadro demuestra con un 81% que la alimentación que prefiere es la típica, seguida del 19% con la vegetariana.

4.1.1.1. Cálculo de la oferta y la demanda

4.1.1.1.1. Demanda histórica

Para realizar la siguiente proyección es necesario tener como datos principales, la demanda histórica, es decir el ingreso de turistas, según datos obtenidos del Departamento de Cultura y Turismo del Municipio del Cantón La Maná.

Cuadro 18. Demanda actual

AÑOS	Demanda actual
2010	2536
2011	2655
2012	2780
2013	2911
2014	3047

Fuente: Departamento de Cultura y Turismo del Municipio del Cantón La Maná

Del total de turistas que ingresan al Cantón La Maná por año el 65% lo hacen en Carnaval.

Para poder realizar la proyección de la demanda y saber las perspectivas turísticas, se aplicará el método de tasas de crecimiento individual.

4.1.1.2. Proyección de la demanda

Conociendo la demanda actual, histórica, se procede a determinar y a proyectar la demanda insatisfecha utilizando métodos de regresión conocido con el nombre los mínimos cuadrados.

La obtención de la información histórica se procedió a fuentes secundarias de datos, además se acudió a fuentes primarias de información a través de la encuesta.

Cuadro 19. Demanda futura

Años	x	y	xy	X2
2010	1	2536,00	2536,00	1
2011	2	2655,19	5310,38	4
2012	3	2779,99	8339,96	9
2013	4	2910,65	11642,58	16
2014	5	3047,45	15237,23	25
Total	15	13929	43066	55

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

La demanda futura es la demanda proyectada o prevista, con base a la tendencia general mostrada por los datos históricos.

Cuadro 20. Demanda futura

AÑOS	Demanda futura
2015	3297
2016	3425
2017	3553
2018	3681

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

Cuadro 21. Oferta histórica

AÑOS	Oferta actual
2010	634
2011	664
2012	695
2013	728
2014	762

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

Cuadro 22. Oferta Histórica proyecta de mínimos cuadrados

Años	x	y	xy	X2
2010	1	634,00	634,00	1
2011	2	663,80	1327,60	4
2012	3	695,00	2084,99	9
2013	4	727,66	2910,65	16
2014	5	761,86	3809,31	25
Total	15	3482	10767	55

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

Cuadro 23. Oferta futura

AÑOS	Oferta futura
2015	824
2016	856
2017	888
2018	920

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

4.1.1.3. Demanda insatisfecha actual

Cuadro 24. Demanda insatisfecha actual

Años	Oferta actual	Demanda actual	Demanda insatisfecha actual
2010	634	2536	-1902
2011	664	2655	-1991
2012	695	2780	-2085
2013	728	2911	-2183
2014	762	3047	-2286

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

4.1.1.4. Demanda insatisfecha futura

Cuadro 25. Demanda insatisfecha futura

Años	Oferta futura	Demanda futura	Demanda insatisfecha futura
2015	824	3297	-2473
2016	856	3425	-2569
2017	888	3553	-2665
2018	920	3681	-2761

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autor

4.1.1.4.1. Porcentaje a satisfacer de la demanda insatisfecha futura

Cuadro 26. Demanda insatisfecha futura

Años	Demanda insatisfecha futura	%	Tamaño	Demanda Mensual
2015	-2473	23	568,77	47,40
2016	-2569	23	590,82	49,23
2017	-2665	23	612,87	51,07
2018	-2761	23	634,92	52,91

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autor

4.1.1.4.2. Frecuencia de asistencia de turistas al año

Cuadro 27. Frecuencia de asistencia de turistas al año

Años	Demanda	Frecuencia de Asistencia	Demanda Anual	Demanda Mensual
2015	568,77	12	6825,19	569
2016	590,82	12	7089,80	591
2017	612,87	12	7354,42	613
2018	634,92	12	7619,04	635

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autor

Estudio técnico

4.1.1.5. Antecedentes económicos

La ciudad de La Mana, se constituye para el presente proyecto en el lugar indicado para la ubicación de la operadora de turismo para turistas nacionales y extranjeros, y estará conformada de la siguiente manera; Todas las actividades administrativas y financieras, aprovechando que en esta ciudad cuenta con infraestructura hotelera.

4.1.1.6. Ubicación

La empresa estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad, y contará con las siguientes áreas.

Área de 150 mts con dos divisiones y dos baños

Instalaciones de primera con instalaciones para varias computadoras

Aire acondicionado central

Generador de energía eléctrica para emergencias.

4.1.1.7. Costo de alquiler de oficina

Los costos de alquiler de oficinas requerida son de \$ 300,00 mensuales y contará con dos baños para hombre y mujeres, un departamento de gerencia y área contable, una sala de estar para los visitantes.

Cuadro 28. Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	<u>Muebles y enseres</u>		
7	Escritorio de computadoras	190	1.330,00
2	Sofás	220	440,00
3	Archivadores verticales	150	450,00
1	Mesa de centro	95	95,00
10	Sillas normales	35	350,00
	<u>Total de muebles y enseres</u>		2.665,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 29. Equipos de oficina

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	Infocus	825,00	825,00
1	Calculadora CASIO	35,00	35,00
5	Teléfono Panasonic	95,00	475,00
	Imprevistos 2%		26,70
	<u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u>		1.361,70

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.1.1.8. Equipos de computación

Se presenta un detalle de los equipos de computación que se necesitaran para equipar la oficina.

Cuadro 30. Equipos de computación

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	<u>Equipos de computo</u>		
3	Computadora	670,00	2.010,00
1	Copiadora ricoh office	1.800,00	1.800,00
1	Impresora multifunción	220,00	220,00
	<u>Total de equipos de computo</u>		4.030,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 31. Equipos y vehículo

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	Vehículo		
1	furgoneta Kia para 17 personas	35.000,00	35.000,00
	Total de Vehículo		35.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 32. Impuestos de funcionamiento

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	Impuestos		
1	Cuerpo de Bombero	25,00	25,00
1	Facturero	10,00	10,00
1	Ministerio de salud pública	25,00	25,00
1	Patente Municipal	50,00	50,00
	Total de impuesto		110,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 33. Alquiler de la oficina

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	Alquiler		
3	Tres meses de garantía	300,00	900,00
	Total de alquiler		900,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 34. Gastos de adecuación

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	Gastos de adecuación		
1	Letrero enlonado 1 x 5 mts	150,00	150,00
1	Gastos de instalación	200,00	200,00
1	Página web	1.500,00	1.500,00
1	Software administrativo	250,00	250,00
1	Marca y patente	120,00	120,00
	Total gastos de adecuación		2.220,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.1.1.9. Recursos humanos

El número de empleados que se requieren para iniciar el proyecto es el siguiente:

- Gerente
- Jefe administrativo
- Contador
- Instructores
- Chofer

4.1.1.10. Detalle de los cargos

Gerente: Es la persona encargada de la dirección de la empresa, desempeñara funciones de supervisión de todas las áreas de la empresa.

Jefe administrativo: Se encargará de controlar el área administrativa y supervisar la parte contable

Contador: Llevará la contabilidad de la empresa presentando estados financieros, y el pago de impuestos al fisco.

Asistente de Marketing: Se encargará de contactar a los hoteles y agencia de viajes para formar los grupos de turistas, la publicidad, búsqueda de turistas, y la logística

Instructores: Se encargaran de manejar los equipos y servir como guías de los turistas.

