



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Tema de tesis

**FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO
TURISTICO EN EL RECINTO SANTA MARÍA, MANGA DEL
CURA**

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

CONTADORA PÚBLICA AUTORIZADA

AUTORA

YOLITA AZUCENA PINCAY ROSADO.

DIRECTORA

ING. DOMINGA RODRIGUEZ ÀNGULO MSC.

QUEVEDO – LOR RÍOS – ECUADOR

2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Yolita Azucena Pincay Rosado, 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.

Yolita Azucena Pincay Rosado

CERTIFICACIÓN

La suscrita, Ing. Dominga Ernestina Rodríguez, MSc. Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Yolita Azucena Pincay Rosado, realizó la tesis previo a la obtención del título de Contadora Pública Autorizada, titulada: **FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO TURISTICO EN EL RECINTO SANTA MARÍA, MANGA DEL CURA**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

Ing. Dominga Ernestina Rodríguez, MSc

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo para la obtención del
título de:

CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO

Aprobado:

Ing. Wilson Toro Álava, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

CPA. Irma Ortega Tapia, MBA.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Lcdo. Luis García Macías, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2013

AGRADECIMIENTO

Dejo en constancia mi más sincero agradecimiento.

A Dios, por darme la vida y lograr una más de mis metas, a mis padres, hermanos, a mi esposo e hijos también reitero mis agradecimientos muy sinceros.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, meritoria institución de enseñanza e investigación.

A las Autoridades de la Universidad

Ing. Roque Luis Vivas Moreira, MSc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su misión en beneficio de la Colectividad Universitaria.

Ing. Guadalupe del Pilar Murillo Campuzano, MSc. Vicerrectora Administrativa de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su trabajo diario y constante que ha obtenido sus resultados en favor de la educación.

Econ. Roger Tomás Yela Burgos, MSc. Director de la Unidad de Estudios a Distancia, por su trabajo arduo y responsabilidad a favor de la población estudiantil.

A la Ing. Dominga Ernestina Rodríguez Ángulo, MSc. quién con sus conocimientos ha sabido guiarme en el desarrollo y culminación de mi tesis.

DEDICATORIA

A Dios por brindarme salud y sabiduría en todo momento. A mi familia, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales, doy las gracias por haber sido mi fuente de inspiración en mi deseo de cumplir con mis estudios, logrando de esta manera cumplir uno de mis objetivos propuestos.

Yolita

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE CUADRO	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN	xviii
ABSTRAC	xx
CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1. Introducción	2
1.1. Antecedentes	4
1.2. Planteamiento del problema	5
1.1.2. Formulación del problema	5
1.1.3. Delimitación del problema	6
1.1.4. Justificación y factibilidad	6
1.1.5. Objetivos	6
1.1.5.1. General	6
1.1.5.2. Específicos	7
1.1.6. Hipótesis	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. Fundamentación conceptual	9
2.1.1. Inversión	9
2.1.2. Estudio de factibilidad	10
2.1.3. Empresa	10

2.1.3.1.	Definición de empresa	10
2.1.3.2.	Clases de empresas	11
2.1.3.3.	Área de recreación	13
2.2.	Fundamentación teórica	14
2.2.1.	Estudio de mercado	14
2.2.1.1.	Mercado	14
2.2.1.2.	Análisis de la oferta	14
2.2.1.2.1.	Oferta	14
2.2.1.2.2.	Análisis actual y futuro de la oferta	15
2.2.1.3.	Análisis de la demanda	15
2.2.1.3.1.	Demanda	15
2.2.1.3.2.	Demanda Insatisfecha	16
2.2.1.3.3.	Demanda Futura	16
2.2.1.3.4.	Análisis actual y futuro de la demanda	16
2.2.1.4.	Producto	16
2.2.1.5.	Precio	17
2.2.1.6.	Análisis de la comercialización	17
2.2.2.	Estudio técnico	18
2.2.2.1.	Tamaño de un proyecto	19
2.2.2.2.	Localización	19
2.2.2.3.	Etapas de la localización	20
2.2.2.4.	Ingeniería del proyecto	21
2.2.2.5.	Organización	21
2.2.2.6.	Fases del proceso organizativo	22
2.2.2.7.	La estructura organizacional	23
2.2.3.	Estudio económico	23
2.2.3.1.	Inversión	24
2.2.3.2.	Activos fijos	25
2.2.3.3.	Capital	25
2.2.3.4.	Financiamiento	25
2.2.3.5.	Costos	26
2.2.3.5.1.	Costo de venta	26
2.2.3.5.2.	Costos fijos	26

