UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN EL SECTOR DE PUEMBO CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013"

AUTORA:

NANCY JACQUELINE LALVAY CASILLAS

DIRECTOR DE TESIS:

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA. MSc

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2013

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN EL SECTOR DE PUEMBO CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013"

AUTORA:

NANCY JACQUELINE LALVAY CASILLAS

DIRECTOR DE TESIS:

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA. MSc

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo **NANCY LALVAY CASILLAS**, 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.

_____

NANCY LALVAY CASILLAS

C.I. 120554535-1

AUTORA

CERTIFICACIÓN

El suscrito Lcdo. Wilson Cerezo Segovia, MSc., docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Srta. NANCY JACQUELINE LALVAY CASILLAS, realizó el proyecto de investigación titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN EL SECTOR DE PUEMBO CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013,** bajo mi dirección, cumpliendo con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

.

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA. MSc.
DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN EL SECTOR DE PUEMBO CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013

Proyecto de Investigación presentado al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de: **Ingeniera en Administración Financiera.**

APROBADO POR:

Dra. Badie Cerezo Segovia, M.S.c.
PRESIDENTE DELTRIBUNAL

Lic. Karina Arévalo Briones, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Mg. Harold Escobar Terán, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - LOS RIOS – ECUADOR
2013

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros me dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las autoridades de la Universidad.

Lcdo. Wilson Cerezo Segovia. MSc. Director de Tesis.

A cada uno de mis profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación

Nancy Jacqueline

DEDICATORIA

En especial a Dios por darme la oportunidad de vivir, dándome las fuerzas necesarias ya que se requiere de mucha perseverancia para alcanzar mis metas.

A mis padres y hermanos, Flor, Estuardo, Rubén y Marlon, quienes han sido mi guía y mi fortaleza para poder culminar esta etapa de mi vida.

A mi hijo Mateo, quien ha sido la fuente de inspiración para culminar esta importante etapa de vida como profesional y en lo posterior es un ejemplo para él.

A mi querido esposo, Leonardo, el cual ha sido un soporte fundamental de apoyo y paciencia en este periodo de estudio.

Nancy Jacqueline

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Declaración de autoría y cesión de derecho……iv

Certificación del director de tesis……v

Tribunal de tesis……vi

Agradecimiento……vii

Dedicatoria……viii

Índice de cuadros……xv

Índice de gráficos……xvii

Índice de anexos……xviii

Resumen ejecutivo……xix

Abstract……xx

ÍNDICE GENERAL

Contenido **Pág.**

I. MARCO CONTEXTUAL 1

1.1. Introducción 2

1.1.1. Problematización 3

1.1.1.1. Planteamiento del problema 3

1.1.1.2. Formulación del problema 3

1.1.1.3. Sistematización del problema 3

1.1.2. Justificación 5

1.2. Objetivo 6

1.2.1. Objetivo General 6

1.2.2. Objetivos Específicos 6

1.3. Hipótesis 7

1.3.1. Hipótesis General 7

1.3.2. Hipótesis Específicas 7
II. MARCO TEÓRICO 9
2.1. Fundamentación Teórica..... 10
2.1.1. Turismo en el ecuador … 10
2.1.2. Turismo…..... 11
2.1.2.1. Tipos de turismo… 11
2.1.2.1.1. Turismo de sol y playa…..... 11
2.1.2.1.2. Turismo cultural..... 12
2.1.2.1.3. Turismo rural..... 12
2.1.2.1.4. Ecoturismo 12
2.1.2.1.5. Turismo de salud..... .12
2.1.2.1.6. Turismo deportivo y de aventura… 12
2.1.2.1.7. Turismo gastronómico..... 12
2.1.2.1.8. Turismo de ayuda humanitaria 13
2.1.2.1.9. Los cruceros 13
2.1.2.1.10. Turismo interno 13
2.1.2.1.11. Turismo receptor 13
2.1.2.1.12. Turismo emisor 13
2.1.2.2. Efectos económicos del turismo..... 14
2.1.3. Parador turístico..... .15
2.1.3.1. Servicios necesarios de los paraderos turísticos ..... .16
2.1.3.1.1. Servicios alimenticios..... .16
2.1.3.1.2. Servicios públicos ..... .16
2.1.3.1.3. Servicios de ventas..... .16
2.1.3.1.4. Servicios recreacionales ..... .17
2.1.3.1.5. Servicios del vehículo ..... .17
2.1.3.2. Tipología de paradores ..... .17
2.1.3.2.1. Paradero tipo A ..... .18
2.1.3.2.2. Paradero tipo B ..... .19
2.1.3.2.3. Paradero tipo C..... .19
2.2. Fundamentación Conceptual 20

2.2.1. Estudio de Mercado 20
2.2.1.1. Análisis de la Demanda..... 21
2.2.1.2. Análisis de la Oferta ..... .21
2.2.1.3. Muestreo 22
2.2.1.3.1. Determinación del Tamaño de la Muestra..... 22
2.2.2. Estudio técnico..... 22
2.2.2.1. Tamaño..... 22
2.2.2.2. Localización 23
2.2.2.3. Ingeniería del Proyecto 23
2.2.2.4. Publicidad..... 23
2.2.2.5. Financiamiento..... 24
2.2.2.6. Presupuesto..... 24
2.2.3. Estudio económico..... 25
2.2.3.1. Inversión..... 25
2.2.3.2. Costos..... 25
2.2.3.2.1. Costos Fijos y Variables..... 26
2.2.3.2.1.1. Costos Fijos 26
2.2.3.2.1.2. Costos Variables..... 26
2.2.3.3. Punto de equilibrio..... 27
2.2.3.4. Ingresos 27
2.2.3.5. Depreciación 28
2.2.4. Estudio de financiero..... 28
2.2.4.1. Flujos de fondos netos 28
2.2.4.2. Estados financieros..... 28
2.2.4.2.1. Balance general 29
2.2.4.2.2. Estado de resultados..... 29
2.2.4.3. Indicadores de rentabilidad…..... 29
2.2.4.3.1. Valor actual neto…..... 30
2.2.4.3.2. Tasa interna de retorno..... 30
2.2.4.3.3. Relación beneficio costo 30
2.3. Fundamentación legal……..31

2.3.1. Ley del consumidor 31
2.3.1.1. Responsabilidad y obligaciones del proveedor 31
2.3.2. Ley del turismo 31
2.3.2.1. Generalidades 31
2.3.2.2. De las actividades turísticas y de quienes las ejercen 33
2.3.2.3. Del consejo consultivo de turismo 35
2.3.2.4. Del Ministerio de Turismo 36
2.3.2.5. De las categorías 37
2.3.2.6. Áreas turísticas protegidas 38
2.3.2.7. De los comités de turismo 40
2.3.2.8. Disposiciones generales 40
2.3.2.9. Disposiciones finales 41
III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN 43
3.1. Materiales y métodos 44
3.1.1 Materiales y equipos 44
3.1.2. Métodos de Investigación 44
3.1.2.1. Método Deductivo 44
3.1.2.2. Método Analítico 45
3.1.2.3. Método Inductivo 45
3.2. Tipo de investigación 45
3.2.1. Exploratoria 45
3.2.2. Descriptiva 45
3.3. Diseño de la investigación 46
3.3.1. Encuestas 46
3.4. Población y muestra 46
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 47
4.1. Resultados. 48
4.1.1. Estudio de mercado. 48
4.1.1.1. Análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes del cantón La Maná. 48
4.1.2. Determinación de la Demanda actual 62

4.1.3. Determinación de la Demanda futura..... 62
4.1.4. Determinación de la Oferta actual..... 63
4.1.5. Determinación de la Oferta futura 63
4.1.6. Determinación de la Demanda insatisfecha..... 63
4.1.7. Descripción del cliente 64
4.1.8. Mercado objetivo..... 64
4.1.9. Nombre. 64
4.1.10. Precio..... 65
4.1.11. Promoción..... 65
4.1.2. Estudio técnico..... 66
4.1.2.1. Tamaño del proyecto. 66
4.1.2.2 Localización del proyecto..... 66
4.1.2.2.1. Macrolocalización..... 66
4.1.2.2.2. Microlocalización..... 67
4.1.2.2.3. Factores Locacionales……..68
4.1.2.3. Infraestructura del paradero turístico……...68
4.1.2.3.1. Distribución del paradero turístico……68
4.1.2.3.2. Vista exterior 69
4.1.2.3.3. Área de juegos..... 70
4.1.2.3.4. Salón interno. 70
4.1.2.3.5. Área de cocina. 71
4.1.2.4. Organigrama. 71
4.1.2.4.1. Organigrama organizacional. 71
4.1.2.4.2. Organigrama funcional..... 72
4.1.3. Estudio económico..... 74
4.1.3.1. Inversión Activos Fijos y materia prima..... 74
4.1.3.2. Capital de trabajo. 75
4.1.3.3. Inversión total..... 75
4.1.3.4. Financiamiento..... 75
4.1.3.5. Depreciaciones 75
4.1.3.6. Ingresos. 77

4.1.3.7. Egresos. 78
4.1.3.8. Punto de equilibrio..... 79
4.1.3.9. Estado de pérdidas y ganancias. 80
4.1.3.10 Flujo de efectivo. 83
4.1.4. Estudio Financiero..... 84
4.1.4.1. Valor Actual Neto (VAN)..... 84
4.1.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR). 84
4.1.4.3. Relación Beneficio Costo (B/C). 85
4.1.4.4. Tiempo de Retorno de Inversión (TRI). 86
4.2. Discusión..... 87
V. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES 89
5.1. Conclusiones..... 90
5.2. Recomendaciones..... 91
VI. BIBLIOGRAFÍA 92
6.1. Literatura Citada..... 93
VII. ANEXOS 97

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros **Pág.**

1. Ocupación actual 48
2. Con quien viaja 49
3. Frecuencia que realiza viaje de turismo 50
4. Conocimiento de que es paraderos turísticos 51
5. Ingresos económicos mensuales 52
6. Gasto cuando hace turismo 53
7. Región de preferencia para turismo 54
8. Fijación al momento de acudir a un paradero turístico 55
9. Deseo de un paradero turístico..... 56
10. Actividades en el paradero turístico 57
11. Tipo de comida en el paradero turístico 58
12. Consumo Promedio 59
13. Característica del paradero turístico 60
14. Acudir al paradero turístico 61
15. Demanda actual. 62
16. Demanda Futura 62
17. Proyección Oferta Actual 63
18. Oferta Futura 63
19. Demanda insatisfecha..... 63
20. Tamaño Óptimo del proyecto... 66
21. Presupuesto de Inversión Activos Fijos y materia prima..... 74
22. Capital de trabajo. 75
23. Inversión total..... 75
24. Financiamiento..... 75
25. Depreciaciones 77
26. Ingresos 77
27. Ingresos proyectados..... 78

28. Egresos. 78
29. Punto de Equilibrio. 79
30. Estado de pérdidas y ganancias 80
31. Amortizaciones 81
32. Flujo de efectivo 83
33. Sueldos y Salarios 103
34. Pago de impuesto a la renta 104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pág.

1. Ocupación actual 48
2. Con quien viaja 49
3. Frecuencia que realiza viaje de turismo 50
4. Conocimiento de que es paraderos turísticos 51
5. Ingresos económicos mensuales 52
6. Gasto cuando hace turismo 53
7. Región de preferencia para turismo 54
8. Fijación al momento de acudir a un paradero turístico 55
9. Deseo de un paradero turístico 56
10. Actividades en el paradero turístico 57
11. Tipo de comida en el paradero turístico 58
12. Consumo Promedio 59
13. Característica del paradero turístico 60
14. Acudir al paradero turístico 61
15. Nombre 64
16. Macrolocalización 67
17. Microlocalización 67
18. Distribución de la planta 68
19. Vista exterior 69
20. Área de juegos 70
21. Salón interno 70
22. Área de cocina 71
23. Estructura Organizacional 71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos **Pág.**

1. Encuestas..... 98
2. Competencia……..…….……....101
3. Encuestas 102

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación fue realizado en el Cantón La Maná que cuenta con 42216 habitantes, consistió en un estudio de mercado, técnico, organizacional, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad de darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo, misma que incentivará a los turistas que acudan a degustar de variados platos típicos de la región.

El estudio de factibilidad realizado en este proyecto de investigación permitió conocer que la demanda potencial que sustenta la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo, es del 92% de un total de 396 encuestados, lo cual significa que existe una gran aceptación importante para esta tipo de negocio.

El proyecto de inversión establece que se requiere un total de $ 53387,70 para la ejecución total de este proyecto, para realizar esta inversión se hace necesaria la obtención de un crédito de $ 53387,70 en la CNF, el mismo que en un plazo de 60 meses será cancelado en su totalidad.

El valor actual neto presentó un valor positivo de **$ 96.057,11** lo que significa el retorno líquido actualiza generado por el proyecto. Por lo tanto el proyecto es factible. La tasa interna de retorno es de **66,44%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de **$ 1,52**. Esto demuestra que por cada dólar que se invierta retorna un dólar cincuenta y dos centavos de utilidad, por lo tanto el proyecto financieramente es factible, finalmente de acuerdo al punto de equilibrio se pudo determinar que con un total de **$ 96.432,51** se puede llegar a un punto de equilibrio aceptable del proyecto.

La oportunidad de instalar este tipo de paradero turístico es muy importante ya que representa una oportunidad de negocio y además es una inversión que aún no ha sido explotada en el cantón La Maná.

ABSTRACT

This research was conducted in the Canton La Maná which has 42216 inhabitants consisted of market research, technical, organizational, economic, and financial evaluation projected 5-year term in order to give the investor a tool support for the creation of a tourism sector whereabouts Puembo, same as encourage tourists who come to dislike varied dishes of the region.

The feasibility study conducted in this research project envisioned that the potential demand that supports the creation of a tourism sector whereabouts Puembo is 92% of a total of 396 respondents, which means there is wide acceptance important for this type of business.

The investment project provides a total of $ 53387,70 for the full implementation of this project is required to make this investment to obtain a loan of $ 53387,70 in the CFN is needed the same within a period of 60 months will be paid in full .

The net present value had a positive value of **$ 96.057,56** which means the liquid return generated by the project updates. Therefore the Project is feasible. The internal rate of return is **66,44%**, which was higher than the market interest rate, therefore the project is feasible and viable from the economic point of view. The cost benefit ratio is determined by dividing net profit for the interest rate of the bank loan, obtaining the target of **$ 1,52**. This shows that for every dollar invested returns one U.S. dollars and fifty-two cents of profit, therefore the project is financially feasible, and finally according to the balance point it was determined that a total of **$ 96.432,51** you can reach a point of equilibrium acceptable project.

The opportunity to install this type of tourism is very important as it represents a business opportunity and it is an investment that has not been exploited in the Canton La Maná.

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	**Titulo / Title**	M	Estudio de factibilidad para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del cantón La Maná, año 2013
2.	**Creador / Creator**	M	Lalvay N.; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3.	**Materia / Subject**	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Administración de financiera; " Estudio de factibilidad para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del cantón La Maná, año 2013"
4.	**Descripción / Description**	M	La presente investigación se realizó en el Cantón La Maná sector Puembo, con el objetivo de realizar un Estudio de factibilidad para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del cantón La Maná, segmentando el mercado de manera objetiva, para proyectar egresos e ingresos que incurren en el proyecto.
5.	**Editor / Publisher**	M	FCE. Carrera, Ing. en Administration Financiera, Lalvay Nancy
6.	**Colaborador / Contributor**	O	Ninguno.
7.	**Fecha / Date**	M	
8.	**Tipo / Type**	M	Estudio de Factibilidad
9.	**Formato / Format**	R	.doc MS Word 2010; .pdf
10.	**Identificador / Identifier**	M	http://biblioteca.uteq.ec
11.	**Fuente / source**	O	Investigación Empresarial, Estudio de Factibilidad 2013
12.	**Lenguaje /**	M	Español

	Languaje		
13.	**Relación / Relation**	O	Ninguno
14.	**Cobertura / Coverage**	O	Cantón La Maná
15.	**Derechos / Rights**	M	Ninguno
16.	**Audiencia / Audience**	O	Trabajo de Investigación (Research Project).

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Cada estado soberano promueve sus espacios naturales, los mismos que serán visitados por millones de personas con capacidad económica y distinta condición turística, este intercambio cultural produce la captación de millones de dólares – divisas para el país. A todo ello se le conoce como turismo.