Cuadro 35. Depreciación

Rubro	Porcentaje de depreciación
Inmueble	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos, y muebles	10%
Vehículo de transporte	20%
Equipos de computo	33%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 36. Análisis FODA de los atractivos turísticos del cantón La Mana

Fortalezas	Oportunidades
<p>1.- Los atractivos naturales Los atractivos naturales son de belleza única, por sus paisajes, ros, y cascadas</p> <p>2.- Los atractivos forman parte de la existencia de bosques y ríos sin contaminación</p> <p>3.- La Maná es considerada como una ciudad, segura para los visitantes</p> <p>4.- Los atractivos turísticos están muy cerca de la ciudad.</p>	<p>Asociatividad cercana con hoteles y otras operadoras de turismo a nivel nacional</p>
Debilidades	Amenazas
<p>1.- falta de protección y comunicación con los sitios de visita.</p> <p>2.- Aumento del caudal de agua en época de invierno</p> <p>3.- falta de control de los organismos involucrados en la deforestación, especialmente en las partes altas de los destinos turísticos.</p>	<p>1.- Inadecuada planificación de las visitas a los lugares turísticos</p> <p>2.- Contaminación de desechos en los sitios turísticos</p> <p>3. No existen guías con licencia autorizada.</p>

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 37. Análisis FODA de los servicios básicos del cantón La Mana

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>1.- Las parroquias rurales tienen representantes en los organismos de desarrollo.</p> <p>2.- Diversos ministerios ayudan en el desarrollo del cantón.</p> <p>3.- Existe telefonía fija y móvil e internet.</p> <p>4.- Servicio eléctrico las 24 horas.</p>	<p>1.-En las parroquias existen presupuestos para desarrollo de obras</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1.-Enfermedades típicas de la zona</p> <p>2.- Servicio de agua potable y alcantarillado no cubre el 100% de la ciudad</p> <p>3.- Deficiente recolección de basura.</p>	<p>1.- Manipulaciones políticas</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 38. Análisis FODA de los servicios turísticos

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>1.- Existen varios establecimientos de alimentación y;</p> <p>2.- Guías conocedores de la zona, capacitados y con licencia</p> <p>3.- Variedad de transporte,(camionetas, taxis)</p>	<p>1.- Visitas continuas de turistas nacionales y extranjeros</p> <p>2. – Capacitaciones de permanentes de guías</p> <p>3.- Participación del ministerio de turismo</p> <p>4,- Oferta de varias instituciones para el Microcréditos hacia empresarios turísticos.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1.- Falta de vehículos con aire acondicionado para más de 15 pasajeros</p> <p>2.- Falta de personal capacitado para ofrecer servicio de calidad</p> <p>3.- Algunos establecimientos turísticos no manejan planes ambientales</p>	<p>1.- Poca participación del ministerio de turismo</p>

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Autor

4.1.1.11. Estratégica de la operada turística

Misión.

Brindar a los turistas nacionales y extranjeros una operadora turística especializada en transportación, promoviendo el turismo en áreas naturales, que beneficien a la comunidad y ofertando servicios que superen las expectativas del cliente.

Visión.

Posicionar a la empresa como líder en el mercado, y satisfacer los requerimientos de los turistas, siempre en permanente cuidado del ambiente.

Objetivo.-

Crece financieramente, que permita cumplir con los servicios y necesidades de los clientes, dinamizar la economía local, mediante el desarrollo turístico de la zona.

Políticas.-

- Atención personalizada
- No existirán preferencias hacia ningún cliente
- Se cubrirán riesgos derivados del viaje, póliza de seguro turístico de pérdida de equipaje
- Se tomaran en cuenta los reclamos de los clientes.

Valores

La empresa se sustentará en el respeto, confianza, amabilidad; el empleado debe ser puntual, honesto, solidario, comprometido con la empresa, leal y cordial.

Cuadro 39. Producto turístico uno

ÁREA TURÍSTICA	PRODUCTO PRINCIPAL	PRODUCTO AUXILIAR	PRODUCTO DE APOYO
<p>Las siete cascadas Es una secuencia de siete cascadas de diferente altura que oscilan 20 y 90 metros de caída. La extensión es de 125 has. Rodeadas de bosques secundarios.</p>	<p>Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños</p>	<p>Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación</p>	<p>Tomar fotografías del entorno alquiler de KAYAKS Observación de aves Disfrute de las lagunas de agua</p>
<p>Cascada el tobogán de piedra. Esta cascada es la más visitada, cuenta con una belleza especial en una extensión de 30 mts de largo por 11 de ancho.</p>	<p>Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños</p>	<p>Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación</p>	<p>Tomar fotografías del entorno alquiler de KAYAKS Observación de aves Disfrute de las lagunas de agua</p>
<p>Cascada del amor Esta cascada posee una primera caída de 12 mts. Hasta llegar a una</p>	<p>Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños</p>	<p>Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática</p>	<p>Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación</p>

pequeña laguna que tiene una cueva, si se sigue el descenso se llega a la gran chorrera, con un recorrido de 1º7,50 mts de distancia.		Alimentación	
Cascada de la muerte. -posee una altura de 92,50mts, cuenta con un fuerte caudal de agua que llega a una laguna grande de donde sale vapor y está a 437mts, snm	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación
Cascada del Zapanal. - En el invierno presenta dos canales bien definidos hasta llegar a un alaguna	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación
Cascada Encantada Tiene 24 mts de altura y 11 mts de ancho	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación
Cascada escondida Tiene 28 mts de altura y un ancho de 9 mts	Turismo de montaña Observación de aves Turismo de montaña Observación	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática Alimentación

	de aves Disfrute de las cascadas Baños		
Cascada de San Martín Tiene 30 mts de altura y ancho de 11 mts.	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Turismo de montaña Observación de aves Disfrute de las cascadas Baños	Todo tipo de personas Guías de la conocedores de la zona Cámara acuática

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

4.1.1.12. Opción turística dos

Manantial de agua SPLENDOR.- Esta ubicado en una propiedad de La Mana, y se conforma de 5 ojos de agua que emana a 16° C con un PH de 6.0 y contiene minerales como calcio, magnesio, potasio, sodio y cloruros, el lugar está rodeado de bosques primarios y secundarios, en la parte alta existe un helipuerto y un mirador desde donde se observan ciudades como Quevedo, Valencia, y Guayaquil dependiendo del clima.

Debido a la comercialización y embotellamiento de agua Splendor, se da a conocer la existencia de este manantial especialmente en la zona costea. Además la exportación de este producto facilita el conocimiento del mismo en el extranjero y ayuda la visita de turistas al lugar.

Montaña Sagrada.- Es una colina que se destaca por su altura 1100 msnm. Está cubierta de por un enorme bosque tropical, los arboles alcanzan hasta 50 mts de altura, cuenta con senderos que conducen hasta la cima y se observan ciudades como Quevedo, Valencia y Buena Fe, el mundo metafísico considera a esta montaña como el centro donde confluyen las energía cósmica del universo, razón por la que es visitada por turistas extranjeros, especialmente en el mes de

septiembre donde se realizan rituales de meditación para adquirir energía cósmica y renovar poderes curativos.

Minas de Estero Hondo.- Esta ligada a la explotación de sus minas de oro, la excavación de túneles dejaron al descubierto gran cantidad de material arqueológico, existen vestigios de las excavaciones realizadas.

Bosque de La Mana.- Existe en una extensión de 70 Has. La flora está conformada por arboles de teca, pachaco, laurel, fruta de pan, cedro, balsa, guayacán, los arboles alcanzan de 30 hasta 50 metros de altura. El bosque esta atravesado por esteros de agua cristalina

Cascada del Oso.- Se sienten sensaciones de miedo, fantasía, al visitar este increíble fenómeno de la naturaleza, debido a los enigmas que le rodean, la cascada tiene 120 mts de altura y está envuelta en leyendas de la presencia de ovnis, el sacha Runa y las ruinas de una antigua civilización; se le considera un paraíso para personas acostumbradas al alto riesgo y para deportista de aventuras extremas, además se puede observar flora y fauna nativa, venados, osos, guantas, guatusas, tigrillos

Cueva de los Murciélagos.- Es una grieta que se encuentra entre matorrales y en este lugar habitan gran cantidad de murciélagos colgados de las paredes que se espantan y salen despavoridos al sentir la presencia de alguien, en la cueva se pueden sentir sensaciones de miedo, lo que hace de esta aventura inolvidable, al lado de ella cruza un rio en el que el turista puede descansar y disfrutar de sus agua cristalinas.