2.2.3.5.3.	Costos variables	26
2.2.3.4.	Depreciación	27
2.2.3.5.	Punto de equilibrio	27
2.2.3.6.	Estado de resultados	28
2.2.3.7.	Balance general	28
2.2.4.	Evaluación financiera	28
2.2.4.1.	Estado de flujo de fondos	29
2.2.4.2.	Estado de flujo de caja	29
2.2.4.3.	Beneficio neto	29
2.2.4.4.	Indicadores de evaluación financiera	30
2.2.4.5.	Valor actual neto (VAN)	30
2.2.4.6.	Tasa interna de retorno (TIR)	31
2.2.4.7.	Relación beneficio costo	32
2.2.4.8.	Tiempo de recuperación del capital	32
2.2.4.9.	Análisis de sensibilidad	33
2.2.5.	Evaluación del impacto ambiental	33
2.2.5.1.	Normativa técnica, sanitaria y comercial	34
2.2.5.1.1.	Normativa técnica	34
2.2.5.1.2.	Normativa sanitaria	34
2.2.5.1.3.	Normativa comercial	35
2.3.	Fundamentación Legal	36
2.3.1.	Marco legal del Ministerio de Turismo	36
2.3.2.	Requisito para el funcionamiento de una empresa civil	37
2.3.2.1.	Registro Unico de Contribuyente (RUC)	37
		38
2.3.2.2	Patente Municipal	39
		39
2.3.2.3.	Recomendaciones del Cuerpo de Bomberos	40
		40
2.3.2.4..	Requisitos para abrir un negocio	41
		41
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		41
3.1.	Materiales y métodos	41
3.1.1.	Localización y duración de la investigación	42
		42

3.1.2.	Materiales y equipos	42
3.1.3.	Tipo de investigación	42
3.1.3.1.	De Campo	42
3.1.3.2.	Aplicada	43
3.1.4.	Métodos de investigación	44
3.1.4.1.	Deductivo - Inductivo	44
3.1.4.2.	Analítico - Sintético	44
3.1.4.3.	Lógico	44
3.1.2.4.	Científico	44
3.1.5.	Fuentes	44
3.1.5.1.	Primarias	45
3.1.5.1.1.	Encuestas	45
3.1.5.1.2.	Entrevista	45
3.1.5.1.3.	Observación directa	45
3.1.5.2.	Fuentes Secundarias	45
3.1.6.	Técnicas de recopilación de datos	45
3.1.6.1.	La Encuesta	47
3.1.6.2.	Entrevista	47
3.2.	Población y muestra	47
3.3.	Procedimiento metodológico	47
3.3.1.	Análisis de la oferta	48
3.3.2.	Análisis de la demanda	48
3.3.3.	Análisis técnico	48
3.3.4.	Análisis económico del proyecto	48
3.3.4.1.	Ingresos	49
3.3.4.2.	Costos de inversión	49
3.3.4.3.	Punto de equilibrio	50
3.3.4.4.	Depreciación	51
3.3.4.5.	Estado de resultado	51
3.3.4.6.	Flujo de caja	53
3.3.4.7.	Rentabilidad	54
3.3.5.	Evaluación financiera	54
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	54