El Cantón La Maná tiene una extensión territorial de 663 Km2, el mismo que se considera de espacios naturales aun conservados en forma natural e inexplotados desde el punto de vista turístico; sus parroquias rurales y espacios naturales de manera muy lenta se van integrando al sistema de oferta turística, y este sistema de investigación constituye la promoción de un espacio acogedor que permita poder atender a la demanda de quienes buscan un espacio que brinde comodidad y tranquilidad, donde las personas pueden aprovechar de la naturaleza junto a sus familiares o amigos, pasando un momento agradable y de descanso. El Sector Puembo, ubicado a pocos kilómetros de la cabecera cantonal se ha constituido en un espacio altamente asistido y visitado por miles de turistas principalmente en la época de invierno. La inversión privada**,** constituye la alternativa para hacer crecer toda la sociedad de ésta parte de la patria, la misma que se verá asistida y favorecida con esta actividad es decir la promoción del turismo de un parador turístico en Puembo.

Un estudio de factibilidad tiene como fin estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero para que la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la creación de un parador turístico en el Cantón La Maná, pueda reducir el mínimo de probabilidades de fracaso en la toma de decisiones y del desarrollo del proyecto.

A partir de ahí, es indispensable que la creación de un parador turístico en el Cantón La Maná, se encamine a administrar con eficacia, ofertando bienes y servicios para satisfacer las necesidades del mercado y con ánimo de alcanzar ciertos objetivos, entre ellos obtener rentabilidad y encontrar su posicionamiento en el mercado.

1.1.1. Problematización

1.1.1.1. Planteamiento del Problema

Por observación del entorno y por medio de relaciones se llega a la conclusión preliminar de que en el Cantón La Maná, existen paradores turísticos donde los turistas no se siente completamente complacidos con el servicio brindado, por lo cual se necesita desarrollar un estudio de factibilidad para determinar cuáles son los gustos y preferencias de los turistas para hacer mejor sus estancias.

Cuando se decide realizar un proyecto de inversión tal como es la creación de un paradero turístico, se debe tener respuestas a preguntas críticas que de antemano pueden evitar problemas tanto de orden técnico como económico tales como: ¿Qué tipo de infraestructura construir, dónde y cuándo construirlo? Una vez obtenido mediante operaciones adecuadas ¿cómo construir? Y lo más importante ¿a quién será beneficiado?

Esta investigación se basa en la factibilidad de creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná, por ser un área de espacios turísticos y por ende fomentar el desarrollo económico de la zona, en el año 2013.

1.1.1.1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la elaboración de un estudio de factibilidad permitirá la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná?

1.1.1.1.3. Sistematización del problema

- ¿Cómo será la situación actual de la oferta y demanda de paraderos turísticos en el sector de Puembo del Cantón La Maná?

- ¿Cuál sería la infraestructura adecuada que debe tener la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná?

- ¿El TIR, VAN, B/C, determinarán la viabilidad para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná?

1.1.2. Justificación

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general.

El turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

El proyecto se justifica a raíz del desarrollo de estudios preliminares del mercado, de localización, financiero y técnico para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná.

La creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná, permitirá ofrecer a los turistas un lugar acogedor rodeado de la flora y fauna del sector.

La creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná, se justifica socialmente por el beneficio que traerá a la región, por medio de la presentación de empleos directos e indirectos, beneficios en gran medida a esta región porque permita, mejorar el nivel de vida.

En el sector de Puembo del cantón La Maná ha tenido un crecimiento económico notable durante los últimos años, la creación de un paradero turístico atraerá a inversionistas nacionales que puedan implementar proyectos de inversión trayendo un crecimiento en el nivel económico de la región.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná. Año 2013.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado de la situación actual de la oferta y demanda de los paraderos turísticos en el sector de Puembo del Cantón La Maná año 2013.

- Ejecutar un estudio técnico para conocer la mejor ubicación posible de la construcción del paradero turístico.

- Realizar proyecciones de financiamiento e inversión de capital que me permita determinar la factibilidad de mi proyecto

1.3. Hipótesis

1.3.1. Hipótesis General

El desarrollo de un estudio de factibilidad contribuirá a la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo del Cantón La Maná, año 2013.

Variables

Independiente

Estudio de factibilidad

Dependiente

Creación de un paradero turístico

1.3.2. Hipótesis Específicas

- El análisis de la situación actual del mercado de paraderos turísticos en el cantón La Maná permitirá conocer cuáles serían sus posibles competidores y consumidores.

- El estudio técnico permitirá establecer cómo estará estructurado el nuevo paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo.

- Las proyecciones de financiamiento e inversión de capital permitirá conocer la rentabilidad de la creación que tendrá el paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo.

Variables

Independiente

Situación actual de mercado

Dependiente

Posibles competidores y consumidores

Independiente

Estudio técnico

Dependiente

Estructura del paradero turístico

Independiente

Proyecciones de financiamiento e inversión de capital

Dependiente

Rentabilidad del paradero turístico

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Turismo en el Ecuador

www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/. Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza.

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24 %) o por negocios o trabajo (62 %). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales.

www.wikipedia.org/wiki/Turismo. Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km2 del mundo.

Criterio personal: El Ecuador posee numerosos sitios turísticos, con una amplia riqueza en espacios naturales, flora y fauna. El turismo en Ecuador es un sector en crecimiento cada vez más presente en la Economía Ecuatoriana, constituye una de las actividades fundamentales generadoras ingresos, de empleo y desarrollo, ya que proporciona un gran número de divisas al país.

2.1.2. Turismo

Bormann (1930). Define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Hunziker y Krapf (2009). Dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".
Ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

Criterio personal: El turismo es toda actividad realizada por personas durante sus viajes o estancias con el fin de pasar momentos inolvidables ya sea por negocios, trabajo, ocio u otros motivos.

2.1.2.1. Tipos de turismo

http://www.mintur.gob.ve/. Los principales tipos de turismo varían en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo. Algunos de ellos son:

2.1.2.1.1. Turismo de sol y playa

Es el turismo por excelencia y el más masificado.

2.1.2.1.2. Turismo cultural

Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

2.1.2.1.3. Turismo rural

Se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

2.1.2.1.4. Ecoturismo

Se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.

2.1.2.1.5. Turismo de salud

Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

2.1.2.1.6. Turismo deportivo y de aventura

Tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte.

2.1.2.1.7. Turismo gastronómico

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebidas típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

2.1.2.1.8. Turismo de ayuda humanitaria

Está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

2.1.2.1.9. Los cruceros

Son una fórmula de vacaciones muy completa, porque ofrecen la posibilidad de visitar varios lugares en un periodo corto de tiempo a bordo de un hotel flotante. Generalmente, son viajes muy programados.

www.monografias.com/trabajos84. Según el viajero y su lugar de procedencia y destino podemos realizar la siguiente clasificación:

2.1.2.1.10. Turismo interno

Los residentes de un país o zona viajan únicamente dentro de la zona. Económicamente afecta a la redistribución de la renta y creación de empleo, pero no provoca entrada ni salida de divisas.

2.1.2.1.11. Turismo receptor

Los no residentes que viajan dentro de un país o zona. Económicamente produce entrada de divisas (riqueza del exterior).

2.1.2.1.12. Turismo emisor

Los residentes de un país o zona concreta que viajan a otra distinta. Económicamente produce pérdida de riquezas porque los nacionales gastan su dinero en el exterior.

Si combinamos entre sí estas tres formas básicas de turismo obtenemos las siguientes categorías:

Turismo interior (internar).- Incluye el turismo interno y el turismo receptor.
Turismo nacional.- Incluye el turismo interno y el emisor.
Turismo internacional.- Incluye el turismo receptor y emisor.

Criterio personal: Existen distintas tendencias de turismo que el viajero tiene para elegir dependiendo de su actividad y lugar que desee desarrollar y visitar, sin embargo hay que tener en cuenta una serie de factores en el momento de decidir un destino como por ejemplo factores naturales, socioculturales y económicos.

2.1.2.2. Efectos económicos del turismo

www.rincondelvago.com/. El turismo receptivo supone entrada de divisas, la creación de una riqueza “ex novo”. Debemos unir el efecto multiplicador que se genera por el turismo y que podemos definir como la riqueza añadida que se crea por cada unidad de gasto turístico, se puede aplicar al empleo y a otros factores, al final del proceso se ha generado un valor añadido que se puede medir como la diferencia entre el gasto inicial del turista y el importe de la riqueza generada.

Raya (2008). Existen dificultades medir la contribución del turismo al PIB debido a la naturaleza tangible de los productos que forman parte de él, los servicios y la complicación de separar las actividades turísticas del resto, ya que se trata de un sector y transversal.
Por otra parte, la dificultad proviene de la existencia de servicios que no se incluyen en el mercado, como el gasto que realiza el sector público en infraestructuras de transporte, limpieza de playas, etc.
A pesar de estas dificultades, la mayoría los países tratan de proporcionar una estimación del valor del turismo con fines comparativos y de planificación. Para

ello presentan la contribución del turismo al PIB en porcentaje (%) dentro del conjunto de su economía.

Criterio personal: El turismo es una fuente importante de divisas ya que genera movimientos de capital entre países y dentro de un mismo país, sin embargo resulta un poco difícil medir el turismo en sí, en la economía de un país, ya que el tamaño y el valor de la economía se expresa mediante el valor global de todos los bienes y servicios; y en el turismo intervienen todos estos aspectos, es por esto que en el sector turístico intervienen todos los aspectos del PIB como el consumo, inversión, importaciones y exportaciones.

2.1.3. Parador turístico

www.buenastareas.com/. Paradero turístico como un lugar predilecto para la gente en la carretera en donde puedan descansar consumiendo productos típicos y alejarse del incómodo ruido de la ciudad. Es un espacio donde las personas pueden aprovechar de la naturaleza junto a sus familiares o amigos, pasando un momento agradable y de descanso, y además disfrutando de actividades recreacionales como paseos en bote, monturas a caballo, observación de faenas agropecuarias y excursiones con guía. Adicional a estas actividades, también podrán gozar de deliciosos platos típicos en un ambiente acogedor.

www.definicionabc.com/. El parador es un elemento típico de cierto tipo de ciudades o espacios urbanos que se encuentran cerca al mar. Entendemos por parador a aquel espacio (que puede ser tanto público como privado) que se ubica en la playa o en las cercanías a algún curso de agua y donde se ofrecen diferentes servicios y posibilidades a los turistas para que disfruten su experiencia al máximo. Los paradores tienen ese nombre porque los primeros paradores eran justamente paradas en el camino para que las personas que se dirigían a determinados destinos turísticos pudieran encontrar algunos servicios o productos necesarios

Criterio personal: Un parador turístico generalmente se encuentra ubicado en las carreteras automovilísticas, de rápido y fácil acceso, presentan diversos servicios a turistas como: servicios de alimentos, servicios recreacionales, servicios de vehículos, entre otros.

2.1.3.1. Servicios necesarios de los paraderos turísticos

http://www.mintur.gob.ve/. Tomando en cuenta la ineficiencia de los servicios existentes se indicará a continuación la gama de servicios que se consideran adecuados para un parador turístico. Estos se podrían agrupar de la forma siguiente:

2.1.3.1.1. Servicios alimenticios

- Máquinas automáticas de leche, refrescos, etc.
- Servicio rápido de comidas y bebidas simples.
- Servicio rápido pero con comidas que requieran algo de preparación en cocina como hamburguesas, sándwiches, sopas, etc.
- Servicio más completo y con un considerable surtido en comidas y bebidas.

2.1.3.1.2. Servicios públicos

- Sanitario para damas y caballeros.
- Información turística.
- Teléfonos públicos y correo.
- Primeros auxilios.

2.1.3.1.3. Servicios de ventas

- Periódicos, revistas, libros y tarjetas postales
- Artículos Típicos (artesanía)
- Frutas y Flores

- Artículos de Primera necesidad.

2.1.3.1.4. Servicios recreacionales (cuando la localización del parador lo permita)

- Parque infantil
- Áreas Verdes de Protección
- Áreas de Picnic

2.1.3.1.5. Servicios del vehículo (en caso de ser incorporados al parador)

- Surtidor de agua, aire y combustible.
- Taller mecánico para Reparaciones ligeras y Urgentes.
- Reparación y Venta de Cauchos.
- Venta de Repuestos para Autos de Mayor Consumo.

No todo tipo de paradores turísticos incluirán éstos servicios. Sin embargo hay algunos que siempre serán indispensables y éstos serán considerados como la unidad mínima necesaria para un parador

Criterio personal: En un parador turístico es indispensable ciertos servicios pero hay ciertos productos que estarían por demás dependiendo de diversos factores como: el medio ambiente donde se desenvuelve, economía del sector, entre otros.

2.1.3.2. Tipología de paradores

http://www.mintur.gob.ve/. De acuerdo a lo propuesto como servicios necesarios en los paradores se pueden establecer diferentes tipologías; naturalmente todo agrupamiento depende de las condiciones del terreno y el tipo de servicios que serán provistos; las alternativas que se darán a continuación obedecen a una serie de factores primordiales en el

funcionamiento de los servicios ofrecidos por paradores como son los siguientes:

a) El área de cocina o preparación de alimentos debe estar centralizada.
b) Los sanitarios públicos que normalmente son los más utilizados, deben tener cierta separación de los demás servicios en la edificación, ya sea por entrada independiente o por distancia del resto de la estructura.
c) La localización de los servicios auxiliares como la tienda de artículos, no es crítica, pero estaría mejor ubicada adyacente a las áreas de servicios de alimentos y servicios sanitarios .En ella se contempla la venta de artículos de primera necesidad, algunos alimentos, productos y artesanía típica de la región. También dentro de su área se ubicarán los servicios de teléfono, correos e información turística.
d) Las áreas de servicio deben ser, estructurales en forma que faciliten su futura expansión.
e) El núcleo de servicios para el automóvil cuando se incorpora al parador debe ubicarse separadamente a la estructura de servicios al usuario, generalmente a una distancia no menor a 20 mts.

2.1.3.2.1. Paradero tipo A

Es el tipo de facilidad que se considera como la unidad mínima necesaria para un parador.

Se contemplan para ella los siguientes servicios (con sus respectivas áreas):

- Local para Información Turística.
- Sanitarios (para el público y el personal del establecimiento)
- Café - bar de servicio rápido.
- Área de servicio al Café-bar. integrada a éste con un mínimo de artefactos para la preparación de alimentos y bebidas.
- Depósito para el almacenamiento.
- Tienda de Venta de artesanía.

- Estacionamiento de vehículos.
- Núcleo de servicio del automóvil cuando se considere necesario, y que en éste caso podría ofrecer únicamente suministro de combustible.

2.1.3.2.2. Paradero tipo B

Este tendrá todas las facilidades del tipo A, pero algunas de ellas tales como los sanitarios, la tienda y los posibles servicios para el automóvil se proveen más amplios o completos.

Parador tipo B ofrecería lo siguiente:

- Local para Información Turística.
- Sanitarios Públicos.
- Sanitarios para el personal.
- Fuente de soda.
- Área de mesas.
- Cocina.
- Depósitos.
- Tienda (Venta de misceláneas).
- Oficina de administración- Vigilancia.
- Estacionamiento.

En estos paradores los servicios al automóvil podrían incluir un área de garaje para reparación de pequeñas averías.

2.1.3.2.3. Parador tipo C

Este incluiría todas las facilidades de los paradores A y B ampliándoles áreas, por lo cual sus servicios serían:

- Local para Información Turística.

- Sanitarios Públicos.
- Sanitarios para el personal.
- Fuente de Soda.
- Área de mesas.
- Cocina.
- Depósito.
- Venta de Misceláneas.
- Venta de artesanía.
- Oficina de administración-vigilancia.
- Salón de juegos.
- Área de Exposiciones.
- Estacionamiento de Vehículos.
- Residencia del Vigilante (Cuando sea necesaria)
- Núcleo de servicio al automóvil

Criterio personal: Las áreas para la aplicación de un parador turístico, principalmente deben estar en contacto con la naturaleza, ser amplias en espacios recreativos y tener facilidades de acceso para todos los servicio a ofrecer.

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Estudio de Mercado

Kotler (2010). Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Randall (2008). La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.

Malhotra (2010). La identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia.

2.2.1.1. Análisis de la Demanda

Mochon (2008). El valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas

Hernández (2010). La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido

2.2.1.2. Análisis de la Oferta

Mochon (2008). La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta.

Sapag (2009). Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

2.2.1.3. Muestreo

Hernández (2008). El muestreo es simplemente el proceso de seleccionar los elementos de una población de la que se desea medir ciertos factores.