Gastronomía.-En la ciudad de La Mana, existe gran variedad de platos típicos de la zona, su gastronomía es variada con platos como las chuletas, estofado de papas con frejol, muslitos de pollos, pollo a la cerveza, tortillas de vegetales, entre los más destacados en los diferentes restaurantes de la zona

Equipamiento turístico

Se basa en la prestación de servicios de alojamiento y alimentación, transporte hacia los diferentes destinos de la zona, existen hoteles, cabañas, hosterías entre otros. Internet indispensable para la operación de la operadora

4.1.1.13. Localización de la empresa

4.1.1.13.1. Macro localización

La operadora turística estará ubicada en la provincia de Cotopaxi, ciudad de La Mana, entre los factores que influyeron en la macro localización se considera que la provincia ofrece a sus visitantes encantadores paisajes, magnificas montañas y ríos, un acogedor clima, ideales para el turismo extranjero de aventura, la ciudad de La Maná es el lugar indicado para la operadora, la misma que ofrece una localización estratégica para cumplir con los objetivos de la empresa.

4.1.1.13.2. Micro localización

Se escogió a la ciudad de La Maná para la ubicación de empresa en función de varias alternativas; cuenta con servicios básicos, considerando disponibilidad de agua, luz y teléfono, infraestructura turística, servicios de internet las 24 horas del día, tv cable, carreteras de primer orden. y estará ubicada en el centro de la ciudad.

Estudio Económico Financiero

Cuadro 40. Inversión del proyecto

Inversión del proyecto	
Equipos de computo	4.030,00
Muebles y enseres	2.665,00
Vehículo	35.000,00
Impuestos	110,00
Alquiler	900,00
Gatos de adecuación	2.220,00
Equipos de oficina	1.361,70
Capital de trabajo	9.990,82
Total de la inversión	56.277,52

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 41. Calculo del capital de trabajo

CICLO DE EFECTIVO	
Días de Inventario	30
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 42. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 67.597,20
GASTOS ADM.	\$ 52.292,58
CAO	\$ 119.889,78
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	30 Días
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.990,82

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 43. Financiamiento del proyecto

Financiamiento del Proyecto		
Inversión Total	100%	56.277,52
Financiado	70%	39.394,26
Aportes Propios	30%	16.883,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 44. Tasa de Interés

Tasa	
Tasa Anual de Interés Préstamo	15,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 45. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				39.394,26
1	7.878,85	5.367,47	13.246,32	31.515,41
2	7.878,85	4.185,64	12.064,49	23.636,56
3	7.878,85	3.003,81	10.882,66	15.757,70
4	7.878,85	1821,98	9700,84	7.878,85
5	7.878,85	640,16	8519,01	0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 46. Gastos administrativos

Detalles de gastos							
	Gatos Administrativos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
1	Jefe Administrativo	550,00	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
3	Instructores	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
1	Chofer	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1	Guardia	360,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
	Aporte Patronal	380,22	4.562,58	4.790,71	5.030,24	5.281,76	5.545,84
	Décimo cuarto		3.400,00	3.570,00	3.748,50	3.935,93	4.132,72
	Décimo tercero		3.410,00	3.580,50	3.759,53	3.947,50	4.144,88
Total Gastos Administrativos		3.790,22	52.292,58	54.907,21	57.652,57	60.535,20	63.561,96

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 47. Gastos Generales

Gastos Generales	Enero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Energía eléctrica	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Teléfono e internet	110,00	1.320,00	1.386,00	1.455,30	1.528,07	1.604,47
Alquiler del local	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Útiles de oficina	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Materiales de limpieza	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Depreciación muebles y enseres	22,21	266,50	266,50	266,50	266,50	266,50
Depreciación de equipo de computación	111,93	1.343,20	1.343,20	1.343,20	-	-
Depreciación de equipo de oficina	11,35	136,17	136,17	136,17	136,17	136,17
Depreciación de vehículo	583,33	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Total de gastos generales	1.258,82	15.105,87	15.423,87	15.757,77	14.765,17	15.133,29

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 48. Gastos de ventas

Gastos de Ventas	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible de transporte	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Contador	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Publicidad	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Total gastos de ventas	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 49. Costos de ventas

Detalle de costo de venta								
Descripción	Cant.	Valor unit.	Valor total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete por persona	569	9,00	5.121,00	61.452,00	64.524,60	67.750,83	71.138,37	74.695,29
Imprevisto 10%				6.145,20	6.452,46	6.775,08	7.113,84	7.469,53
				67.597,20	70.977,06	74.525,91	78.252,21	82.164,82

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 50. Ingresos por ventas

Presupuesto de ventas								
Descripción	Cant	Pvp	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete por persona	569	25,00	14.225,00	170.700,00	179.235,00	188.196,75	197.606,59	207.486,92
Total de ingresos			14.225,00	170.700,00	179.235,00	188.196,75	197.606,59	207.486,92

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 51. Estado de resultados

Estado de resultado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$170.700,00	\$179.235,00	\$188.196,75	\$197.606,59	\$207.486,92
(-) Costo de producción	\$ 67.597,20	\$ 70.977,06	\$ 74.525,91	\$ 78.252,21	\$ 82.164,82
Utilidad Bruta	\$ 103.102,80	\$ 108.257,94	\$ 113.670,84	\$ 119.354,38	\$ 125.322,10
(-) Gastos Administrativos	\$ 52.292,58	\$ 54.907,21	\$ 57.652,57	\$ 60.535,20	\$ 63.561,96
(-) Gastos Generales	\$ 15.105,87	\$ 15.423,87	\$ 15.757,77	\$ 14.765,17	\$ 15.133,29
(-) Gastos de ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
Utilidad operacional	\$ 29.704,35	\$ 31.626,86	\$ 33.645,50	\$ 37.108,27	\$ 39.333,81
(-) Gastos Financieros	\$ 5.367,47	\$ 4.185,64	\$ 3.003,81	\$ 1.821,98	\$ 640,16
Utilidad antes de part. de trab.	\$ 24.336,88	\$ 27.441,22	\$ 30.641,69	\$ 35.286,28	\$ 38.693,66
Participación de empleados	\$ 3.650,53	\$ 4.116,18	\$ 4.596,25	\$ 5.292,94	\$ 5.804,05
Utilidad antes de imp.	\$ 20.686,35	\$ 23.325,04	\$ 26.045,43	\$ 29.993,34	\$ 32.889,61
Impuesto	\$ 5.171,59	\$ 5.831,26	\$ 6.511,36	\$ 7.498,33	\$ 8.222,40
Utilidad neta	\$ 15.514,76	\$ 17.493,78	\$ 19.534,07	\$ 22.495,00	\$ 24.667,21