4.1.	Resultados	54
4.1.1.	Análisis de las encuestas aplicadas a la población	55
4.1.1.1.	Lugar de residencia de los pobladores	56
4.1.1.2.	Lugar al que asiste para recrearse en familia	57
4.1.1.3.	Frecuencia con que sale a recrearse	58
4.1.1.4.	Gusta contar con un centro de recreación en Santa María	58
4.1.1.5.	Servicio que debería ofrecerle el centro turístico	59
4.1.1.6.	Días de recreación familiar	60
4.1.1.7.	Inversión familiar para la recreación	63
4.1.1.8.	Medios de comunicación de preferencia	65
4.1.2.	Análisis de las entrevistas a ofertantes	65
4.1.3.	Entrevista al propietario	66
4.1.4.	Estudio de mercado	66
4.1.4.1.	Análisis de la oferta	67
4.1.4.2.	Determinación de la oferta futura	67
4.1.4.3.	Análisis de la demanda	68
4.1.4.4.	Proyección de la demanda	69
4.1.4.5.	Demanda insatisfecha	69
4.1.4.6.	Análisis de precios	70
4.1.4.7.	Canales de comercialización	70
4.1.4.8.	Comercialización	70
4.1.4.9.	Promoción	70
4.1.4.10.	Publicidad	71
4.1.5.	Estudio técnico	72
4.1.5.1.	Macrolocalización	72
4.1.5.2.	Microlocalización	73
4.1.6.	Ingeniería del proyecto	74
4.1.6.1.	Distribución del área del centro turístico del recinto Santa M	74
4.1.6.2.	Características técnicas de los servicios	75
4.1.6.3.	Descripción del proceso de prestación de los servicios	75
4.1.6.4.	Slogan	83
4.1.6.5.	Organización	83
4.1.6.6.	Funciones	85

4.1.7.	Estudio económico	85
4.1.7.1.	Plan de inversión en el proyecto	87
4.1.7.2.	Capital de trabajo	88
4.1.7.3.	Costo total de operación	89
4.1.7.4.	Depreciación	90
4.1.7.5.	Financiamiento	91
4.1.7.6.	Ingresos	91
4.1.7.7.	Costos Totales	94
4.1.7.8.	Estado de resultados proyectados	94
4.1.7.9	Flujo de caja	95
4.1.8.	Estudio financiero	96
4.1.8.1.	Valor Actual Neto	96
4.1.8.2.	Relación beneficio costo	96
4.1.8.3.	Tiempo de recuperación	96
4.1.8.4.	Análisis de sensibilidad	96
4.1.8.5.	Impacto ambiental	96
4.1.8.6.	Evaluación del impacto ambiental	96
4.1.8.6.1.	Objetivos de la evaluación	97
4.1.8.6.1.1	General	97
4.1.8.6.1.2	Específico	98
4.1.8.7.	Legal	102
4.1.8.8.	Matriz de identificación de impacto	103
4.2.	Discusión	104
	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
5.1.	Conclusiones	106
5.2.	Recomendaciones	109
	CAPITULO VI: BIBLIOGRAFÍA	
6.1.	Literatura citada	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación de un centro de recreación en el recinto Santa María.	65
2	Serie histórica de la oferta del servicio de recreación de acuerdo a la población.	66
3	Proyección de la oferta del servicio turístico	66
4	Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.	67
5	Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA	67
6	Demanda insatisfecha de los servicios turísticos.	68
7	Tamaño del proyecto	68
8	Precio de las líneas de servicios y productos que se venderán en USD.	69
9	Detalle de gastos publicitarios	70
10	Inversión fija y diferida.	84
11	Capital de trabajo del la factibilidad	85

12	Costo de operación	84
13	Depreciación para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María	87
14	Tabla de amortización del financiamiento para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María	88
15	Ingresos proyectados por la prestación del servicio.	89
16	Costos totales	90
17	Estado de resultados proyectados.	92
18	Flujo de caja durante la duración del proyecto.	93
19	Valor actual neto de retorno del proyecto para la creación de la ferretería.	94
20	Relación beneficio costo del proyecto para la creación de la ferretería.	95
21	Matriz para identificación de impactos fase de operacional del proyecto	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	Cuál es su lugar de residencia?	54
2	Cuál es el lugar que asiste para recrearse en familia?.	55
3	Con qué frecuencia sale a recrearse en familia?	56
4	Le gustaría contar con un centro de recreación en Santa María?	56
5	Qué servicio debería ofrecer el centro turístico?.	57
6	Que días generalmente asistiría al centro de recreación?	58
7	Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio del centro de recreación?	59
8	Que medio de comunicación prefiere usted para informarse de los servicios que ofrece el centro de recreación?	60
9	Canales de comercialización de los servicios que ofrecerá el centro de recreación.	69
10	Mapa de la zona de Santa María.	71
11	Plano y maqueta del centro de recreación turística	73
12	Organigrama estructural del centro de recreación	75