Sarmiento (2009). El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo), debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

2.2.1.3.1. Determinación del Tamaño de la Muestra

Kotler (2008). Siempre que se trabaje en muestreo debe contarse con un plan preciso para delimitar el tamaño de la muestra que se desea extraer de la población para cumplir con los objetivos de la investigación.

Tucker (2008). Es un subconjunto de elementos de la población. Donde los Elementos son las unidades individuales que componen la población.

2.2.2. Estudio Técnico

2.2.2.1. Tamaño

Hernández (2008). El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definido en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

Baca (2010). Manifiesta que el tamaño de un proyecto se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo durante un período de tiempo.

2.2.2.2. Localización

Hernández (2008). Se refiere a la macro localización como la micro localización de la nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación.

Baca (2010). La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

2.2.2.3. Ingeniería del Proyecto

Murcia (2009). El proyecto se constituye en la unidad operativa del desarrollo, y se expresa como medio para la solución de problemas; para atender necesidades sentidas de la población; como mecanismo de concertación y gestión de recursos a través de los presupuestos; para la coordinación de acciones interinstitucionales en actividades de interés común y, desde luego, como instrumento de control de gestión que permita verificar la eficacia social de los planes y programas.

García (2008). Manifiesta que esta etapa del estudio tiene por objeto definir el proceso de producción, los equipos y las inversiones, y hacer posible el cálculo de los costos de producción.

2.2.2.4. Publicidad

Stanton (2008). Una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet.

Urquizo (2010). La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas.

2.2.2.5. Financiamiento

Sarmiento (2009). Es la aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés.

Ramírez (2008). Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario.

2.2.2.6. Presupuesto

Weiers (2009). Documento que contiene el estimado de los ingresos y gastos que se producirán durante un determinado período en una compañía. Puede referirse sólo a una parte de las actividades, como por ejemplo; a un producto o familia de productos, o bien a la actividad global de la empresa.

Hair-Bush-Ortinau (2008). Permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Para alcanzar estos fines puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos).

2.2.3. Estudio Económico

Sapag y Sapag (2010). En esta etapa del proyecto se tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcione las etapas anteriores como es elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto.

Murcia (2009). El estudio económico consiste en determinar la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista de la economía en su conjunto a precios sombra o de eficiencia, para su efecto sobre la rentabilidad de la inversión.

2.2.3.1. Inversión

Dávalos (2008). La inversión es la transformación de bienes circulantes o líquidos rentables o productivos. El término es aplicable tanto al acto transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura.

Kotler (2008). Deduce que la inversión es la suma de todos los gastos que se van a incurrir para iniciar un proyecto. La inversión del proyecto puede clasificarse, según corresponda, por terreno, obras físicas, equipamiento de fábrica, oficinas, etc.

2.2.3.2. Costos

Spiller (2010). Representan el conjunto de recursos destinados a la adquisición de bienes y servicios principales y secundarios para elaborar un nuevo producto que dará ganancias económicas a la entidad contable, como también representa los recursos asignados a la compra de bienes que habrán de ser vendidos por la entidad.

Ayala (2010). De acuerdo al período de planeación de la producción, existente costos fijos y costos variables. Los costos que se deben efectuar aunque no se produzca nada, son los costos fijos, estos no varían con los cambios en la producción.

2.2.3.2.1. Costos Fijos y Variables

Díaz (2012). De acuerdo al período de planeación de la producción, existente costos fijos y costos variables. Los costos que se deben efectuar aunque no se produzca nada, son los costos fijos, estos no varían con los cambios en la producción.

Ortega (2010). Puede ser definido como una segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción, es decir que solo los costos variables son los que deben formar parte del costo.

2.2.3.2.1.1. Costos Fijos

Sarmiento (2010). Manifiestan que son aquellos que permanecen constantes en un período independientemente de que se presenten cambios en el nivel de producción.

Ortega (2010). Indica que son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción, se puede decir que los Costos Fijos varían con el período de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

2.2.3.2.1.2. Costos Variables

Kotler (2010). Los costos variables son los gastos incurridos por concepto de materia prima, mano de obra, etc., que sean equivocadamente identificables

con el producto que se está evaluando. Los costos variables se incrementan o disminuyen según el volumen fabricado.

Urquizo (2010). Son aquellos que cambian en su monto total directamente con las fluctuaciones del nivel de actividad realizado. La prestación de servicios debe medirse en términos de alguna base de actividad, como por ejemplo, la cantidad de cursos dictados.

2.2.3.3. Punto de Equilibrio

Ramírez (2008). Es una técnica de análisis muy importante, empleada como instrumento de planificación de utilidades, de la toma de decisiones y de la resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semivariables.

Ortega (2010). Indica que el punto de equilibrio representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de ese punto la empresa incurre pérdida y por arriba obtiene utilidades.

2.2.3.4. Ingresos

Dávalos (2008). Son entradas o salidas de dinero o valores que lo representen, se originan en las ventas de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado.

Spiller (2010). Es la cantidad que se dispone para gastos de consumo personal y ahorros. También es proveniente de sueldos, salarios, dividendos, rentas, intereses, negocios, etc.

2.2.3.5. Depreciación

Ayala (2010). Es la pérdida del valor de los bienes de activos fijos al uso, deterioro o desuso.

Sarmiento (2008). La depreciación es considerada como la pérdida paulatina del valor de los activos fijos por desgaste u obsolescencia.

2.2.4. Estudio Financiero

2.2.4.1. Flujos de Fondos Netos

Hernández (2008). La construcción del flujo de fondos, es decir, resumir los ingresos y egresos que el proyecto tendrá durante la vida útil, constituye el primer gran pasó en la evaluación financiera de proyectos de inversión o en general en el análisis de toma de decisiones. Una vez que se haya realizado la construcción del flujo de fondos, el siguiente paso es encontrar los indicadores de rentabilidad que son señales que indican la viabilidad del proyecto.

Díaz (2012). Es la diferencia entre las entradas y salidas del dinero durante un periodo determinado. Dentro de la empresa este es uno de los mejores instrumentos financieros para relacionar los ingresos con los egresos que tiene la empresa durante un periodo establecido.

2.2.4.2. Estados Financieros

Guajardo (2010). Son el producto final del proceso contable de la información financiera, elemento imprescindible para que los diversos usuarios puedan tomar decisiones: La información financiera que dichos usuarios requieren que se centre primordialmente en la evaluación de la situación financiera de la rentabilidad y la liquidez.

Sarmiento (2008). Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa.

2.2.4.2.1. Balance General

Sarmiento (2008). El Balance General o Estado de Situación Final expone la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso.

Ortega (2010). Manifiesta que el balance general muestra la posición financiera de una compañía. En un estado financiero, se hace presente el activo, pasivo y capital o patrimonio de una empresa a una fecha determinada; por lo general, se lo realiza al 31 de diciembre por considerarse la terminación del ejercicio anual.

2.2.4.2.2. Estado de Resultados

Terranova (2008). Es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta.

Guajardo (2010). Señala que el primero de los estados financieros básicos es el Estado de Resultados. Dicho estado financiero trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables. Al remanente se llama resultado, el que puede ser positivo o negativo, si es positivo se lo llama utilidad y si es negativo se lo denomina pérdida.

2.2.4.3. Indicadores de Rentabilidad

Viscione (2012). Son las utilidades obtenidas en el periodo como un porcentaje de las ventas, de los activos o del patrimonio.

Borja (2011). Significa el porcentaje de utilidad antes de participación e impuestos con relación al capital o patrimonio, es decir mide la rentabilidad de los fondos aportados por los socios o accionistas.

2.2.4.3.1. Valor Actual Neto (VAN)

Terranova (2008). Se establece que el V.A.N de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión.

Hernández (2008). El valor actual neto (VAN) se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión.

2.2.4.3.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Ortega (2008). Indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo.

Terranova (2010). Es un criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión, se define como la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

2.2.4.3.3. Relación Beneficio y Costo

Hernández (2008). Se utiliza para evaluar las inversiones económicas o de interés. Tanto los beneficios como los costos no cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, y además se toma en cuenta criterios sociales.

Terranova (2010). La relación Beneficio/Costo, se define como aquel coeficiente de evaluación de proyectos, que resulta de dividir los ingresos

netos actualizados entre los egresos. En otras palabras, indica cuánto representan los ingresos actualizados respecto a los egresos actualizados.

2.3. Fundamentación Legal

La ejecución de la presente investigación se fundamenta en los siguientes artículos de la ley orgánica del consumidor y la ley del turismo:

2.3.1. Ley orgánica del consumidor

2.3.1.1. Responsabilidad y obligaciones del proveedor

Art. 17.- Obligaciones del proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del bien o prestación del servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.

Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

2.3.2. Ley de turismo

2.3.2.1. Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado;
g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

2.3.2.2. De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;
b. Servicio de alimentos y bebidas;
c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;
f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
b. Dar publicidad a su categoría;
c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de

Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar

en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

2.3.2.3. Del consejo consultivo de turismo

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,
8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.
Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se hará en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

2.3.2.4. Del Ministerio De Turismo

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;
b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
d) Los centros de información turística;
e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

2.3.2.5. De las categorías

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las

normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

2.3.2.6. Áreas Turísticas Protegidas

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.
En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

2.3.2.7. De Los Comités De Turismo

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;
c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,
d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

2.3.2.8. Disposiciones Generales

Art. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

2.3.2.9. Disposiciones Finales

Art. 61.- Refórmese el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971, por el siguiente texto: "El Ministro de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza".

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédase al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Derógale la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Materiales y equipos

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se hizo uso de los siguientes materiales y equipos:

Detalle Materiales	Valor
Copias	$ 50,00
Impresiones	$ 300,00
Cuadernos	$ 10,00
Lapiceros	$ 2,00
Carpetas	$ 5,00
Pen Drive	$ 15,00
Anillados	$ 5,00
Empastados	$ 80,00
Cds.	$ 10,00
Transporte y Alimentación	$ 80,00
TOTAL	**$ 567.00**

3.1.2. Métodos de Investigación

3.1.2.1. Método Deductivo

Se empleó este método, con el propósito de analizar la información que se va a extraer del sector en donde se realizó la creación de un paradero turístico. Además se argumentó con otras fuentes de consulta, con el fin de mejorar el diseño del proyecto y determinar los respectivos análisis.

3.1.2.2. Método Analítico

Permitió realizar un análisis de la problemática y descubrir los resultados a fin de poder comprobar la hipótesis planteada.

3.1.2.3. Método Inductivo

A través de este método se realizó un estudio general de la oferta y demanda de los paraderos turísticos en el sector de Puembo del cantón la Maná, información obtenida por medio de la observación, las encuestas, misma que permitió elaborar el proyecto y establecer conclusiones al final del proceso investigativo

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Exploratoria

Este tipo de investigación tuvo como propósito de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un paradero turística.

3.2.2. Descriptiva

Se refirió a la etapa preparatoria del trabajo, que permitió especificar/elaborar el estudio de factibilidad.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. Encuesta

La encuesta, permitió recoger información de una “muestra” o fracción de la población bajo estudio. Para la recolección de datos se utilizó una encuesta que respaldó la formulación de los objetivos proyectados.

3.4. Población y Muestra

Para establecer el universo y muestra se obtuvo información del INEC correspondiente al censo del año 2010, obteniendo la cantidad en la población del cantón La Maná 42.216 habitantes.

Fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Dónde:

n = Muestra.
N= Población= 42216
e^2= Error de la Muestra= ± 5%.

$$n = \frac{42216}{(0.0025)(42216-1)+1}$$

$$n = \frac{42216}{(0.0025)(42215)+1}$$

$$n = \frac{42216}{106.5375}$$

$$n = 396.25$$

$$\boldsymbol{n = 396//}$$

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de Mercado

4.1.1.1. Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes del cantón La Maná.

Pregunta 1.- ¿Qué ocupación tiene?

Cuadro 1. Ocupación actual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Empleado	157	40
Estudiante	85	21
Independiente	103	26
Otros	51	13
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

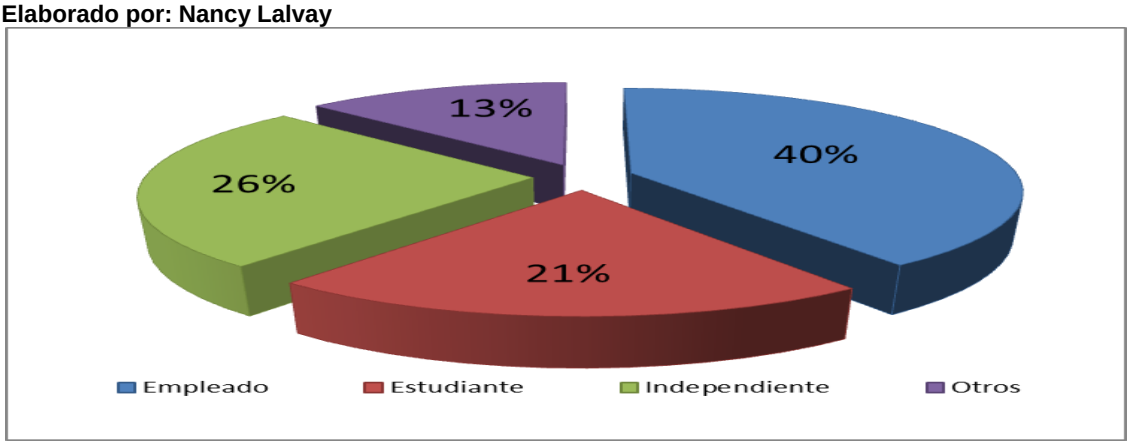


Gráfico 1. Ocupación actual

Análisis: Según el gráfico # 1, indica que el 40% de los habitantes encuestados manifestaron que actualmente su ocupación es de empleado, el 26% expresaron que son independientes, con el 21% expresaron que son estudiantes y finalmente el 13% manifestaron que actualmente realizan otra ocupación.

Pregunta 2.- ¿Con quién viaja normalmente?

Cuadro 2. Con quien viaja

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Solo	48	12
Familiares	234	59
Amigos	114	29
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

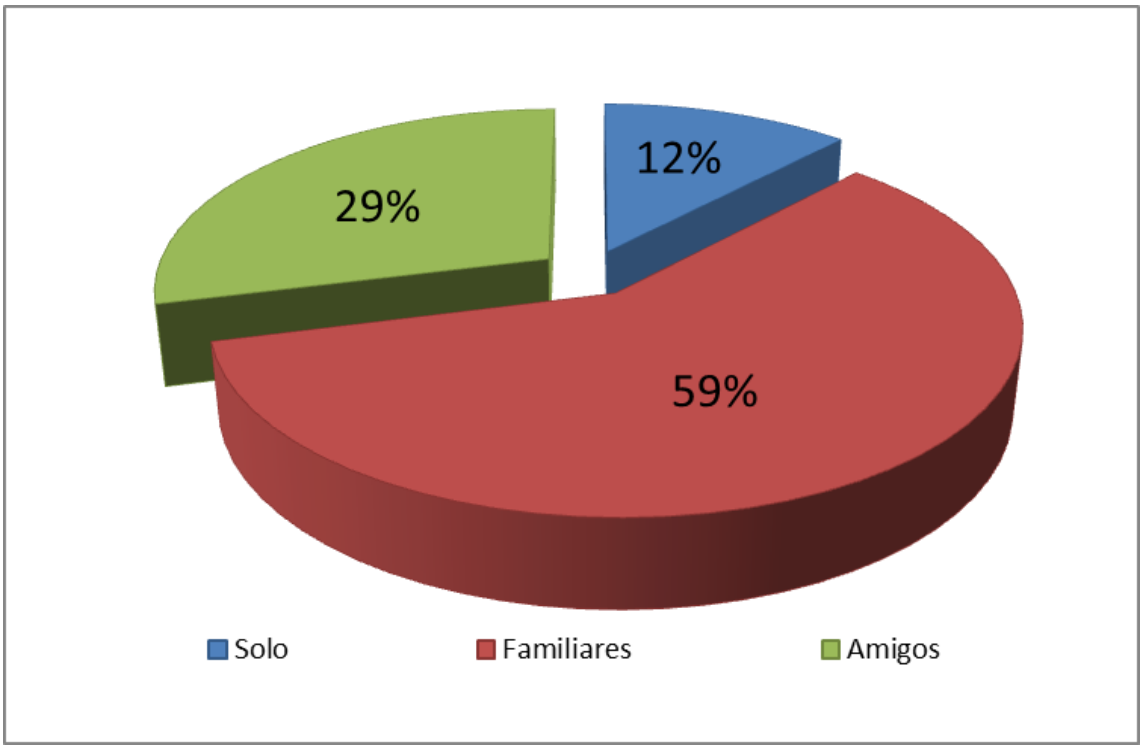


Gráfico 2. Con quien viaja

Análisis: Según el gráfico # 2, el 59% de los habitantes encuestados manifestaron que normalmente cuando viajan a realizar turismo lo hacen con sus familiares, el 29% expresaron que lo realizan con amigos y el restante 12% opinaron que lo hacen solo.