Fuente: Investigación de campo

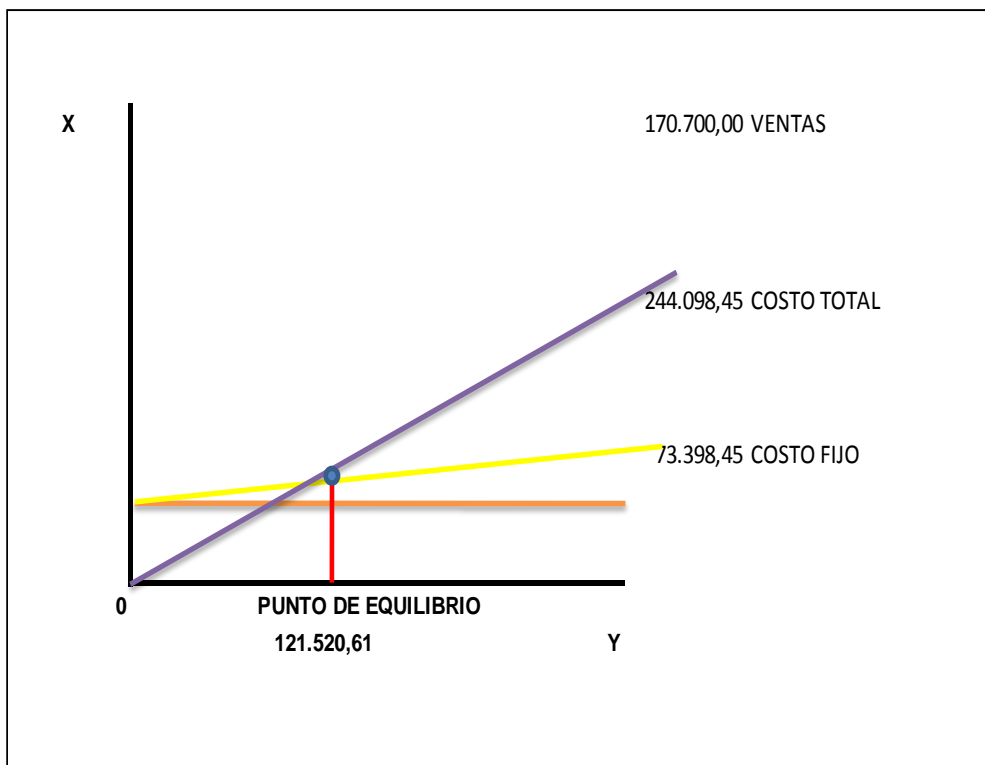
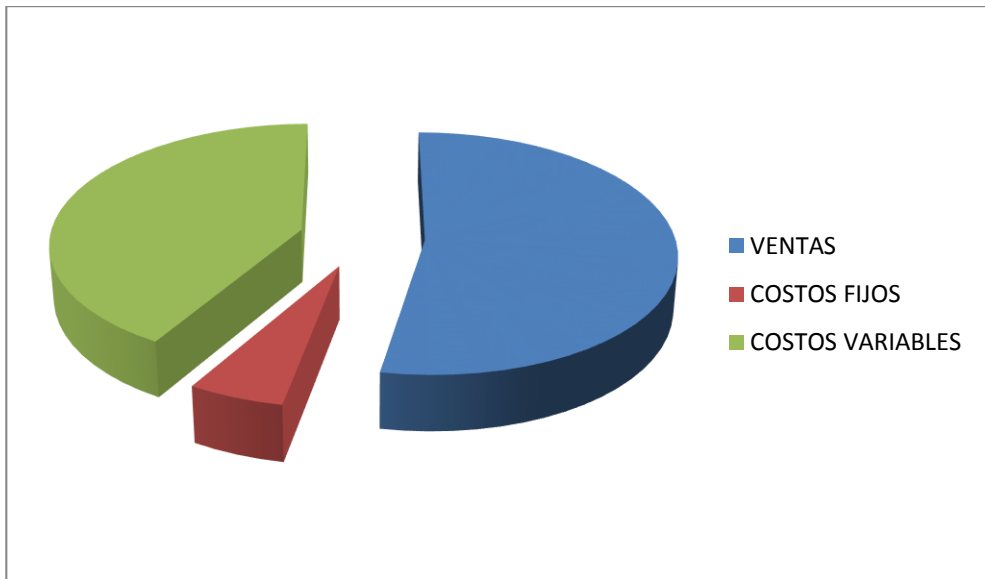
Elaborado por: Autor