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se realizó en el sector Santa María de la Manga del Cura es una zona ecuatoriana no delimitada que está ubicada entre Manabí, Guayas y Los Ríos en donde existen recursos que aún no han sido explotados, uno de ellos es el turismo, tuvo una duración de 180 días, se plantearon los siguientes objetivos:

Realizar un estudio de factibilidad para el establecimiento de un centro turístico en el Recinto Santa María, Manga del Cura, periodo 2013; siendo los específicos: Efectuar un estudio de mercado para la construcción de un complejo turístico en el Recinto Santa María de la Manga del Cura, definir los aspectos técnicos que se requieren para el establecimiento del centro turístico, en el Recinto Santa María de la Manga del Cura; determinar la evaluación económica financiera de la inversión aplicando indicadores económicos, para el establecimiento del centro turístico, en el Recinto Santa María de la Manga del Cura.

La metodología que se utilizó fue de carácter científico, la población objetivo la forman 50.000 habitantes del sector Santa María y alrededores, población Económicamente Activa, según el INEC 2010, con un crecimiento poblacional del 1.21%, la muestra de la población encuestada es de 388 personas para determinar la demanda, de los cuales se consideró a los propietarios de locales donde se ofertan servicios de recreación.

Con el estudio de mercado se conoció la demanda de los requerimientos sugeridos en relación a la calidad del servicio que esperan para recrearse, el proyecto requiere de una inversión fija de 148.132.54 dólares, mismos que requieren de un financiamiento del 27% a cinco años plazo y la diferencia será mediante recursos propios.

En el primer año los ingresos son de \$ 300.305.00 dólares, mientras que el estudio financiero muestra un VAN de 897,135.28 dólares, TIR 226.87% y Relación Beneficio Costo de 1.38%,

es decir que se recupera un dólar más 0.75 centavos, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de la evaluación financiera y del estudio de mercado, con esto queda demostrada la hipótesis que la inversión para este tipo de empresa es rentable y factible.

ABSTRAC

The research was conducted in the Santa Maria area of La Manga del Cura is an unbounded Ecuadorian area is located between Manabi , Guayas and Los Rios where there are resources that have not yet been exploited, one of them is tourism , had a duration of 180 days, the following objectives:

Conduct a feasibility study for the establishment of a resort in the Santa Maria Campus , Manga del Cura, 2013 period , being specific : Perform a market study for the construction of a resort in Santa Maria Complex Manga Cura, define the technical aspects required to establish tourist center in the Santa Maria Campus Manga del Cura ; determine the economic and financial evaluation of investment using economic indicators to establish the resort, at the Santa Campus María de la Manga del Cura.

The methodology used was scientific, the target population are 50,000 residents of the Santa Maria and surrounding industry , economically active population , according to INEC 2010 with a population growth of 1.21 % , the sample of the survey population is 388 people to determine demand, which was considered to owners of premises where recreational facilities are offered.

By studying market demand suggested requirements regarding the quality of service we expect for recreation are met , the project requires a fixed investment of \$ 148.132.54 , themselves requiring financing from 27 % at five years term and the difference will be from own resources.

In the first year earnings are \$ 300.305.00 , while the financial study shows an NPV of \$ 897,135.28 , 226.87 % IRR and Benefit Cost Ratio of 1.38 % ,

ie a dollar recovers 0.75 cents , which demonstrates the feasibility of the project from the point of view of financial assessment and market study , this is demonstrated with the hypothesis that this type of investment company is profitable and feasible .