Pregunta 3.- ¿Con que frecuencia usted realiza viajes de turismo?

Cuadro 3. Frecuencia que realiza viaje de turismo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Cada mes	20	5
Cada dos meses	103	26
Cada tres meses	53	13
Otros	220	56
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

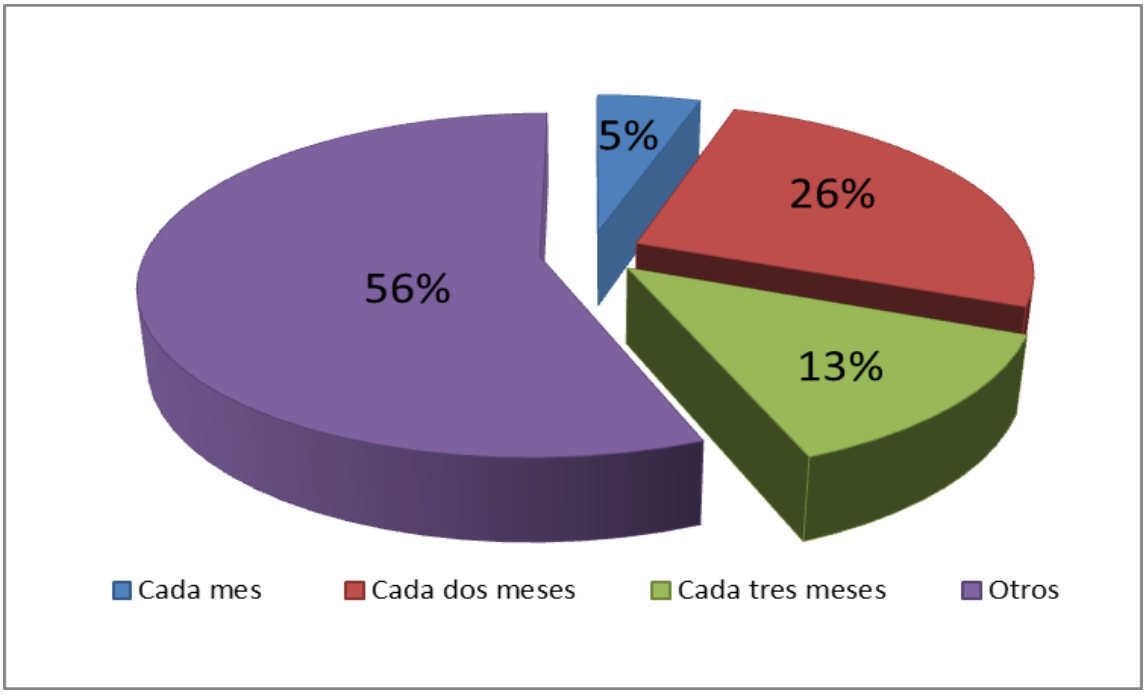


Gráfico 3. Frecuencia que realiza viaje de turismo

Análisis: Según el gráfico # 3, el 56% de los habitantes encuestados expresaron que realizan viajes de turismo otro tipo de tiempo, el 26% lo hace cada dos meses, con el 13% lo hace cada tres meses y el 5% lo hace cada mes.

Pregunta 4.- ¿Usted conoce lo que son paraderos turísticos?

Cuadro 4. Conocimiento de que es paraderos turísticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	188	47
NO	208	53
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

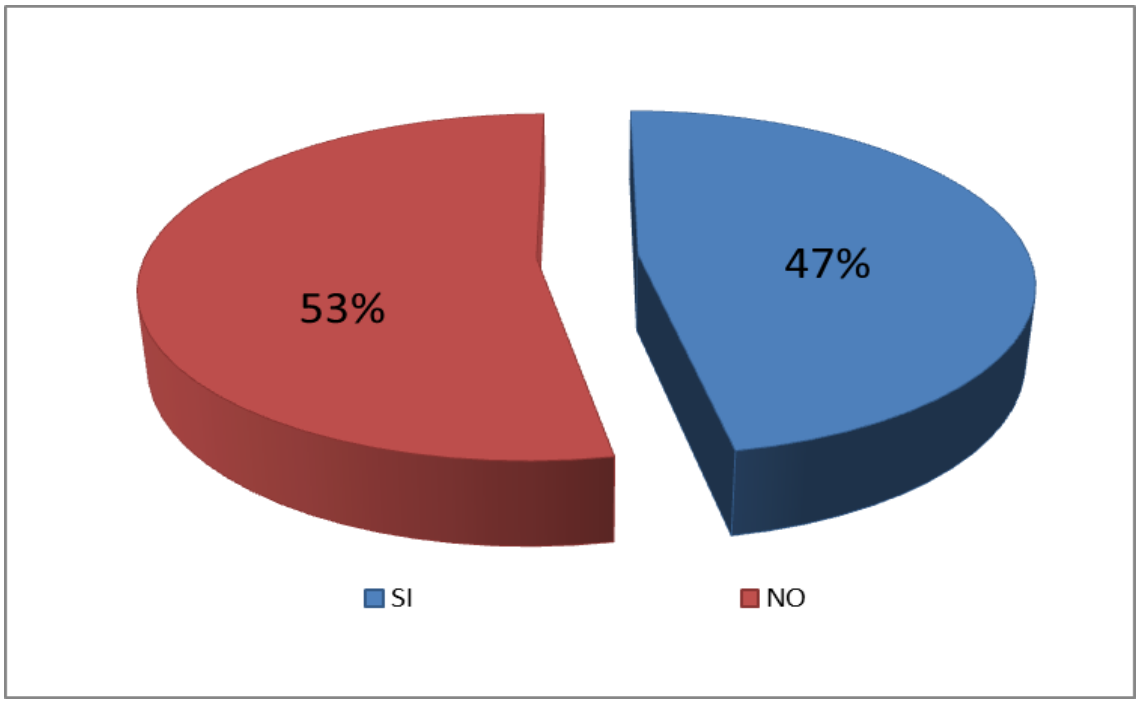


Gráfico 4. Conocimiento de que son paraderos turísticos

Análisis: Según el gráfico # 4, el 53% de los habitantes encuestados manifestaron no conocen lo que se refiere a paraderos turísticos y el 47% en cambio expresaron que si conocen este tipo de actividad turística.

Pregunta 5. ¿Cuál es su ingreso mensual promedio?

Cuadro 5. Ingresos económicos mensuales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
1 – 150	29	7
151 – 300	68	17
301 – 450	197	50
Más de 451	102	26
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

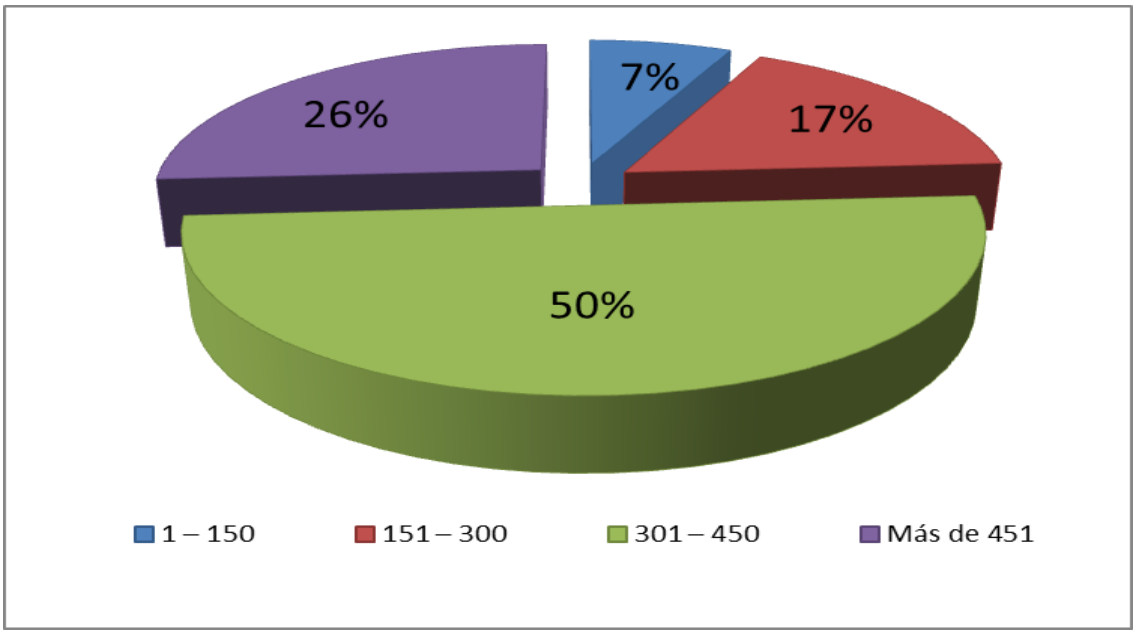


Gráfico 5. Ingresos económicos mensuales

Análisis: Según el gráfico # 5, el 50% de los habitantes encuestados manifestó que su ingreso mensual promedio es de entre $ 301 – 450 dólares, el 26% más de $ 451 dólares, con el 17% sus ingresos están entre $ 151 – 300 dólares y finalmente el 7% tienen un ingreso mensual promedio de entre $ 1 – 150 dólares.

Pregunta 6. ¿Por lo general cuánto gasta cuando hace turismo?

Cuadro 6. Gasto cuando hace turismo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Menos de 200	64	16
Entre 200 y 400	94	24
Entre 401 y 600	107	27
Entre 601 y 800	114	29
Más de 800	17	4
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

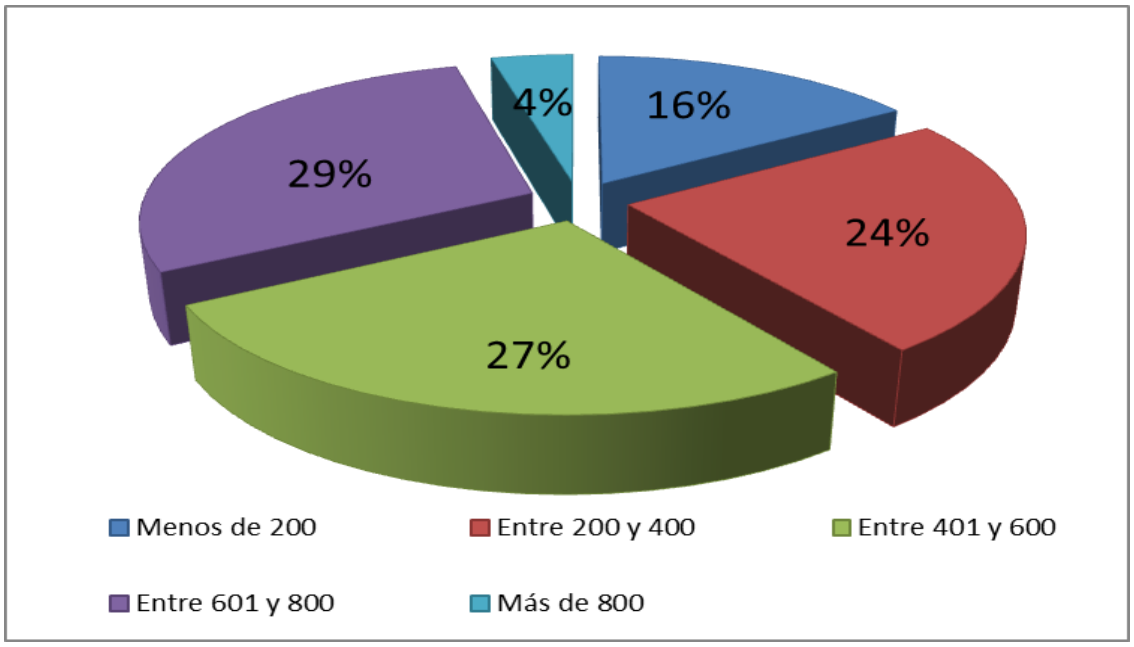


Gráfico 6. Gasto cuando hace turismo

Análisis: Según el gráfico # 6, el 29% de los habitantes encuestados expresaron que realizan un gasto de entre 601 y 800, el 27% a en cambio tienen entre 401 y 600, con el 24% manifestaron que es entre 200 y 400, el 16% expresaron que tienen un gasto menos de 200 y el 4% finalmente expresaron que tienen un gasto promedio de más de 800 dólares.

Pregunta 7.- ¿Qué región es de su preferencia para realizar turismo?

Cuadro 7. Región de preferencia para el turismo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Costa	135	34
Sierra	224	57
Oriente	37	9
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

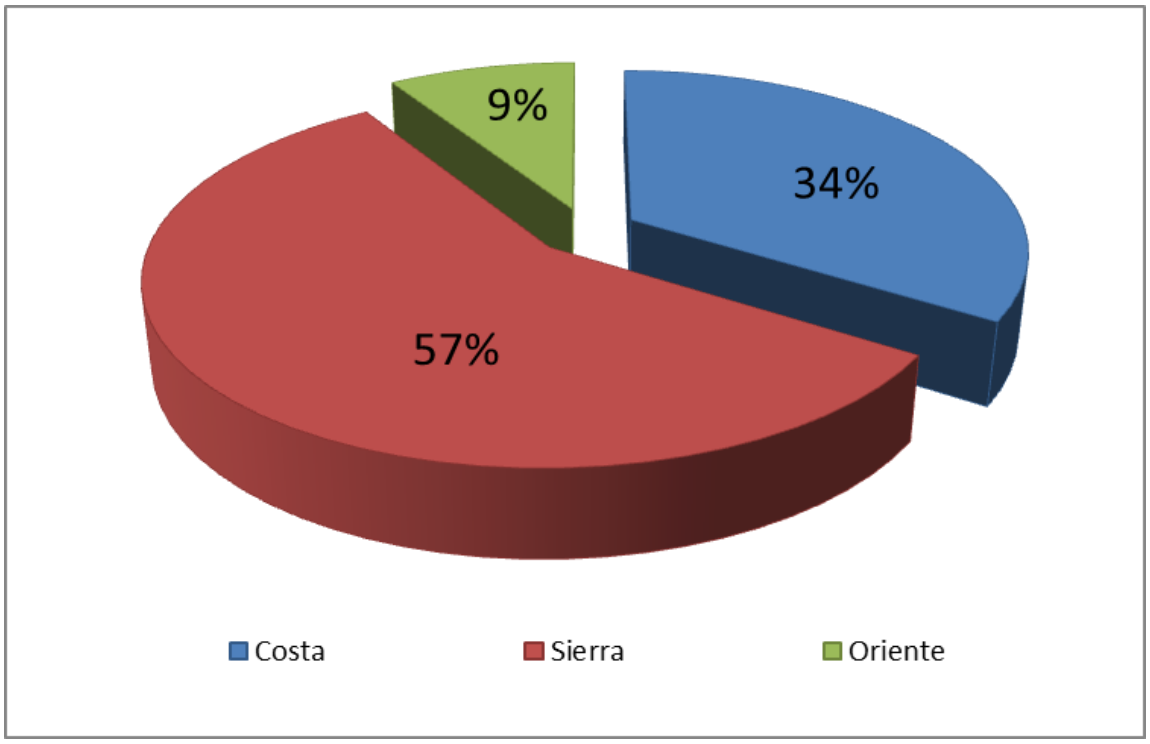


Gráfico 7. Región de preferencia para turismo

Análisis: Según el gráfico # 7, el 57% de los encuestados expresaron que la región de su preferencia para realizar turismo es la Sierra, el 34% manifestaron que en la costa y el 9% en cambio expresaron que el oriente.

Pregunta 8. ¿Cuándo acude a un paradero turístico que es lo más importante para usted?