Cuadro 52. Punto de Equilibrio

AÑO 1 DATOS	
VENTAS	170700,00
COSTOS FIJOS	73398,45
COSTOS VARIABLES	67597,20

PE=	CF	=	73398,45
	1- CV		0,60400
PE=		=	121520,61

Gráfico 18. Punto de Equilibrio

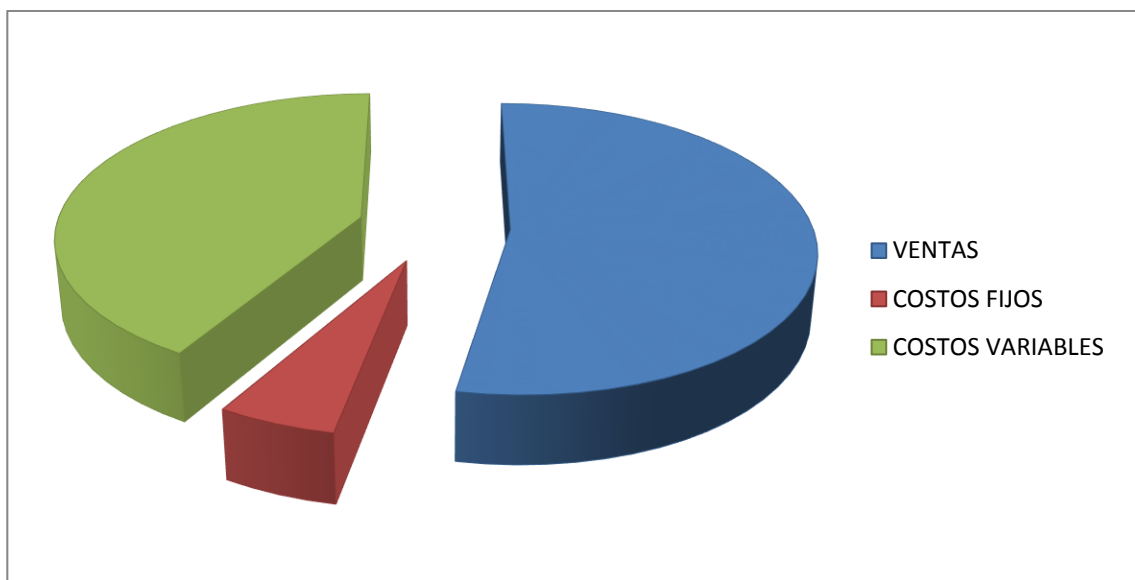


Cuadro 53. Punto de Equilibrio

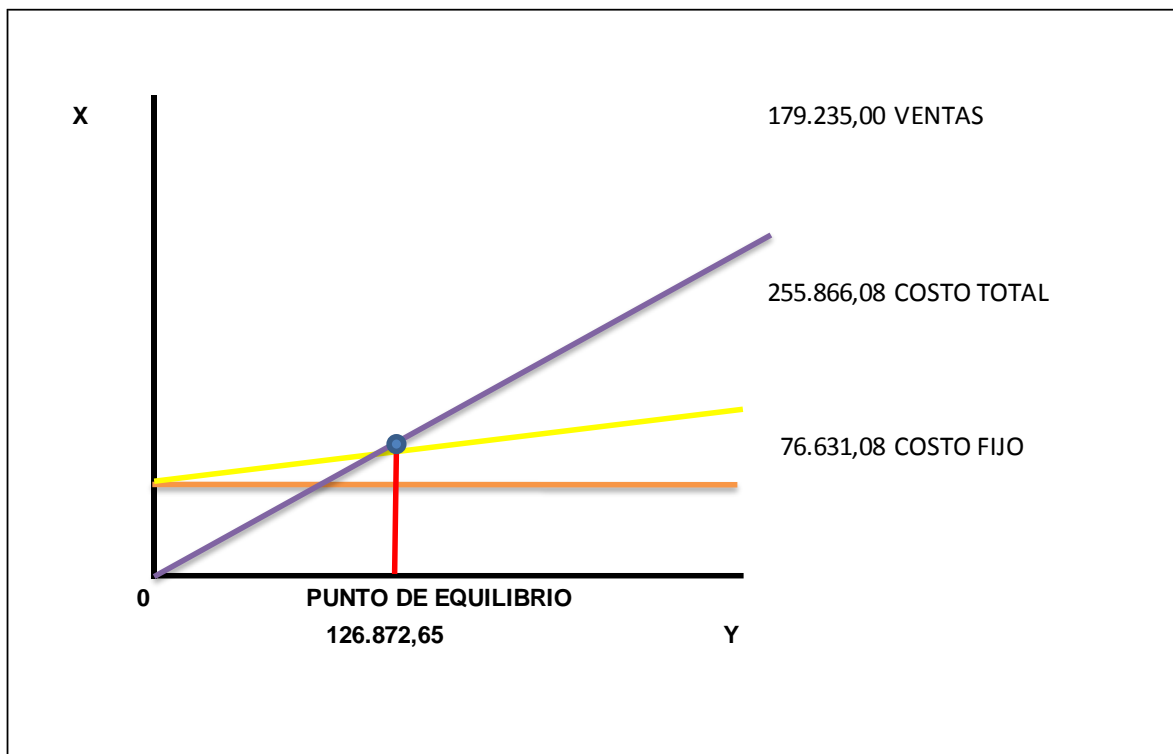
AÑO 2 DATOS	
VENTAS	179235,00
COSTOS FIJOS	76631,08
COSTOS VARIABLES	70977,06

PE=	CF	=	76631,08
	1- CV		0,60400
PE=		=	126.872,65

Gráfico 19. Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor



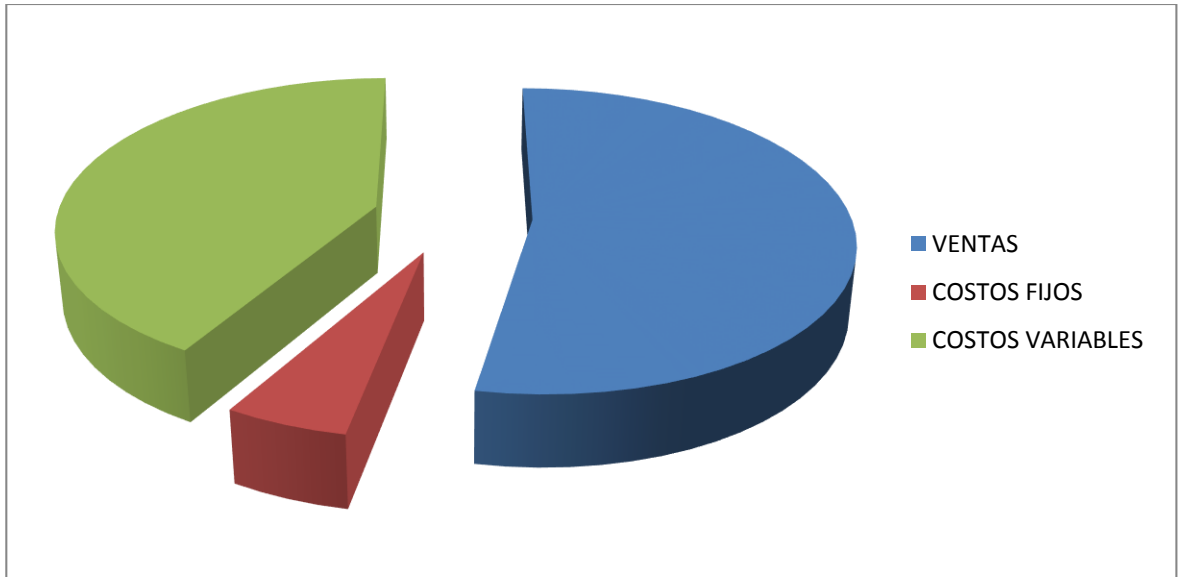
Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Autor