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

I. INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico de los países se fundamenta en la generación de oportunidades en los diferentes sectores de la producción como es industrial, comercial, agropecuaria, turística, etc.; estas oportunidades deben de manejarse con conocimientos técnicos que aseguren su sostenibilidad y confiabilidad lo cual hace necesario desarrollarse mediante proyectos de factibilidad.

CRUZ OSAIN (2006). Indica que la investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos (esto nos ayuda a determinar la importancia que tiene un proyecto de factibilidad que nos asegure la inversión en el negocio que se quiera emprender)

Actualmente, Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que las autoridades ecuatorianas citan el turismo, este es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica. El turismo en el inicio del siglo XXI es probablemente la actividad económica más importante del mundo, su expansión y crecimiento están fuera de la discusión. Este sector destaca entre las cinco categorías superiores de las exportaciones para el 83% de los países y es la fuente más importante para al menos el 38% de ellos. La participación del turismo en el PIB se estima conservadoramente en el 5%.

De acuerdo a los avances del sector turístico en la economía, existe actualmente una fuerte demanda por parte de los Municipios al Ministerio de Turismo para asumir varias funciones relacionadas con el desarrollo del turismo local, como alternativa clara para dinamizar la economía. El Ecuador recibió en el año 2007, 937487 y en el 2008, 1005297 turistas, DNMPN (2008). El turismo en el sector ha ido creciendo, ya por que las vías están en buen estado, conciencia de visitar primero lo más cercano, falta de recursos o tiempo para hacer viajes largos; además la accesibilidad y la facilidad hacen que cada vez

las personas vean más viable recrearse en las cercanías del hogar; además esta práctica se ha esparcido en todos los sectores sociales.

Santa María de la Manga del Cura es una Zona no delimitada ecuatoriana que está ubicada entre Manabí, Guayas y Los Ríos en donde existen recursos que aún no han sido explotados, uno de ellos es el turismo, actualmente la zona cuenta con un balneario rústico denominado El Salto del Armadillo, los moradores del lugar demandan la construcción de un lugar recreativo que brinde un servicio de calidad por lo que el propósito del presente trabajo es profundizar un estudio que permitirá determinar la factibilidad de un lugar de tipo turístico en la zona de Santa María de la Manga del Cura, el cual implica como base fundamental el análisis de Mercado, Técnico y Financiero como variables las cuales le permitirán al inversionista en un futuro tomar una decisión más o menos acertada.

1.1. Antecedentes

El Centro recreacional Santa María, es una idea del Señor Manuel Chavarría Arteaga quién está dispuesto a construir tal edificación en el Corazón de la Manga del Cura, ante la falta de recursos se dispuso solicitar un crédito en el Banco Nacional del Fomento con un monto de 40.000 dólares americanos que representan el 18.93% del valor total del proyecto a realizarse (211328.13). Por su parte el propietario está dispuesto a aportar con el 81.07% en bienes de capital.

La maqueta fue elaborada por el Arq. Cristhian Romero Guaranda de la Ciudad de Portoviejo. El lugar donde se construirá El Centro Recreacional "Santa María" tendrá un área de 1878,60 m²; él mismo que contará con todos los servicios básicos. Éste Proyecto se desarrollará en 2 partes:

a) La primera parte: Comprende la puerta de ingreso, casilleros, vivienda de los propietarios, oficina de administración, escenario, pista bailable, mesa de villar, áreas verdes, pasillos y servicio de bar, contruidos fusionando el colorido de la naturaleza con el concreto y materiales de la zona.

b) La segunda parte: Contará con linderos, patio de comidas, áreas de descanso y recreación con bancas, áreas verdes, juegos infantiles, baños, vestidores, piscina para niños y piscina para adultos.

La infraestructura permitirá albergar aproximadamente de 300 a 600 personas diarias y en días feriados, con un promedio esperado del 70% de ocupación promedio mensual, en función de los períodos de temporada alta y temporada baja. El señor Chavarría siguiendo los requisitos solicitados para el financiamiento respectivo, se ha contactado con la Sra. Yolita Pincay, egresada de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Carrera de Contabilidad y Auditoría con la finalidad de que efectúe un estudio de factibilidad para el establecimiento de un centro turístico en la zona de la Manga del Cura, para conocer cuánto será la rentabilidad que éste negocio le brindará.