Cuadro 8. Fijación al momento de acudir a un paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Atención	94	24
Infraestructura	228	58
Comida	53	13
Precio	21	5
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

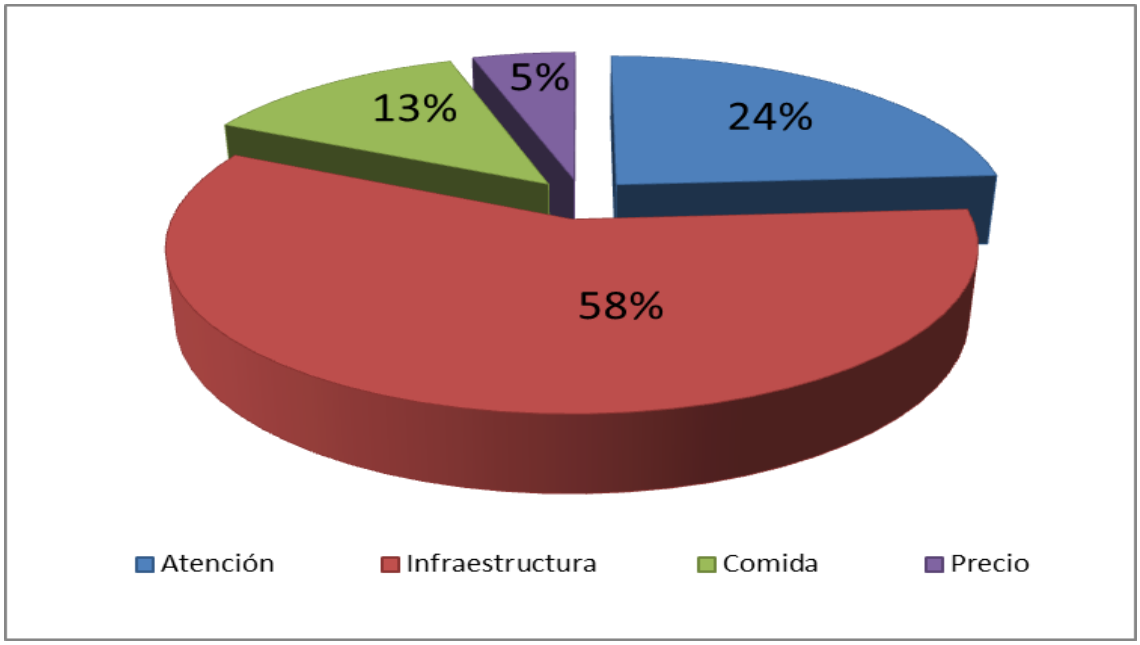


Gráfico 8. Fijación al de momento acudir a un paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 8, el 58% de los habitantes manifestaron que cuando acuden a realizar turismo se fijan en la infraestructura del lugar, el 24% expresaron en la atención, el 13% dijeron en la comida y finalmente el 5% manifestaron que en el precio.

Pregunta 9. ¿Le gustaría que en el cantón de La Maná sector Puembo haya un paradero turístico?

Cuadro 9. Deseo de un paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	371	94
NO	25	6
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

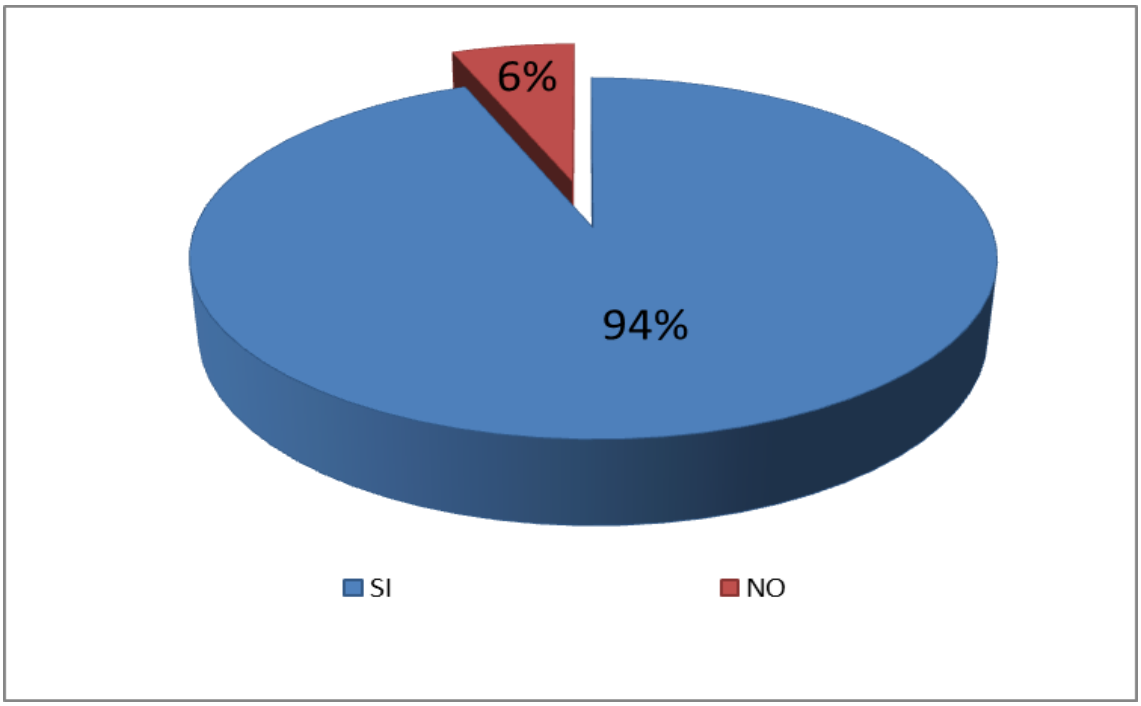


Gráfico 9. Deseo de un paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 9, indica que el 94% de los habitantes manifestaron que si le gustaría que exista un paradero turístico en sector de Puembo en el cantón La Maná y en cambio el 6% manifestaron no hace falta.

Pregunta 10. ¿Qué actividades desearía que tenga el paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo?

Cuadro 10. Actividades en el paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA

	RELATIVA	ABSOLUTA
Paseo en caballo	56	14
Paseos en bote	205	52
Pesca deportiva	96	24
Todas las anteriores	14	4
Otras	25	6
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

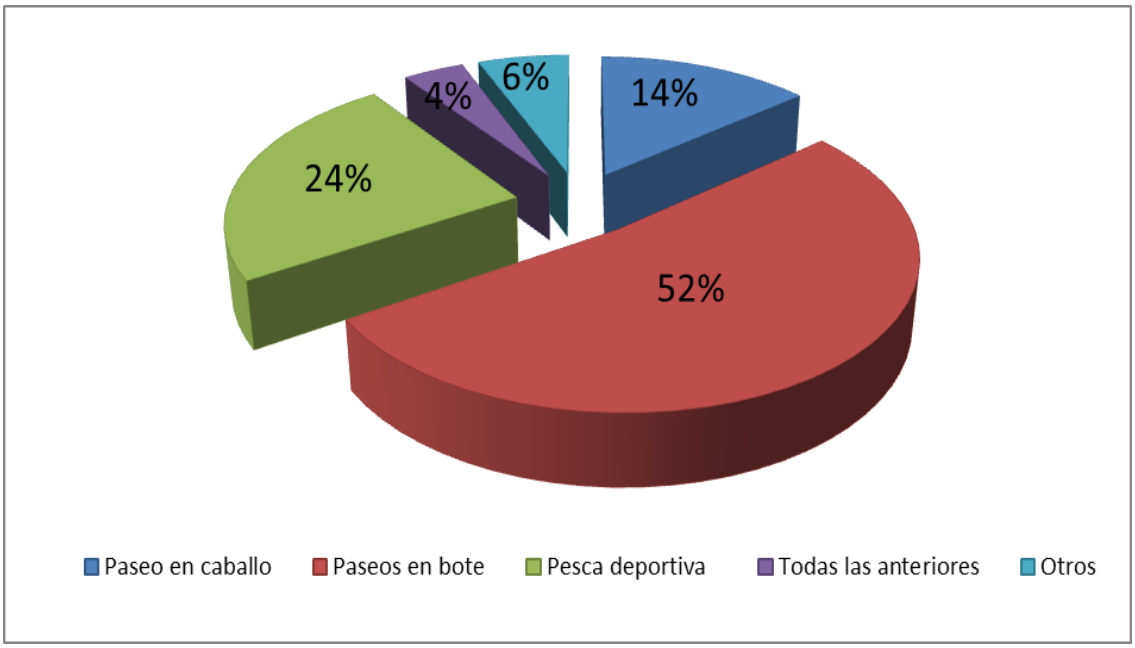


Gráfico 10. Actividades en el paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 10, registra que el 52% de los entrevistados manifiesta que la actividad que más le gustaría disfrutar en el paradero turístico son los paseos en botes, el 24% pesca deportiva. El 14% paseos en caballos, el 6% otros tipos de actividades y finalmente el 4% todas las anteriores.

Pregunta 11. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo?

Cuadro 11. Tipo de comida en el paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA

	RELATIVA	ABSOLUTA
Platos típicos	290	73
Platos a la carta	90	23
Otros	16	4
TOTAL	396	100

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

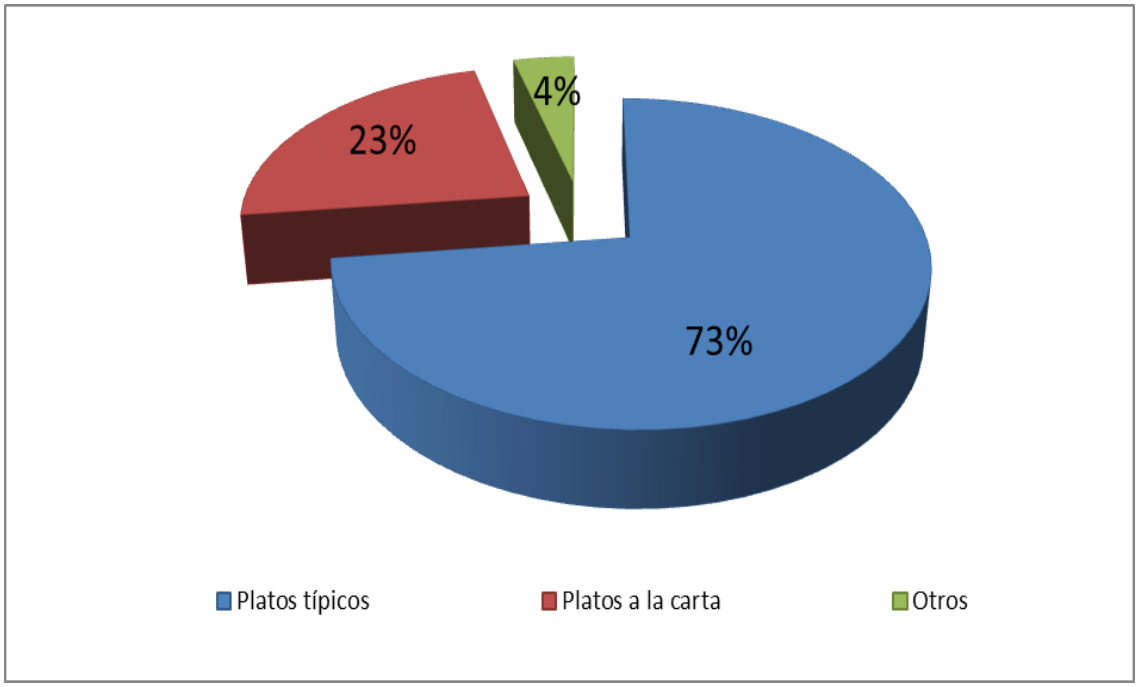


Gráfico 11. Tipo de comida en el paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 11, la encuesta realizada a la población del cantón La Maná, indica que el 73% prefiere consumir platos típicos, el 23% nos manifiesta platos a la carta y el 4% prefieren otro tipo de platos.

Pregunta 12. ¿Cuándo acude con un grupo de personas a un paradero turístico cuál es su consumo promedio?

Cuadro 12. Consumo promedio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA

10 – 20	44	11
20 – 30	117	30
30 – 40	218	55
40 – 50	17	4
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

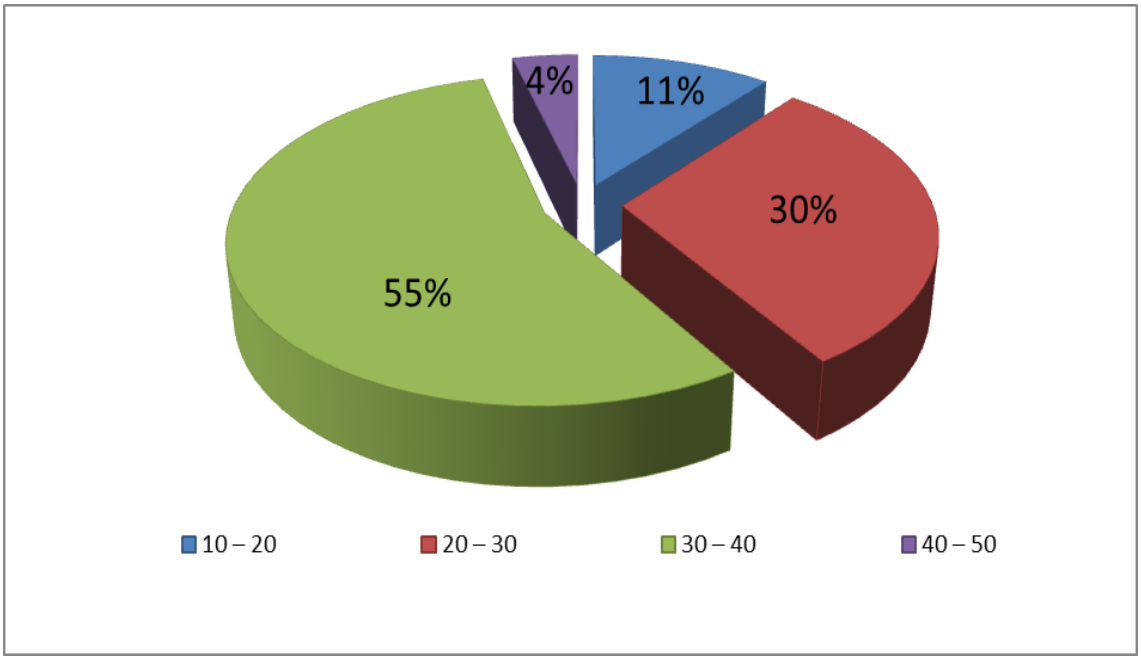


Gráfico 12. Consumo Promedio

Análisis: Según el gráfico # 12, indica que el 55% de los entrevistados manifestaron que cuando acuden a un paradero turístico tienen un consumo promedio de entre 30 – 40 dólares, el 30% es de entre 20 – 30 dólares, el 11% entre 10 – 20 dólares y finalmente el 4% es entre 40 – 50 dólares.

Pregunta 13. ¿Qué característica generales le gustaría que tuviera el paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo?

Cuadro 13. Característica del paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA

Lujosos	14	4
Rústicos	78	20
Exclusivos	45	11
Económico	95	24
Tradicional	164	41
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

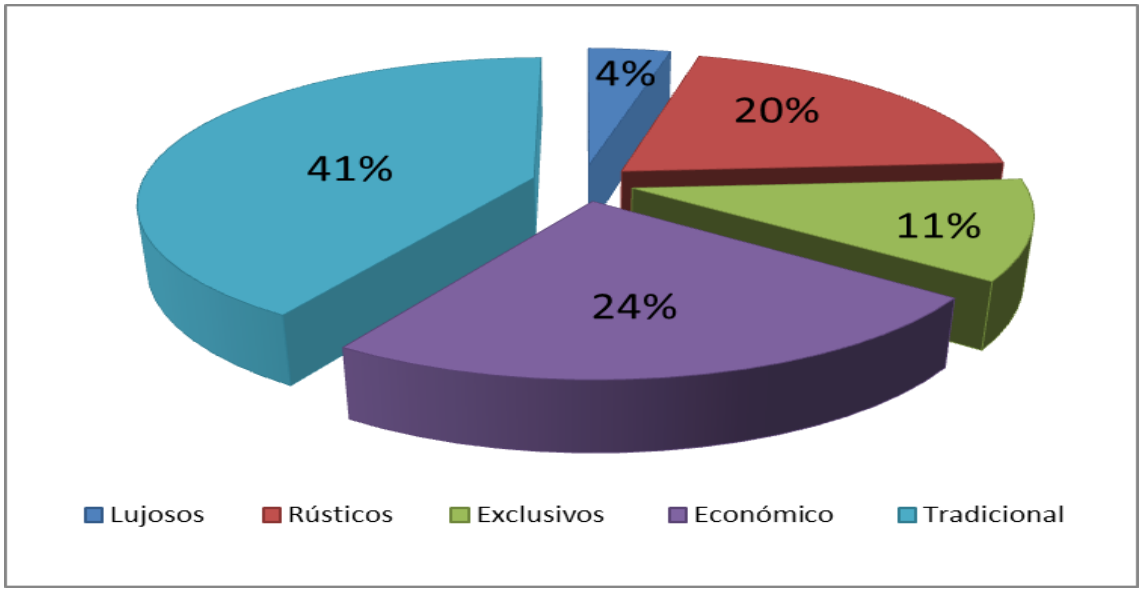


Gráfico 13. Característica del paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 13, se registra que el 41% de los entrevistados manifiesta que una de las características que le gustaría que cuente el paradero turístico en el sector de Puembo es estilo tradicional, el 24% que sea económico, el 20% rústico, 11% exclusivo y el 4% lujoso.