Cuadro 54. Punto de Equilibrio

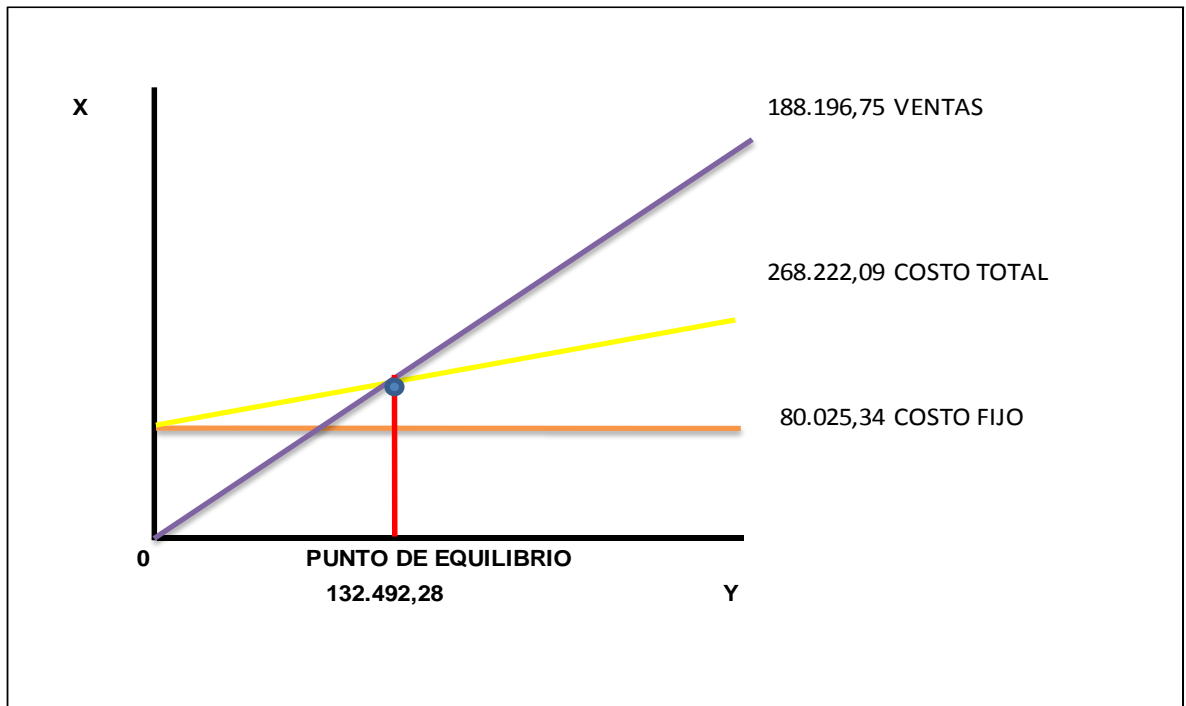
AÑO 3 DATOS	
VENTAS	188196,75
COSTOS FIJOS	80025,34
COSTOS VARIABLES	74525,91

PE=	CF	=	80025,34
	1- CV		0,60400
PE=		=	132.492,28

Gráfico 20. Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor



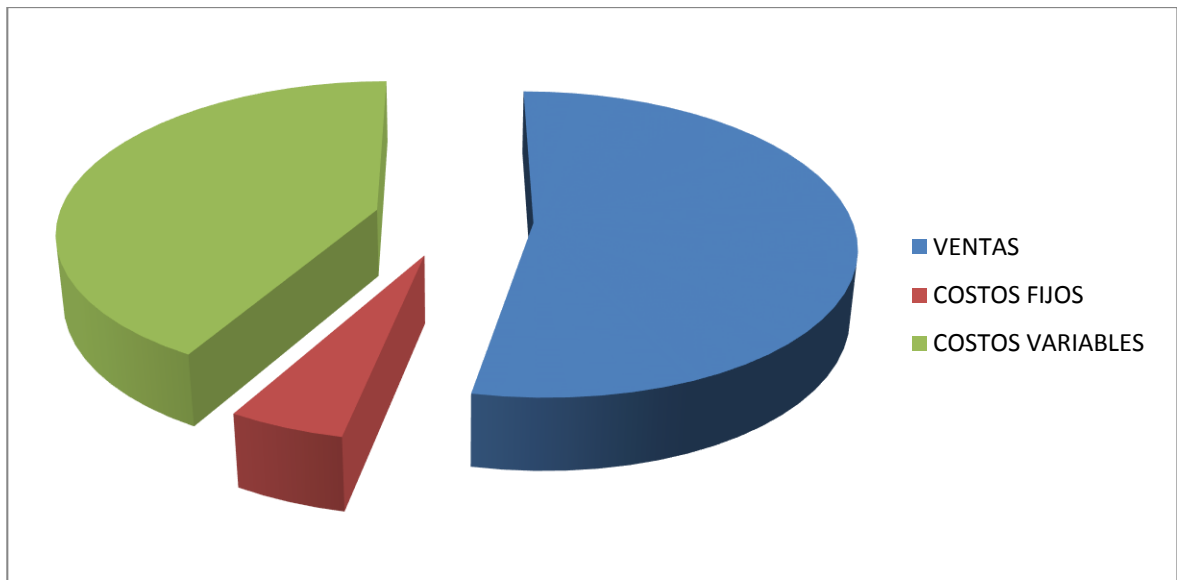
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 55. Punto de Equilibrio

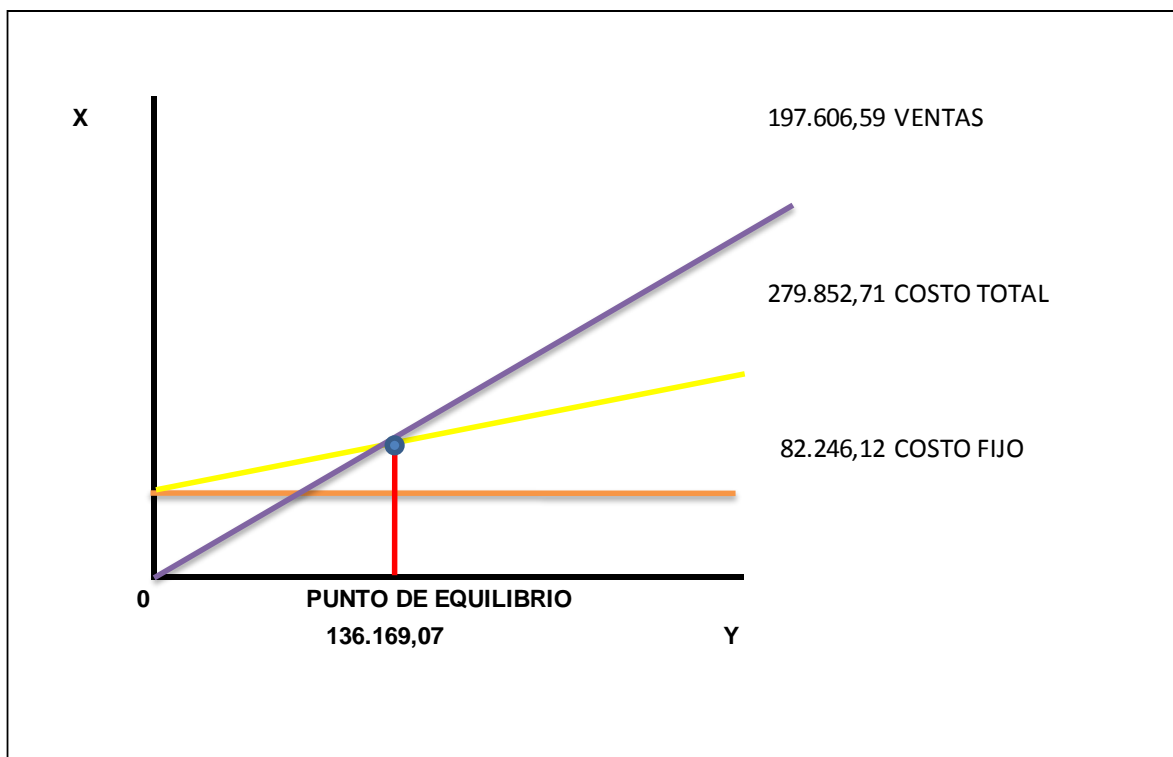
AÑO 4 DATOS	
VENTAS	197.606,59
COSTOS FIJOS	82.246,12
COSTOS VARIABLES	78.252,21

PE=	CF	=	<u>82.246,12</u>
	1- CV		0,60
PE=		=	136.169,07

Gráfico 21. Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor



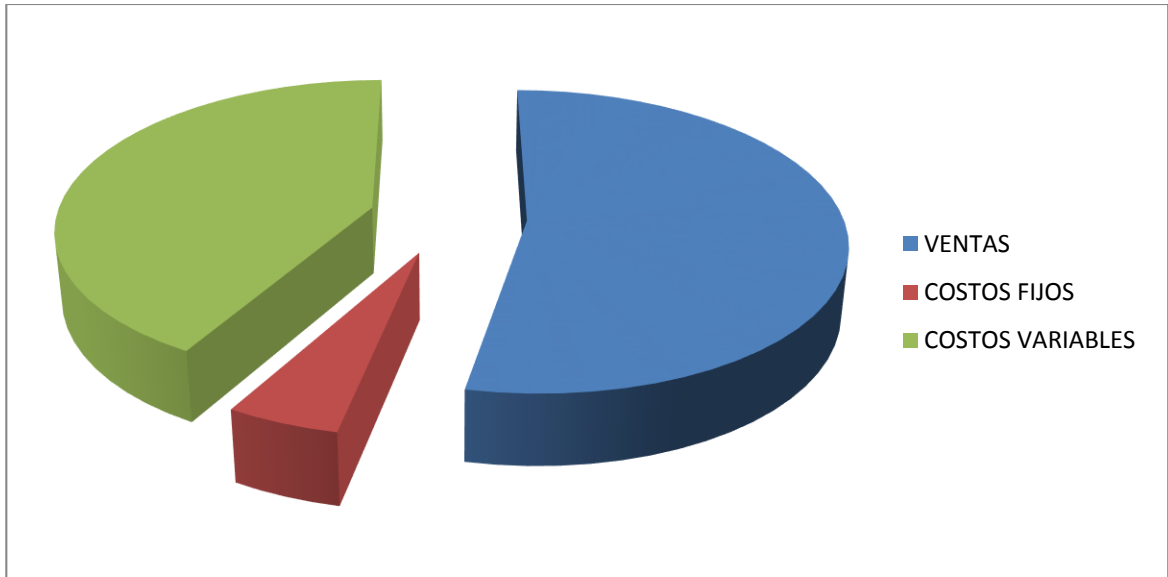
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 56. Punto de Equilibrio