1.2. Planteamiento del problema

La construcción del embalse Daule – Peripa, que genera energía para nuestro Ecuador, ha sido de gran utilidad para éste, sin embargo desató una serie de impactos sociales y ambientales a la mayor parte de los habitantes de la Manga del Cura que se vieron afectadas en muchos aspectos, especialmente El Recinto Santa María: Una situación real de la actualidad es que no hay lugares donde se pueda impartir la recreación sana y segura ya que estos sitios se encuentran a distancias mayormente considerables (Sto. Domingo, Valencia, Los Ángeles...), sin dejar a un lado que los miembros de alguna comunidades tiene que atravesar las aguas represadas en grandes gabarras lo que dificulta el rápido desplazamiento a otro lugares, otra situación problemática atribuimos al calentamiento global que ocasiona altas temperaturas las mismas que inciden en las personas que se ven motivadas a buscar un lugar fresco y acogedor que permita mitigar el calor. Y por último cabe citar la vida monótona de los miembros de los poblados, que ante la carencia de un lugar que permita compartir en familia se ven obligados a visitar lugares no aptos para mujeres y menores de edad (bares, villares, burdeles...), ocasionando la insuficiencia de comunicación e interacción que debería existir en el núcleo familiar.

La construcción de un centro turístico rescatará el turismo de la Manga del Cura, invariablemente, por el trabajo, esfuerzo y recursos económicos que aporte y gestione el propietario con el apoyo del Ministerio de Turismo. En el caso de la presente administración existe mucho interés por “aterrizar” la serie de proyectos que permitan no sólo rescatar, sino conservar y preservar el Medio Ambiente; con estos antecedentes es viable el proyecto de factibilidad que aporta propuestas y soluciones para hacer de este centro un lugar de recreación que beneficiará tanto a turistas nacionales y extranjeros como a los habitantes locales.

1.3. Formulación del problema

¿La construcción de un centro turístico en el Recinto Santa María de la Manga del Cura incidirá en el bienestar familiar y comunitario?

1.4. Delimitación del problema

El presente estudio se realizó en el recinto Santa María, Sector Manga del Cura, la investigación tuvo aplicación en el campo de factibilidad social cuyo objeto de estudio es la factibilidad para la construcción de un centro turístico en el recinto Santa María y el tiempo de duración de esta investigación fue de seis meses, durante el año 2013.

1.5. Justificación y factibilidad

Se justifica esta propuesta ya que dejaría grandes expectativas para el inversionista local. Este trabajo de investigación motivará al inversionista y lo llevará a tomar una decisión acertada. Así mismo sería una de las mejores estrategias para fomentar la investigación en Santa María de la Manga del Cura, dando lugar al desarrollo de otras investigaciones ya que sin lugar a dudas los datos que arroja el presente estudio son reales.

Esto permite que en un futuro no se arriesgue capital (pérdidas futuras) de manera empírica al contrario realizar investigaciones como estudios técnicos, de mercado y financieros previos a la instalación de un negocio.

Esta investigación fue factible por que se contó con el apoyo de los inversionistas proporcionando la información necesaria, además moradores se contó con los recursos necesarios y al apoyo brindado por el Ministerio de Turismo y empresas privada.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. General

- ❖ Realizar un estudio de factibilidad para el establecimiento de un centro turístico en el Recinto Santa María, Manga del Cura, periodo 2013.

1.6.2. Específicos

- ❖ Efectuar un estudio de mercado para la construcción de un complejo turístico en el Recinto Santa María de la Manga del Cura.
- ❖ Definir los aspectos técnicos que se requieren para el establecimiento del centro turístico, en el Recinto Santa María de la Manga del Cura.
- ❖ Determinar la evaluación económica financiera de la inversión aplicando indicadores económicos, para el establecimiento del centro turístico, en el Recinto Santa María de la Manga del Cura.