Pregunta 14. Con la creación de un paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo. ¿Usted estaría dispuesto a acudir?

Cuadro 14. Acudir al paradero turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	363	92

NO	33	8
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta habitantes del cantón La Maná
Elaborado por: Nancy Lalvay

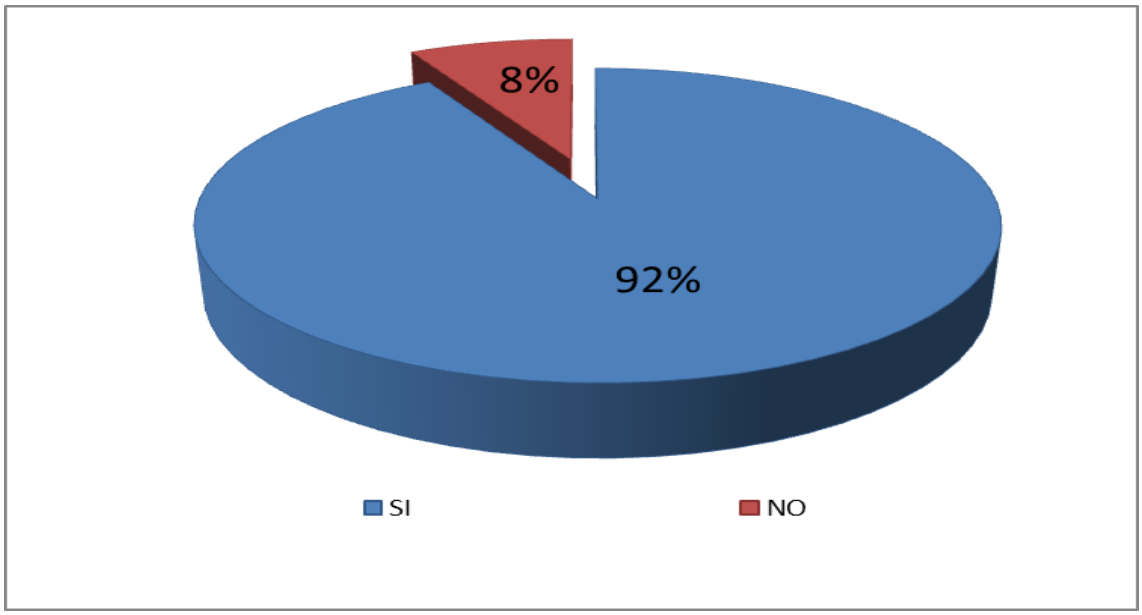


Gráfico 14. Acudir al paradero turístico

Análisis: Según el gráfico # 14, indica que el 92% de los entrevistados manifiesta que SI estarían dispuesto a acudir al paradero turístico en el sector de Puembo y el 8% manifestaron que NO.

4.1.1.2. Determinación Demanda Actual

Según el censo del INEC, año 2010, la población del cantón La Maná es de 42216 habitantes (10554 familias) de las cuales se estima que dos de cada familia son clientes potenciales (5277 consumidores). Las encuestas indicaron que el 92% de los habitantes encuestados les gustaría asistir al paradero turístico en el sector de Puembo en el cantón La Maná.

5277 * 92% = 4855

Cuadro 15. Demanda actual.

Demanda actual
4845 personas

Fuente: Encuestas a ciudadanía

4.1.1.3. Determinación Demanda Futura

Según INEC la tasa de población activa tendrá un crecimiento del 5% anual, el cual permitirá obtener las proyecciones del mercado objetivo en los siguientes periodos.

Cuadro 16. Demanda Futura

N° Años	Proyección
2013	4845
2014	5087
2015	5342
2016	5609
2017	5889

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.1.4. Determinación de la Oferta Actual

En el cuadro 17. Se demuestra que la oferta actual de 1 parador turístico “EL SAPITO” en el sector de Puembo en el cantón La Maná. El paradero turístico tiene un promedio de asistencia de 20 personas semanales, dando como resultado 960 personas mensuales que acuden a este establecimiento.

Cuadro 17. Proyección Oferta Actual

Oferta actual
960 personas

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.1.5. Determinación de la Oferta Futura

Cuadro 18. Oferta Futura

N° Años	Proyección
2013	960
2014	1008
2015	1058
2016	1111
2017	1167

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.1.6. Determinación de la Demanda Insatisfecha

Cuadro 19. Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2013	4845	960	-3885
2014	5087	1008	-4079
2015	5342	1058	-4284
2016	5609	1111	-4498
2017	5889	1167	-4722

Elaborado por: Nancy Lalvay

En el cuadro 19. Se demuestra que el proyecto cuenta con la demanda insatisfecha necesaria que le permite participar en el mercado local. Se puede observar que año tras año asciende significativamente, en el primer año se proyecta en -3885 y para el quinto año se proyecta en -4722 lo que justifica que desde el punto de vista del mercado va a ser conveniente la implementación de la propuesta.

4.1.1.7. Descripción del cliente

Se propone captar personas sin distinción de edades de todas las clases sociales, familias o grupo de amigos, compañeros de trabajo, que les guste el turismo y quieran relajarse por unos días del stress de la ciudad en compañía de sus seres queridos y del medio ambiente sano que brinda la región.

4.1.1.8. Mercado objetivo.

El mercado objetivo que pretende captar el paradero turístico son los habitantes del cantón La Maná y todos los turistas tanto nacionales como extranjeros.

4.1.1.9. Nombre

El nombre del paradero turístico será “LA MANA” que estará ubicado en el Cantón La Maná sector Puembo.

LA MANÁ

Grafica 15. Logotipo del paradero turístico

4.1.1.10. Precio

La fijación precios para los platos típicos en el paradero turístico se determina basándose en el promedio de precios que en la actualidad mantienen los locales de expendio platos típicos en el sector de Puembo en el cantón La Maná y otros complementarios cuyos precios oscilan con valores similares, su diferencia se determina por el tipo de local, presentación del plato y políticas del empresario.

4.1.1.11. Promoción

El paradero turístico para llegarse a conocer utilizara los siguientes medios de difusión:

- **Televisión**

El paradero turístico se dará a conocer a través del canal televisivo MANA TV en los horarios de mayor sintonía y captación por parte de la ciudadanía.

- **Letreros Luminosos**

Serán ubicados en punto estratégicos del paradero turístico, también se procederá a realizar guindolas, hojas volates para que la ciudadanía Lamanense conozca qué servicio y productos vamos a ofrecer

- **Radio**

Se procederá a realizar cuñas comerciales a través de la radio Bonita 106.7 FM en el horario de la mañana y medio día donde son las horas de mayor sintonía.

4.1.2. Estudio Técnico

4.1.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño óptimo del proyecto se lo determina en función del estudio de mercado (Demanda Insatisfecha Futura), localización, disponibilidad de productos, financiamiento y tecnología.

Cuadro 20. Tamaño Óptimo del proyecto

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2013	4845	960	-3885
2014	5087	1008	-4079
2015	5342	1058	-4284
2016	5609	1111	-4498
2017	5889	1167	-4722

Fuente: Encuestas a ciudadanía

Elaborado por: Nancy Lalvay

Y en función de los factores que inciden en la determinación del tamaño de un proyecto se puede establecer que se podrá atender a un 100% de la demanda insatisfecha para el primer año.

4.1.2.2. Localización del proyecto

Para determinar la ubicación adecuada del paradero turístico se consideró la disponibilidad de acceso al local con la finalidad de maximizar las utilidades minimizar los costos.

4.1.2.2.1. Macrolocalización

El lugar selecto para el establecimiento paradero turístico, es en el centro de la región litoral del Ecuador, provincia de Cotopaxi.

Grafica 16. Macrolocalización

4.1.2.2.2. Microlocalización

El paradero turístico estará ubicado en la vía Latacunga, sector de Puembo, del cantón La Maná.

Grafica 17. Microlocalización

4.1.2.2.3. Factores Locacionales

Facilidad de Acceso: Existencia de vías alternas para el acceso al paradero turístico tanto para el personal como para los clientes potenciales.

Seguridad: El paradero turístico deberá estar ubicada en un lugar seguro que brinde confianza a los clientes al momento de asistir a nuestro establecimiento.

4.1.2.3. Infraestructura del paradero turístico

4.1.2.3.1. Distribución del paradero turístico

Grafica 18. Distribución de la planta

La empresa utilizará un área de 828 metros cuadrados, distribuidos de la siguiente manera:

- 230 metros cuadrados para local, de los cuales:
  65 metros cuadrados serán asignados para cocina.
  38 metros cuadrados correspondientes a servicios higiénicos.
  122 metros cuadrados para salón interno.
  15 metros para escenario.

- 55 metros cuadrados para salón externo.
- 70 metros cuadrados asignados para área de juegos.
- 233 metros parqueo.

4.1.2.3.2. Vista exterior

Grafica 19. Vista exterior

4.1.2.3.3. Área de juegos

Gráfica 20. Área de juegos

4.1.2.3.4. Salón interno

Gráfica 21. Salón interno

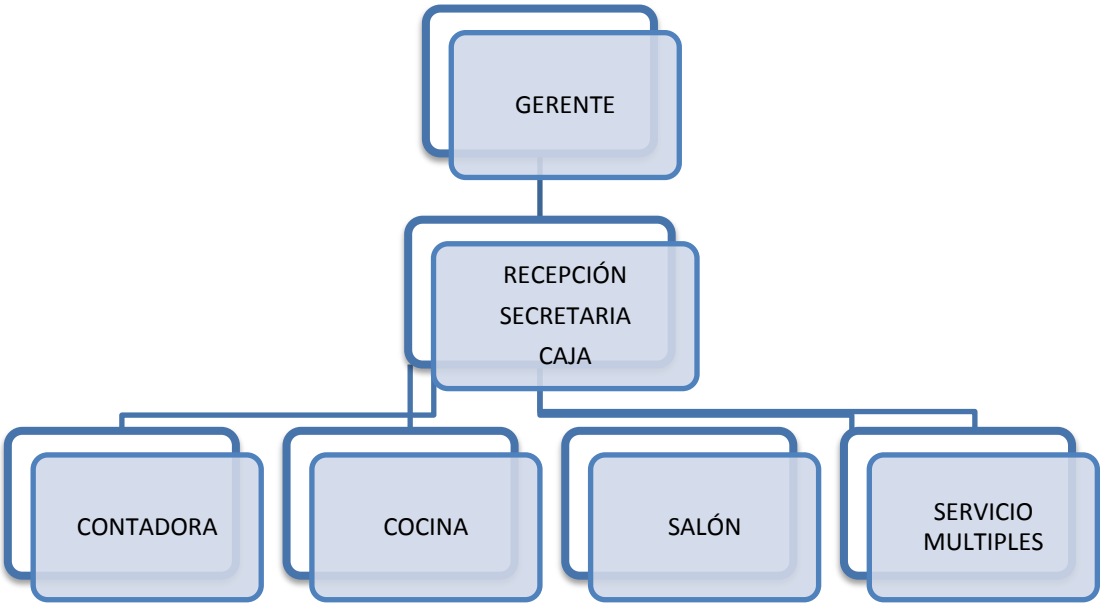
4.1.2.3.4. Área de cocina

Gráfica 22. Área de cocina

4.1.2.4. Organigrama

4.1.2.4.1. Organigrama organizacional

El proyecto de creación del paradero turístico en el sector de Puembo en el cantón La Maná aspira contar con una organización que contemple la siguiente estructura administrativa:



Grafica 23. Estructura Organizacional

4.1.2.4.2. Organigrama funcional

GERENTE

- ✓ Representar legalmente a la empresa.
- ✓ Aprobar las requisiciones de cocina.
- ✓ Velar por el correcto cumplimiento de los procedimientos internos.
- ✓ Atender a las quejas y sugerencias de los clientes.

- ✓ Dar solución a los conflictos internos.
- ✓ Capacitar a los colaboradores.
- ✓ Evaluar el desempeño de los colaboradores.
- ✓ Mantener contacto con los proveedores.
- ✓ Aprobar desembolsos.
- ✓ Realizar informes a los accionistas con respecto al desenvolvimiento de la empresa

RECEPCIÓN/SECRETARIA/CAJA

- ✓ Realizar informes de ingresos y egresos
- ✓ Recibir a los clientes
- ✓ Cobrar y facturar por el servicio a los clientes
- ✓ Atender llamadas

CONTADORA

- ✓ Revisar el área de trabajo.
- ✓ Llevar un libro de registro y reservaciones.
- ✓ Ocupar a los clientes es sus respectivos lugares.
- ✓ Indicar la distribución física de la empresa a los clientes.
- ✓ Realización de procedimiento contable de la empresa.
- ✓ Consolidación y presentación de estados financieros a los accionistas.
- ✓ Dar cumplimiento a las obligaciones tributarias de la empresa.
- ✓ Realizar arqueo de caja.

ESPECIALISTA EN COCINA

- ✓ Realizar requerimientos de cocina.
- ✓ Supervisar el estado de los insumos.
- ✓ Transformar los insumos para el consumo.
- ✓ Adecuar la preparación en vajilla.
- ✓ Atender requerimientos especiales de clientes.

MESEROS

- ✓ Realizar el montaje de las mesas.
- ✓ Ayudar al acomodo de los clientes en las mesas.
- ✓ Conocer todos los productos inherentes al servicio.
- ✓ Sugerir a los clientes las especialidades.
- ✓ Pedir y transcribir órdenes de los clientes.
- ✓ Trasladar los platos de cocina a mesa.
- ✓ Solicitar pago al cliente y trasladarlo a caja.

SERIVICIOS MÚLTIPLES

- ✓ Realizar compras requeridas por administración.
- ✓ Mantener un grado óptimo de limpieza a nivel del salón y servicios higiénicos.
- ✓ Limpiar periódicamente ventanales y mostrador.
- ✓ Velar por la seguridad del local y los automóviles de los clientes.
- ✓ Cualquiera que el gerente le asignase

4.1.3. Estudio económico

4.1.3.1. Inversión activos fijos y materia prima

En el siguiente cuadro se detallan los activos fijos que se requieren para el funcionamiento del paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo.