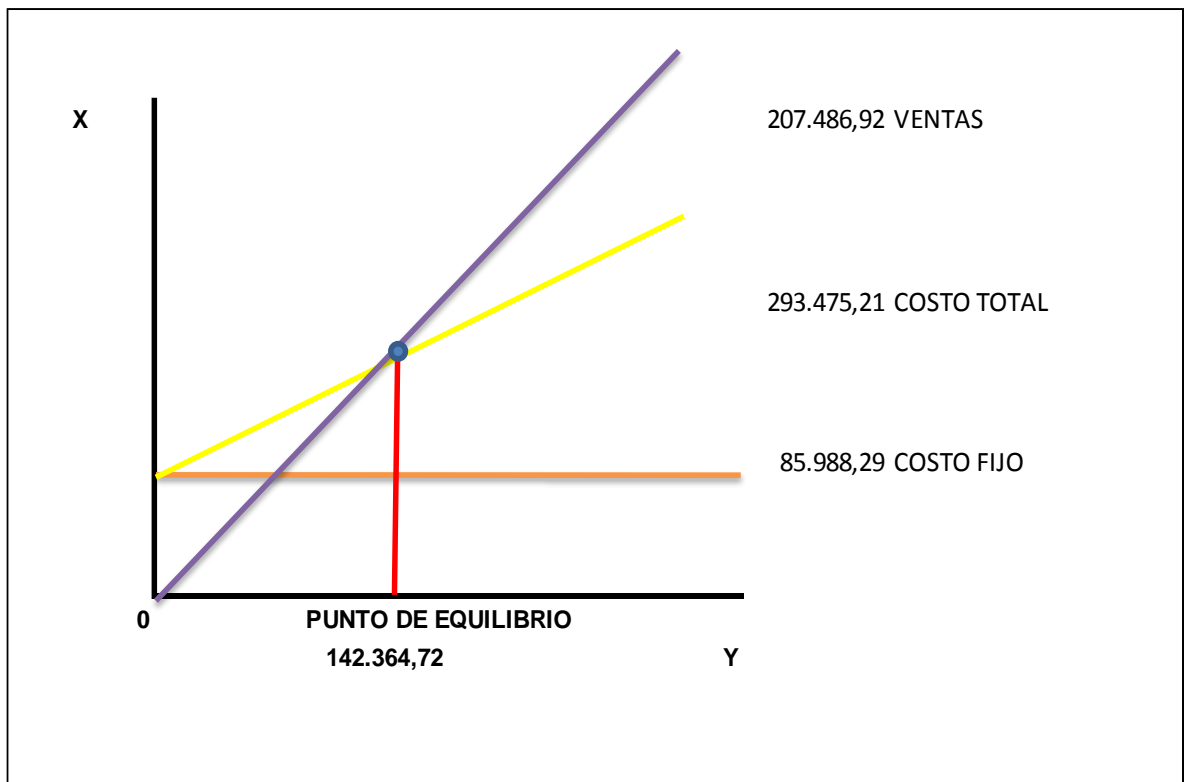
AÑO 5 DATOS	
VENTAS	207486,92
COSTOS FIJOS	85988,29
COSTOS VARIABLES	82164,82

PE=	CF	=	<u>85988,29</u>
	1- CV		0,60400
PE=		=	142.364,72

Gráfico 22. Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 57. Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operativos						
Ventas		170.700,00	179.235,00	188.196,75	197.606,59	207.486,92
Total ingresos operativos		170.700,00	179.235,00	188.196,75	197.606,59	207.486,92
Egresos operativos						
Inversión inicial	56.277,52					
Gasto de administración		52.292,58	54.907,21	57.652,57	60.535,20	63.561,96
Gasto de ventas		6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Gastos generales		6.360,00	6.678,00	7.011,90	7.362,50	7.730,62
Costos de ventas		67.597,20	70.977,06	74.525,91	78.252,21	82.164,82
Pago partic. De empleados		3.650,53	4.116,18	4.596,25	5.292,94	5.804,05
Pago del impuesto a la renta		5.171,59	5.831,26	6.511,36	7.498,33	8.222,40
Total de egresos operativos	56.277,52	141.071,90	148.809,71	156.912,99	165.886,93	174.776,88
Flujo operativo	-56.277,52	29.628,10	30.425,29	31.283,76	31.719,66	32.710,03
Ingresos no operativos						
Préstamo bancario	39.394,26					
Total ing. No operativo	39.394,26					
Egresos no operativos						
Inversiones						
Pago de capital		7.878,85	7.878,85	7.878,85	7.878,85	7.878,85
Pago de intereses		5.367,47	4.185,64	3.003,81	1.821,98	640,16
Total egresos no operativos	-	13.246,32	12.064,49	10.882,66	9.700,84	8.519,01
Flujo neto no operativo	39.394,26	-13.246,32	-12.064,49	-10.882,66	-9.700,84	-8.519,01
Flujo neto	-16.883,25	16.381,78	18.360,80	20.401,09	22.018,82	24.191,02
Saldo inicial	9.990,82	9.990,82	26.372,59	44.733,39	65.134,48	87.153,30
Flujo acumulado	9.990,82	26.372,59	44.733,39	65.134,48	87.153,30	111.344,33

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 58. Evaluación Financiera

Índices Financieros						
Descripción	Inv. Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos netos	-56.277,52	29.628,10	30.425,29	31.283,76	31.719,66	32.710,03
Flujos descontados y traídos a valor presente	-56.277,52	24.975,22	21.619,50	18.738,52	16.015,86	13.922,21

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 59. Calculo del TMAR

Riego País	5,69
Inflación	4,05
Trbce	7,31
TMAR	17,05

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro 60. Calculo del VAN y TIR

Van	Positivo	42.535,43
Relación beneficio costo		1,76
Tasa interna de retorno		46,28%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 61. Periodo de Recuperación del Capital

Período del Capital	Período del Flujo1 Período último con Flujo acumulado negativo	Valor absoluto del último Flujo acumulado negativo
Período del Capital	$\frac{(2)+ [-44733.39]}{20401.09}$	Valor de Flujo de caja en el siguiente periodo
Total Período del Capital		2+2.19
		4.19 años

4.2. Discusión

En el estudio de mercado realizado, se analizaron fuentes de información primaria y secundaria sobre la demanda, oferta, precios y preferencias del mercado objetivo sobre la creación de una operadora de turismo en el cantón La Maná.

Resultados que coinciden con lo que manifestó Gabriel Baca (2010) en el libro Evaluación de Proyectos, que con el estudio de la mercado se busca establecer y calcular cuales son las fuerzas que inciden, respecto al producto o servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda, criterio que coinciden con el estudio realizado en esta investigación.

El estudio técnico determina la ingeniería del proyecto, por medio de la localización óptima de la empresa, disponibilidad de insumos mano de obra infraestructura, equipos, materiales etc., necesarios para el proceso operativo de la operadora de turismo. Marcial Córdova Padilla, en su libro Formulación y Evaluación de Proyecto, año 2013, indica que el estudio estudio técnico permite determinar el proceso de producción u operación para la utilización de los recursos disponibles destinados a la fabricación de un producto. La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso productivo de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

Gabriel Baca 2010 menciona que el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos.

El estudio económico_ financiero realizado a través del análisis de las inversiones totales, financiamiento, estados de resultados e indicadores financieros aplicados, demuestran la factibilidad y la viabilidad de la inversión, demostrando utilidad neta,

durante los años de vida del proyecto, además de un VAN positivo y una TIR, atractiva para los inversionistas. Estos resultados son coherentes con lo que expresa Marcial Córdova en el libro Evaluación de Proyectos, Indica que el estudio económico determina cual es el monto de los recursos monetarios determinados en el estudio de mercado y técnico para realizar el proyecto.

4.3. Resultados de las hipótesis planteadas.

General

El estudio de factibilidad para la Creación de una empresa operadora de turismo con paquetes turísticos en el Cantón La Maná, permitirá incrementar la actividad turística.

Comprobación

Mediante el estudio de factibilidad realizado, se determina que existen las condiciones favorables de mercado, técnico económico y financiera para la creación de la empresa operadora de turismo en el cantón La Mana, la permitirá el incremento de las actividades turísticas en este sector.