Cuadro 21. Presupuesto de Inversión Activos Fijos y materia prima

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
DETALLE	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
MUEBLES DE OFICINA			
Escritorio	2	$ 90,00	$ 180,00
Silla	40	$ 14,50	$ 580,00
Mesas	20	$ 50,00	$ 1.000,00
Vitrina	2	$ 46,00	$ 92,00
Dispensador de agua	1	$ 78,00	$ 78,00
TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA			**$ 1.930,00**
EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
Cocina industrial	1	$ 1.000,00	$ 1.000,00
Campaña extractora	1	$ 550,00	$ 550,00
Refrigeradora	1	$ 1.200,00	$ 1.200,00
Repisa despacho de platos	1	$ 60,00	$ 60,00
Lavadora de platos	1	$ 340,00	$ 340,00
Freidora	1	$ 1.200,00	$ 300,00
TOTAL DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS			**$ 3.450,00**
EQUIPOS DE OFICINA			
Aire acondicionado	1	$ 540,00	$ 540,00
telefono	1	$ 18,00	$ 18,00
Televisor de 40´	3	$ 500,00	$ 1.500,00
Equipo de sonido	1	$ 250,00	$ 250,00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			**$ 2.308,00**
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora	3	$ 500,00	$ 1.500,00
Impresora	3	$ 250,00	$ 750,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			**$ 2.250,00**
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS TANJIBLES			**$ 9.938,00**
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
Gastos de constitución		$ 800,00	$ 800,00
Gastos de instalación		$ 10.000,00	$ 10.000,00
Publicidad		$ 2.000,00	$ 2.000,00
Luz y Telefono		$ 700,00	$ 700,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTANJIBLES			**$ 13.500,00**
TOTAL			**$ 23.438,00**
IMPREVISTO 5%			**$ 1.171,90**
COMPRA DE MATERIA PRIMA			**$ 12.000,00**
TOTAL			**$ 36.609,90**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.2. Capital de trabajo

Cuadro 22. Capital de trabajo

DETALLE	V. MENSUAL	TRIMESTRAL
Sueldos Salarios	3.547.91	10.643.73
Servicios básicos	500.00	1.500.00
Alquiler del local	1.200.00	3.600.00
Materiales de limpieza	245	735
Materiales de oficina	99.69	299.07

TOTAL		**16.777.80**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.3. Inversión total

Cuadro 23. Inversión total

DETALLE	TOTAL
Activos fijos y de materia prima	36.609.90
Capital de trabajo	16.777.80
TOTAL	**53.387.70**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.4. Financiamiento

Cuadro 24. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	%	VALOR
Financiamiento bancario	**100%**	**53.387.70**
TOTAL	**100%**	**53.387.70**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.5. Depreciaciones

Las depreciaciones de los activos fijos se determinaron por el método de línea recta.

$$Depreciación\ Anual = \frac{Valor\ Adquisición - Valor\ \mathrm{Re}sidual}{Años\ Vida\ Util}$$

MUEBLES DE OFICINA

$$MUEBLES\ DE\ OFICINA = \frac{1930.00 - 193}{10}$$

$$MUEBLES\ DE\ OFICINA = \frac{1737}{10}$$

$$MUEBLES\ DE\ OFICINA = 173.70$$

EQUIPO DE OFICINA

$$EQUIPO\ DE\ OFICINA = \frac{2308.00 - 230.8}{10}$$

$$EQUIPO\ DE\ OFICINA = \frac{2077.2}{10}$$

$$EQUIPO\ DE\ OFICINA = 207.72$$

EQUIPO Y MAQUINARIA

$$EQUIPO\ Y\ MAQUINARIA = \frac{3450.00 - 345.00}{10}$$

$$EQUIPO\ Y\ MAQUINARIA = \frac{3105.00}{10}$$

$$EQUIPO\ Y\ MAQUINARIA = 310.50$$

EQUIPO COMPUTACIÓN

$$EQUIPO\ DE\ COMPUTACIÓN = \frac{2.250.00 - 742.50}{3}$$

$$EQUIPO\ DE\ COMPUTACIÓN = \frac{1.507.5}{3}$$

$$EQUIPO\ DE\ COMPUTACIÓN = 502.50$$

Cuadro 25. Depreciaciones

Descripción	Valor de Adquisición	Vida Útil	Valor Residual	Cant.
Muebles de oficina	1.930,00	10	10%	$173.70
Equipo de Oficina	2.308,00	10	10%	$ 207.72
Equipos y Maquinaria	3.450,00	10	10%	$ 310.50
Equipo de Computación	2.250,00	3	33%	$ 502.50
TOTAL				**$ 1.194.42**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.6. Ingresos

El presupuesto de ingresos para la vida útil del paradero turístico se presenta a continuación:

Cuadro 26. Ingresos

CONCEPTO	VALOR
Demanda insatisfecha	3885
Captación de clientes	100%
Consumo promedio en un paradero turístico	$ 40
INGRESOS TOTALES	**155.400,00**

Elaborado por: Nancy Lalvay

Cuadro 27. Ingresos proyectados

AÑOS	V. ANUAL
1	155.400,00
2	163.170,00
3	171.328,50
4	179,894.93
5	188.889,67

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.7. Egresos

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de egresos para la vida útil del paradero turístico es:

Cuadro 28. Egresos

RUBROS	AÑOS PRODUCTIVOS				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos					
Sueldos y Salarios	$ 42.574,92	$ 44.703,67	$ 46.938,85	$ 49.285,79	$ 51.750,08
Alquiler del local	$ 14.400,00	$ 15.120,00	$ 15.876,00	$ 16.669,80	$ 17.503,29
Publicidad	$ 2.400,00	$ 2.520,00	$ 2.646,00	$ 2.778,30	$ 2.917,22
Depreciaciones	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42
Amortizacion	$ 13.770,12	$ 13.770,12	$ 13.770,12	$ 13.770,12	$ 13.770,12
Servicios Básicos	$ 6.000,00	$ 6.300,00	$ 6.615,00	$ 6.945,75	$ 7.293,04
Materiales de Limpieza y Oficina	$ 1.200,00	$ 1.260,00	$ 1.323,00	$ 1.389,15	$ 1.458,61
Total de Costo Fijo	**$ 81.539,46**	**$ 84.868,21**	**$ 88.363,39**	**$ 92.033,33**	**$ 95.886,77**
Costo Variables					
Materia Prima	$ 24.000,00	$ 25.200,00	$ 26.460,00	$ 27.783,00	$ 29.172,15
Total de Costo Variables	**$ 24.000,00**	**$ 25.200,00**	**$ 26.460,00**	**$ 27.783,00**	**$ 29.172,15**
TOTAL DE EGRESOS	**$ 105.539,46**	**$ 110.068,21**	**$ 114.823,39**	**$ 119.816,33**	**$ 125.058,92**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.3.8. Punto de Equilibrio

Cuadro 29. Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	VALOR
Costo fijo	81.539.46
Costo variables	24.000.00
Egresos totales	105.539.46
Ingresos totales	155.400,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	**96.432.51**

Elaborado por: Nancy Lalvay

El punto de equilibrio se lo realizó una vez que se determinaron los costos y los ingresos por venta, para su cálculo se utilizaron la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\textbf{Costos fijos}}{\textbf{Razón del margen de contribución}} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = \frac{\textbf{Costos fijos}}{\textbf{Razón del margen de contribución}} = \frac{81.539.46}{1 - \frac{24.000.00}{155.400.00}}$$

$$PE = \frac{81.539.46}{1 - \frac{24.000.00}{155.400.00}}$$

$$PE = \frac{81.539.46}{0.845559845}$$

PE= $ 96.432.51//

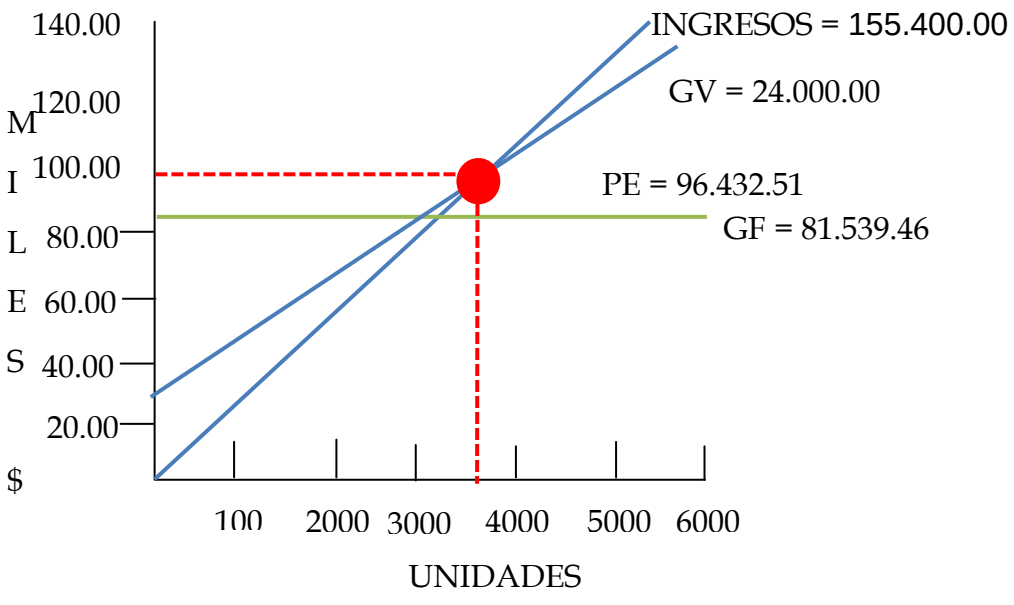


Gráfico 24. Punto de Equilibrio

4.1.3.9. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 30. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
INGRESOS					
(+) Ingresos por ventas	$ 155.400,00	$ 163.170,00	$ 171.328,50	$ 179.894,93	$ 188.889,67
(=) Ingresos netos	**$ 155.400,00**	**$ 163.170,00**	**$ 171.328,50**	**$ 179.894,93**	**$ 188.889,67**
(-) Costo de ventas	$ 46.170,72	$ 48.479,26	$ 50.903,22	$ 53.448,38	$ 56.120,80
(=) Utilidad bruta	**$ 109.229,28**	**$ 114.690,74**	**$ 120.425,28**	**$ 126.446,55**	**$ 132.768,87**
GASTOS					
(-) Gastos de Administración	$ 44.404,20	$ 46.624,41	$ 48.955,63	$ 51.403,41	$ 53.973,58
(-) Depreciación	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42
(-) Gastos Financieros	$ 5.201,11	$ 4.256,78	$ 3.208,36	$ 2.044,43	$ 752,47
(=) Utilidad Operacional	**$ 58.429,55**	**$ 62.615,13**	**$ 67.066,87**	**$ 71.804,29**	**$ 76.848,40**
(-) 15% Participación a empleados	$ 8.764,43	$ 9.392,27	$ 10.060,03	$ 10.770,64	$ 11.527,26
(=) Utilidad antes de impuesto	**$ 49.665,12**	**$ 53.222,86**	**$ 57.006,84**	**$ 61.033,64**	**$ 65.321,14**
(-) Impuesto a la renta	$ 5.921,02	$ 6.632,57	$ 7.389,37	$ 8.194,73	$ 9.052,23
UTILIDAD NETA	**$ 43.744,09**	**$ 46.590,29**	**$ 49.617,47**	**$ 52.838,92**	**$ 56.268,91**

Elaborado por: Nancy Lalvay

Cuadro 31. Amortizaciones

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO	**NANCY JACQUELINE LALVAY CASILLAS**				
INSTIT. FINANCIERA	**CFN**				
MONTO EN USD	**53.387,70**				
TASA DE INTERES	**10,50%**		**T. EFECTIVA**	**11,0203%**	
PLAZO	**5**	**años**			
GRACIA	**0**	**años**			
FECHA DE INICIO	28/01/2014				
MONEDA	**DOLARES**				
AMORTIZACION CADA	**30**	**días**			
Número de períodos	**60**	**para amortizar capital**			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		53.387,70			
1	27-feb-2014	52.707,33	467,14	680,37	1.147,51
2	29-mar-2014	52.021,01	461,19	686,32	1.147,51

3	28-abr-2014	51.328,69	455,18	692,33	1.147,51
4	28-may-2014	50.630,30	449,13	698,38	1.147,51
5	27-jun-2014	49.925,81	443,02	704,49	1.147,51
6	27-jul-2014	49.215,15	436,85	710,66	1.147,51
7	26-ago-2014	48.498,27	430,63	716,88	1.147,51
8	25-sep-2014	47.775,12	424,36	723,15	1.147,51
9	25-oct-2014	47.045,64	418,03	729,48	1.147,51
10	24-nov-2014	46.309,78	411,65	735,86	1.147,51
11	24-dic-2014	45.567,48	405,21	742,30	1.147,51
12	23-ene-2015	44.818,69	398,72	748,79	1.147,51
	Año 1		**5201,11**	**8569,01**	
13	22-feb-2015	44.063,34	392,16	755,35	1.147,51
14	24-mar-2015	43.301,39	385,55	761,96	1.147,51
15	23-abr-2015	42.532,76	378,89	768,62	1.147,51
16	23-may-2015	41.757,42	372,16	775,35	1.147,51
17	22-jun-2015	40.975,28	365,38	782,13	1.147,51
18	22-jul-2015	40.186,31	358,53	788,98	1.147,51
19	21-ago-2015	39.390,43	351,63	795,88	1.147,51
20	20-sep-2015	38.587,58	344,67	802,84	1.147,51
21	20-oct-2015	37.777,71	337,64	809,87	1.147,51
22	19-nov-2015	36.960,76	330,56	816,95	1.147,51
23	19-dic-2015	36.136,66	323,41	824,10	1.147,51
24	18-ene-2016	35.305,34	316,20	831,31	1.147,51
	Año 2		**4256,78**	**9513,34**	
25	17-feb-2016	34.466,75	308,92	838,59	1.147,51
26	18-mar-2016	33.620,83	301,58	845,93	1.147,51
27	17-abr-2016	32.767,50	294,18	853,33	1.147,51
28	17-may-2016	31.906,71	286,72	860,79	1.147,51
29	16-jun-2016	31.038,38	279,18	868,33	1.147,51
30	16-jul-2016	30.162,46	271,59	875,92	1.147,51
31	15-ago-2016	29.278,87	263,92	883,59	1.147,51
32	14-sep-2016	28.387,55	256,19	891,32	1.147,51
33	14-oct-2016	27.488,43	248,39	899,12	1.147,51
34	13-nov-2016	26.581,44	240,52	906,99	1.147,51
35	13-dic-2016	25.666,52	232,59	914,92	1.147,51
36	12-ene-2017	24.743,59	224,58	922,93	1.147,51
	Año 3		**3208,36**	**10561,76**	
37	11-feb-2017	23.812,59	216,51	931,00	1.147,51
38	13-mar-2017	22.873,44	208,36	939,15	1.147,51
39	12-abr-2017	21.926,07	200,14	947,37	1.147,51
40	12-may-2017	20.970,42	191,85	955,66	1.147,51
41	11-jun-2017	20.006,40	183,49	964,02	1.147,51
42	11-jul-2017	19.033,94	175,06	972,45	1.147,51
43	10-ago-2017	18.052,98	166,55	980,96	1.147,51
44	09-sep-2017	17.063,43	157,96	989,55	1.147,51
45	09-oct-2017	16.065,23	149,31	998,20	1.147,51
46	08-nov-2017	15.058,29	140,57	1.006,94	1.147,51
47	08-dic-2017	14.042,54	131,76	1.015,75	1.147,51
48	07-ene-2018	13.017,90	122,87	1.024,64	1.147,51
	Año 4		**2044,43**	**11.725,69**	

49	06-feb-2018	11.984,30	113,91	1.033,60	1.147,51
50	08-mar-2018	10.941,65	104,86	1.042,65	1.147,51
51	07-abr-2018	9.889,88	95,74	1.051,77	1.147,51
52	07-may-2018	8.828,91	86,54	1.060,97	1.147,51
53	06-jun-2018	7.758,65	77,25	1.070,26	1.147,51
54	06-jul-2018	6.679,03	67,89	1.079,62	1.147,51
55	05-ago-2018	5.589,96	58,44	1.089,07	1.147,51
56	04-sep-2018	4.491,36	48,91	1.098,60	1.147,51
57	04-oct-2018	3.383,15	39,30	1.108,21	1.147,51
58	03-nov-2018	2.274,94	29,60	1.117,91	1.147,51
59	03-dic-2018	1.157,03	19,91	1.127,60	1.147,51
60	02-ene-2019	29,43	10,12	1.137,39	1.147,51
	Año 5		**752,47**	**13.017,65**	

4.1.3.10. Flujo de efectivo

Cuadro 32. Flujo de efectivo

DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
(+) Ingresos por ventas		$ 155.400,00	$ 163.170,00	$ 171.328,50	$ 179.894,93	$ 188.889,67
(+)Préstamo	$ 53.387,70					
(=) Total de ingresos	**$ 53.387,70**	**$ 155.400,00**	**$ 163.170,00**	**$ 171.328,50**	**$ 179.894,93**	**$ 188.889,67**
EGRESOS						
(-) Costo de ventas		$ 46.170,72	$ 48.479,26	$ 50.903,22	$ 53.448,38	$ 56.120,80
(-) Gastos de adminstración		$ 44.404,20	$ 46.624,41	$ 48.955,63	$ 51.403,41	$ 53.973,58
(-) Gastos financieros		$ 5.201,11	$ 4.256,78	$ 3.208,36	$ 2.044,43	$ 752,47
(-) Depreciaciones		$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42
(=)Total de Egresos		**$ 96.970,45**	**$ 100.554,87**	**$ 104.261,63**	**$ 108.090,64**	**$ 112.041,27**
UTILIDAD OPERACIONAL		**$ 58.429,55**	**$ 62.615,13**	**$ 67.066,87**	**$ 71.804,29**	**$ 76.848,40**
IMPUESTO Y PARTICIPACION						
(-) Participación a trabajadores		$ 8.764,43	$ 9.392,27	$ 10.060,03	$ 10.770,64	$ 11.527,26
(-) Impuestos a la renta		$ 5.921,02	$ 6.632,57	$ 7.389,37	$ 8.194,73	$ 9.052,23
(=) Total de impuestos		**$ 14.685,46**	**$ 16.024,84**	**$ 17.449,40**	**$ 18.965,37**	**$ 20.579,49**
UTILIDAD NETA	**$ 53.387,70**	**$ 43.744,09**	**$ 46.590,29**	**$ 49.617,47**	**$ 52.838,92**	**$ 56.268,91**
(+) Depreciaciones		$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42	$ 1.194,42
(-) Inversion de Activos	$ 36.609,90					
(-) Capital de trabajo	$ 16.777,80					
(-) Pago de préstamo		**$ 8.569,01**	**$ 9.513,34**	**$ 10.561,76**	**$ 11.725,69**	**$ 13.017,65**
FLUJO NETO	**$ -**	**$ 36.369,50**	**$ 38.271,37**	**$ 40.250,13**	**$ 42.307,65**	**$ 44.445,68**

Elaborado por: Nancy Lalvay

4.1.4. Estudio Financiero

4.1.4.1. Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN = -53.387.70 + \frac{36369,50}{(1+0,105)^1} + \frac{38271,37}{(1+0,105)^2} + \frac{40250.13}{(1+0,105)^3} + \frac{42307,65}{(1+0,105)^4} + \frac{44445,68}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN = -53.387.70 + 32913,57 + 31343,64 + 29831,86 + 28377,22 + 26978,52$$

$$\boldsymbol{VAN = 96057.11}$$

Si el resultado de este índice financiero es positivo entonces nos indica que el proyecto es atractivo y conveniente, y si es negativo seria todo lo contrario. En nuestro caso tenemos un **VAN de $ 96057,11**

4.1.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN = -53.387.70 + \frac{36369,50}{(1+0,664418)^1} + \frac{38271,37}{(1+0,664418)^2} + \frac{40250.65}{(1+0,664418)^3} + \frac{44445,68}{(1+0,664418)^4} + \frac{44445,80}{(1+0,664418)^5}$$

$$0 = -53.387.70 + 21851,18 + 13814,95 + 8729,31 + 5512,76 + 3479,51$$

$$0 = 0$$

Cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad nos indica que el proyecto es viable, en nuestro caso tenemos **66.44%** y la tasa de interés es de 10.5%.

4.1.4.3. Relación Beneficio Costo (B/C)

VAN DE INGRESOS

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN\ y = -53.387.70 + \frac{155.400.00}{(1+0{,}105)^1} + \frac{163.170.00}{(1+0{,}105)^2} + \frac{171.328.50}{(1+0{,}105)^3} + \frac{179.894.93}{(1+0{,}105)^4} + \frac{188.889.67}{(1+0{,}105)^5}$$

$$VAN(y) = -53.387.70 + 140.633.48 + 133.633.63 + 126.982.18 + 120.661.80 + 114.656.01$$

$$VAN(y) = 583.179.40$$

VAN DE EGRESOS

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VANe = -53.387.70 + \frac{105.539.46}{(1+0{,}105)^1} + \frac{110.068.21}{(1+0{,}105)^2} + \frac{114.823.39}{(1+0{,}105)^3} + \frac{119.816.33}{(1+0{,}105)^4} + \frac{125.058.92}{(1+0{,}105)^5}$$

$$VAN(e) = -53.387{,}70 + 95.510{,}82 + 90.144.11 + 85.102{,}74 + 80.364{,}99 + 75.910{,}75.$$

$$VAN(e) = 373.645{,}71$$

$$\boldsymbol{B/C = \frac{\text{VAN INGRESOS}}{\text{VAN EGRESOS}}}$$

$$B/C = \frac{583.179{,}40}{373.645.71}$$

$$\boldsymbol{B/C = 1.56}$$

El B/C del proyecto es de **$ 1,56** esto indica que por cada $ 1,00 de inversión tendríamos $ 0,56 de dólar de ganancia.

4.1.4.4 Tiempo de Retorno de Inversión (TRI)

INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
($53387,70)	$ 36.369,50	$ 38.271,37	$ 40.250,13	$ 42.307,65	$ 44.445,68
$i = 0,105$					

$$\boldsymbol{VP = \frac{VF}{(1+i)^n}}$$

CÁLCULO

$$VP1 = \frac{36.369,50}{(1+0,105)^1} = \$\ 32.913,57$$

$$VP2 = \frac{38.271,37}{(1+0,105)^2} = \$\ 31.343,64$$

$$VP3 = \frac{40.250,13}{(1+0,105)^3} = \$\ 29.831,87$$

$$VP4 = \frac{42.307,65}{(1+0,105)^4} = \$\ 28.377,22$$

$$VP5 = \frac{44.445,68}{(1+0,105)^5} = \$\ 26.978,52$$

AÑO	VP
1	$ 32.913,57
2	$ 31.343,64
3	$ 29.831,87
4	$ 28.377,22
5	$ 26.978,52
TOTAL	**$ 149.444,82**
INVERSIÓN	$ 53.387,70

$ 31.343,64	365 días
$ 20.473,13	X

$$\frac{20.473,13 * 365}{31.343,64} = 238\ dias$$

El tiempo del retorno de la inversión será de 1 año y 238 días

4.2. Discusión

De acuerdo al estudio de mercado las encuestas determinaron que existe demanda insatisfecha de un paradero turístico en el cantón La Maná, lo que garantiza la creación del paradero turístico LA MANÁ en el sector de Puembo, lo que concuerda con **Ortega (2008),** que dice el estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción o servicios, en un periodo determinado; así como sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuesto a pagar, por lo tanto la hipótesis planteada "El diagnóstico situacional a través del estudio de mercado identificará el mercado meta, para conocer las exigencias, y preferencias del consumidor final", se acepta

El estudio de factibilidad realizado en este proyecto de investigación permitió conocer que la demanda potencial que sustenta la creación de un paradero turístico en el sector de Puembo, es del 92% de un total de 396 encuestados, lo cual significa que existe una gran aceptación importante para esta tipo de negocio

El valor actual neto es de **$ $ 96057,11** positivo, coincidiendo con lo manifestado por **Sapag (2009),** Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno es de **66.44%,** la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. **Ortega (2008),** Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio, la hipótesis planteada "El desarrollo de un estudio de factibilidad contribuirá a la creación de un paradero turístico en el

sector de Puembo del Cantón La Maná, año 2013 se acepta, porque las estrategias comerciales permiten incrementar las ventas, la hipótesis planeada.

La relación beneficio costo da **$ 1.52**, es decir que por cada dólar invertido retorna un dólar con cincuenta y dos centavos, lo cual concuerda con **Sapag (2009),** La relación Beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno, al relacionar los beneficios y los costos actualizados, para lo cual se aplicó una tasa de oportunidad del 10.5%, arrojan una Relación Beneficio Costo igual a 1.52, lo cual indica que el proyecto es confiable y por lo tanto se puede realizar las inversiones propuestas.

Se considera factible y muy importante la posibilidad de crear este tipo de paradero turístico ya que representa una oportunidad de negocio y además es una inversión que aún no ha sido explotada en el Cantón La Maná, sector Puembo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

- El desarrollo del estudio de mercado determinó que existe una demanda potencial insatisfecha de paraderos turísticos, la misma que pretende ser cubierta para el primer año en su totalidad, en las encuestas realizadas se comprobó que el 92% de los encuestados manifestaron su aceptación para acudir al paradero turístico, permitiendo desde el punto de vista del mercado la viabilidad del proyecto.

- La mejor ubicación para la creación del paradero turístico LA MANÁ es el sector de Puembo del cantón La Maná, aprovechando la infraestructura vial; medios de transporte y comunicación, facilidad de todos los servicios básicos, ambiente natural que tiene la localidad, y organizacionalmente existe el talento humano requerido, esto denota la factibilidad del proyecto y una oportunidad de captación de este mercado.

- Mediante la evaluación económica - Financiera se puede observar la viabilidad y factibilidad de la creación del paradero turístico en el sector Puembo cantón La Maná; considerando un financiamiento crediticio de $53.387,70 para realizar la inversión del proyecto, así también se ha obtenido una TIR del **66.44%,** un VAN positivo de USD **$ 96.057,11**, una Relación Beneficio Costo de **US$ 1,52** demostrando así que es un proyecto rentable.

5.2. Recomendaciones

A partir de las conclusiones se recomienda lo siguiente:

- ✓ La viabilidad del proyecto desde el punto de vista de mercado, se recomienda que al funcionar la empresa deberá aplicar correctamente las estrategias de marketing y el desempeño adecuado del presupuesto de esta manera minimizar costos y optimizar recursos, es decir invertir los recursos propios necesarios y recurrir a fuentes de financiamiento como la CFN, para llevar a cabo el proyecto propuesto.

- ✓ La capacitación constante al personal especialmente en atención al cliente, el manejo adecuado de cada una de las áreas que conforman el paradero turístico LA MANÁ y los procesos de las que se encargan las mismas permitirán cumplir con el objetivos que se ha planteado la empresa, de la excelente atención y servicio de alta calidad que se brinde al cliente se mejorará el posicionamiento de la empresa, ya que un cliente bien atendido es un cliente satisfecho y de las buenas experiencias del cliente la empresa ganará más clientes.

- ✓ El presente proyecto luego de demostrar su viabilidad económica – financiera, debería ser implementado dado los beneficios sociales y económicos que brindarían tanto a los inversionistas como a la sociedad.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

ANDRADE. 2009, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257.

AYALA, R. 2008. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. Pp. 255

BACA G. 2010. Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, Pp. 90 – 92

CHIRIBOGA, G. 2008. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. Pp. 68 – 100

CHISNALL P. 2009. La Esencia de la Investigación de Mercados», de Chisnall Peter, Prentice Hall, Pág. 6.

DÁVALOS, P. 2008. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. Pp 102 .104

DIAZ, J. 2012. Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración. Lima-Perú. Editorial de libros técnicos.

GARCÍA Y CRISTÓBAL CASANUEVA. 2011. Prácticas de la Gestión Empresarial Mc Graw Hill, Pág. 3.

GARCÍA, D. 2009. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. . Cuarta Edición. México. 128p

GUAJARDO, G. 2010. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. Pp. 68 – 100

HERNÁNDEZ, **H. 2010**. Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México. Pag. 17 – 45

INIESTA, P. 2008. Máster de Marketing, Gestión 2000, Barcelona – España. Pag. 45 -67

KOTLER, P. 2008. Mercadotecnia. Cuarta Edición. México. 738p

LAMB. 2010. Contabilidad para el Nuevo Milenio. Primera Edición. Machala-Ecuador. Editorial Impssur. 200p.

MALHOTRA N. 2010. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición, Hall, Págs. 21 y 22.

MOCHON 2008. El producto de la PYME. Primera edición. Limusa S.a. Lima – Perú. Pp. 123 – 129 – 159.

MURCIA, J. 2009. Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfa omega Colombiana S.A.

ORTEGA, U. 2010. Análisis Financiero: Certificación Internacional de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en Gestión de Proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ. Módulo 5. Pp. 18-22

ORTIZ, H. 2008. Proyectos de Inversión Innovadores**.** Mc Graw Hill. Primera Edición. Ecuador. Pp.100.

RANDALL, 2008, del libro: «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, Pág. 120.

RAMÍREZ, J. 2008. Fundamentos de Evaluación Financiera. Mc Graw Hill. Décima Edición. Ecuador. Pag.98.

RAYA 2008. Turismo, Hotelería y Restaurant. Edisión Lexus. Quito - Ecuador. pag. 13

ROJAS LÓPEZ. 2008. Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia

SAPAG, N.; SAPAG, R. 2010. Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. 438p.

SARMIENTO, R. 2010. Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. Pp. 74 – 90

SPILLER L. 2010. Evaluación financiera de proyectos de inversión. Quinta edición. Guayaquil – Ecuador. Pp.225

STANTON R. 2010. Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. México. Mc. Graw Hill. Pp. 156 – 159

TERRANOVA, 2008. Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia.

TUCKER, 2008. Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia.

URQUIZO, J. 2010. Análisis Financiero: Principios y Métodos. México. Mc Graw Hill. Pp. 335.

WEIERS, R. 2009. Investigación de Mercados. Edición. Prentice – Hall Hispanoamericana, México. Pp. 78 – 309.

LINKOGRAFÍA

http://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml

http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo

http://www.monografias.com/trabajos84/estadisticas-basicas-turismo/estadisticas-basicas-turismo.shtml

http://html.rincondelvago.com/estructura-del-mercado-turistico_1.html

http://www.buenastareas.com/ensayos/Paradero-Turistico/2429809.html

http://www.definicionabc.com/general/parador.php

http://www.mintur.gob.ve/descargas/paradoresturisticoss.pdf

http://www.mintur.gob.ve/descargas/PARADORESTURISTICOS.pdf

http://www.consultoresbym.com/Ley_Organica_Defensa_Consumidor.pdf

http://www.sri.gob.ec/web/10138/167

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas

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

MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA QUE MÁS SE AJUSTE A SU SITUACIÓN.

Edad: _____

Sexo:

- ☐ M
- ☐ F

1. ¿Qué ocupación tiene?

- Empleado ( )
- Estudiante ( )
- Independiente ( )
- Otros ( )

2. ¿Con quien normalmente usted viaja?

- Solo ( )
- Familiares ( )
- Amigos ( )

3. ¿Con que frecuencia usted realiza viajes de turismo?

- Cada mes ( )
- Cada dos meses ( )
- Cada tres meses ( )

4. ¿Usted conoce lo que son paraderos turísticos?

- SI ( )
- NO ( )

5. ¿Cuál es su ingreso mensual promedio?

- 1 – 150 ( )
- 151 – 300 ( )
- 301 – 450 ( )
- Más de 451 ( )

6. ¿Por lo general cuánto gasta cuando hace turismo?

- Menos de 200 ( )
- Entre 200 y 400 ( )
- Entre 401 y 600 ( )
- Entre 601 y 800 ( )
- Más de 800 ( )

7. ¿Qué región es de su preferencia para realizar turismo?

- Costa ( )
- Sierra ( )
- Oriente ( )

8.- ¿Cuándo acude paradero turístico que es lo más importante para usted?

- Atención ( )
- Infraestructura ( )
- Comida ( )
- Precio ( )

9. ¿Le gustaría que en el cantón de La Maná sector Puembo haya un paradero turístico?

- Si ( )
- No ( )

10. ¿Qué actividades desearía que tenga el paradero turístico en el cantón La Maná?

- Paseo en caballo ( )

- Paseos en bote ( )
- Pesca deportiva ( )
- Todas las anteriores ( )
- Otras ( )

11. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el paradero turístico en el cantón La Maná sector Puembo?

- Platos típicos ( )
- Platos a la carta ( )
- Otros ( )

12. ¿Cuándo acude con un grupo de personas a un paradero turístico cuál es su consumo promedio?

- 10 – 20 ( )
- 20 – 30 ( )
- 30 – 40 ( )
- 40 – 50 ( )

13. ¿Qué característica generales le gustaría que tuviera el paradero turístico en el cantón La Maná?

- Lujoso ( )
- Rústico ( )
- Exclusivo ( )
- Económico ( )
- Tradicional ( )

14. Con la creación de un paradero turístico en el cantón La Maná ¿Usted estaría dispuesto a acudir?

- SI ( )
- NO ( )

Anexo 2. Competencia

Anexo 3. Encuestas

Anexo 4. Sueldos y Salarios

Cuadro 33. Sueldos y salarios

CANTIDAD	DETALLE	SUELDO	DECIMO 3ero	DECIMO 4to	VAC.	APORTE PATRONAL	MENSUAL	ANUAL
1	Administrador	600	28,67	50	25	72,90	776,57	9318,84
1	Secretaría – Caja	344	28,67	28,67	18,75	41,80	461,89	5542,68
2	Cocineros	344	28,67	28,67	18,75	41,80	461,89	5542,68
3	Meseros	1032	86,01	86,01	56,25	125,40	1385,67	16628,04
1	Limpieza	344	28,67	28,67	18,75	41,80	461,89	5542,68
TOTAL						**323,70**	**3547,91**	**42574,92**

Elaborado por: Nancy Lalvay

Anexo 5. Impuesto a la renta, personas naturales

Cuadro 34. Impuesto a la renta para personas naturales

Año 2013 - En dólares			
Fracción Básica	**Exceso Hasta**	**Impuesto Fracción Básica**	**Impuesto Fracción Excedente**
-	10.180	-	0%
10.180	12.970	-	5%
12.970	16.220	140	10%
16.220	19.470	465	12%
19.470	38.930	855	15%
38.930	58.390	3.774	20%
58.390	77.870	7.666	25%
77.870	103.810	12.536	30%
103.810	En adelante	20.318	35%