Específicas

El estudio de mercado demostró que existe demanda insatisfecha sobre la existencia de una operadora de turismo en el cantón La mana

Mediante el estudio técnico se aprueba el proceso operativo para la empresa operadora de turismo, a través del análisis de la localización, infraestructura, equipos y mano de obra necesaria para el inicio de las actividades.

El estudio económico_ financiero identificó la factibilidad y la viabilidad de la inversión, arrojando resultados financieros positivos a través del análisis del VAN y TIR.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Se concluye que existe una necesidad insatisfecha, por lo cual se hace imprescindible la creación de una operadora de turismo, en el cantón la Maná, provincia Cotopaxi, que ofrezca un servicio de calidad, dirigido a cubrir las necesidades del mercado objetivo

- Considerando la necesidad insatisfecha, se hace necesario la creación de esta empresa destinada a incrementar el turismo en la ciudad, que ofrezca un producto de calidad, dirigida a cubrir las necesidades de los turistas que visiten La Maná.
- La operadora cumple con entregar al mercado un servicio de primera, en la investigación se identifica una necesidad insatisfecha de parte del mercado objetivo.
- El estudio técnico del proyecto permitió cuantificar el monto de las inversiones requerido, y los costos sobre el proceso operativo de la empresa, se concluye que se contará con modernas instalaciones y estará localizada en la ciudad de la Mana
- Los estudios económico y financiero aprobaron la factibilidad y la rentabilidad de la inversión, concluyendo que el proyecto es oportuno en el corto plazo, reflejando un VAN de \$42.535,43 Una TIR de 46.28% y una R.B.C. de 1.76%.

5.2. RECOMENDACIONES

- Realizar estudios de mercado, y de acuerdo al incremento de la demanda, aprovechar la capacidad instalada de la operadora, sin invertir en ampliaciones de la empresa.
- Cumplir con las normas establecidas para el correcto mantenimiento de los equipos, infraestructura, previo a un estudio técnico.
- Llevar un correcto control del presupuesto, que permita un buen manejo de los recursos económicos, e implementar un sistema informático en base a las necesidades de la operadora de turismo.
- Tomar la decisión de invertir en el proyecto, aprovechando la rentabilidad económica demostrada a través de los indicadores financieros aplicados

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6.1. Bibliografía

- Antonio Flores Uribe, J. (2012). Plan de negocios para pequeñas empresas. Colombia.
- Baca, U. (2010). Evaluación de proyectos . .Mexico: Mc Graw-Hil.
- Berghe, E. V. (2010). Gestión y Gerencia Empresariales aplicadas al siglo XXI. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Constitución Ecuatoriana CNE . (2012).
- CÓRDOVA, L. (2008). Formación y Evaluación del Proyecto . Bogotá.: Ecos Edición Pág. 240.
- Elena, L. M. (2010). Técnicas de Marketing. Bogotá: Ediciones de la U.
- Escudero, J. L. (2012). Estrategia de Marketing Proceso de Direccion. España.
- García, G. (2011). Guía Para Crear y Desarrollar Su Propia Empresa. Quito: Editorial Ecuador.
- Herrera, J. P. (2012). Proyectos Enfoque Gerencial . Bogotá : Ecoe Ediciones.
- Kotler, P. (2008). Investigación de Mercados. México: Mc Graw Hill.
- Ley De Régimen Tributario Interno Art. 143. (2013).
- MALHOTRA. (2008). Investigación de mercados. México.: Pearson Educación.
- Marín, Q. (2012). Como Hacer Un Plan De Marketing. Quito: El Comercio.
- Meza, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá: Linotipia Bolivar S. en C.
- Miranda, J. (2012). Gestión de Proyectos. Bogotá: MM Editores.

- Morales C, A. (2009). Proyecto de Inversión. México: Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.
- Naresh, K. M. (2008). Investigación de mercado. México: Pearson Evaluación.
- Reinaldo, S. Y. (2008). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill .
- Rodriguez, M. V. (2009). Diseño de una ruta turistica de interpretacion cultural para la promocion y el desarrollo local de la etnia. Venezuela.
- Sanchez, M. (2010). Bienes y Necesidades. Perú: Huaraz-Ancash.
- SAPAG.NASSIR. (2008). Evaluación de Proyectos . México: Mc Graw Hill.
- Velez, G. A. (2013). Proyectos. Colombia: Cargraphics.
- Zehle, G. F. (2008). Como diseñar un plan de negocio. Buenos Aires .

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1. ANEXOS

7.1.1. ENCUESTA

Marque la elección que pertenezca:

1.- Sexo

Femenino _____

Masculino _____

2.- Edad

1.- De 18 a 24 años _____

2.- De 25 a 29 años _____

3.- De 30 a 34 años _____

4.- De 35a 39 años _____

5.- Mayor a 40 años _____

3.- ¿Se ha enterado de los encantadores lugares turísticos que posee el cantón la Mana, en la provincia de los Ríos?

Sí _____ No _____

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje para disfrutar de lugares turísticos del Ecuador?

a. Vacaciones _____ b. Trabajo ____ c. Salud ()

d. Culturas _____ f. Religión ____

g. Otros _____

5. ¿Cuándo usted visita lugares turísticos con quien lo hace?

- a. Solitario _____
- b. Pareja _____
- c. Familia _____
- d. Amigos _____

6. ¿Con cuántas personas acostumbra viajar? _____

- 1 persona
- 2 persona
- 3 persona
- 4 persona

7.- ¿Marque con una x por qué motivos no visitaría los destinos turísticos que tiene el Ecuador?

- Falta de seguridad _____
- Falta de alojamiento _____
- Pésimo servicio turístico _____
- Falta de iniciativas gastronómicas _____

8.- ¿Usted contrataría los servicios de una operadora turística para recorrer los destinos turísticos que tiene el cantón La Maná?

Si _____ No _____

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de 5 horas para recorrer lugares turísticos que tiene el cantón La Mana?

- De 20 a 25 USD _____
- De 26 a 30 USD _____
- Más de 30 USD _____

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días que incluya recorridos por los lugares turísticos que tiene el cantón La Maná?

De 100 a 120 USD _____

De 121 a 150 USD _____

Más de 150 USD _____

11. ¿Qué tipo de hospedaje le gustaría utilizar?

a. Hostal _____ b. Hotel _____ c. Hostería _____

d. Cabañas ecológicas _____

d. Otros especifique _____

12. ¿Cuál es su forma de pago?

a. Efectivo _____

b. Tarjeta de crédito _____

c. Cheque ()

d. Depósitos _____

13. ¿Cuándo usted realiza un viaje; regularmente se orienta por?

a. web _____ b. Televisión _____ c. Emisora _____ d. Periódico _____

e. Guías turísticas _____ f. Familiares y amigos _____ g. Otros, detalle _____

14. ¿Generalmente en que fechas Ud. prefiere viajar?

a. Feriados nacionales ()

b. Verano ()

c. Fechas de vacaciones ()

d. Invierno ()

15. ¿Qué actividad es la que más le llama la atención?

a. Naturaleza _____

1) Visita a cascadas, Ríos _____

2) Montañas _____

3) Observación de flora y fauna _____

b. Cultura

1) Visita grupos nativos _____ 2) Indumentaria _____ 3) Música _____

4) Exhibiciones culturales _____

c. Museos

1) Muestras históricas _____ 2) Etnias nativas _____ 3) Jardines botánicos _____

d. Aguas termales _____

1) Visita a complejos turísticos _____

16. ¿Cómo le gusta viajar por turismo?

a. Agencia de viajes _____ b. por su propia cuenta _____

17. ¿Qué tipo de alimentación prefiere durante su estadía?

a. (típica) _____ b. Internacional _____ c. Vegetariana _____