1.7. HIPÓTESIS

- ❖ El estudio de mercado determina que existe aceptación de los moradores para el funcionamiento de un centro turístico en el Recinto Santa María de la Manga del Cura.
- ❖ Con el estudio de mercado se determina que el establecimiento es factible y viable.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL

2.1.1. Inversión

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

Tarrago (2009)

Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

Peumans (2008)

Así podríamos citar a diversos autores más, que han dado definiciones parecidas, o con ligeras diferencias o matices, pero que en general todas vienen a decirnos que las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto. De esta definición, hay que resaltar:

- a) Liquidez de los recursos financieros vinculados.
- b) Certeza (más o menos exacta) del desembolso inicial.
- c) Incertidumbre de los beneficios futuros.

Ciertos autores, establecen como elementos de la inversión:

- 1) El sujeto de la inversión (generalmente empresa)
- 2) El objeto de la inversión (ejemplo: adquisición de equipo)
- 3) El coste de la inversión o inversión inicial. Desembolso que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto.

- 4) La corriente de cobros y pagos líquidos que originará la inversión durante su vida útil.
- 5) El tiempo (y momentos) durante el cual el proyecto generará flujos financieros.
- 6) El posible valor residual. **Garrido (2010)**

2.1.2 Estudio de Factibilidad

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos, **Cruz (2006)**

Agregan además que la búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar, exponiendo así, las ventajas y desventajas de establecer o ampliar un negocio. Un estudio de factibilidad se basa en las siguientes áreas: legal, técnica, financiera, de gestión, económica y medioambiental, **Cruz (2006)**

Los componentes de un estudio de factibilidad profundiza la investigación por medio de los Análisis de Mercado Técnico y Financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión, **Cruz (2006)**

2.1.3. Empresa

2.1.3.1. Definición de empresa

Ena (2008). La empresa se entiende como una unidad que organiza, coordina y controla los medios materiales, el trabajo y la técnica, con objeto de producir bienes o servicios o comercializarlo.

López (2009). Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes).

Keat (2011). La teoría tradicional (neoclásica) de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores. Los costos con los que una empresa produce están regidos por la tecnología disponible, y la cantidad que produce y los precios a los cuales vende están influidos por la estructura de los mercados en los que operan. La diferencia entre el ingreso que recibe y los costos en los que incurre es la utilidad.

2.1.3.2. Clases de empresas

Ena (2008). Existen muchas formas de clasificar las empresas: según el tipo de actividad desarrollada según su forma jurídica, según su volumen de venta etc.

Déniz (2008). Existen distintas clases de empresas, según el elemento diferenciador que se tome como referencia.

Por su actividad:

Empresas industriales: en ella se lleva a cabo la transformación de materiales, mediante el trabajo (mano de obra) y la aplicación de bienes duraderos (maquinaria) para obtener y vender el producto resultante.

Empresas comerciales: realizan la venta, sin transformación previa, de productos a los consumidores.

Empresa de servicios: ofrecen fundamentalmente servicios a los usuarios como los créditos y servicios bancarios (entidades financieras), el asesoramiento (despachos de abogados, asesorías fiscales y contables, etc.), el alojamiento (hoteles), el transporte, entre otros.

Por su tamaño:

Atendiendo a su tamaño, puede distinguirse entre empresas grandes, medianas, pequeñas y muy pequeñas; recibiendo también estas últimas el calificativo de micro empresas. De entre los criterios utilizados para determinar el tamaño pueden citarse el volumen de ventas, el total del activo y el número de empleados.

Por su forma jurídica:

Empresa individual: su propietario es una persona física. No existen separaciones entre el patrimonio empresarial y el personal. Su titular responde ilimitadamente de todas las deudas de la empresa.

Sociedad colectiva: es aquella en la que todos los socios en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar, en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones. Los socios son de dos clases, industriales y capitalistas, respondiendo de forma personal, ilimitada y solidaria de las deudas de la sociedad.

Sociedad de responsabilidad limitada: el capital de este tipo de sociedades, que estarán dividido en participaciones sociales indivisibles (no tienen el carácter de valor negociables), está integrado por la aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Sociedad anónima: es una sociedad que, teniendo un capital propio dividido en acciones, funciona bajo el principio de la falta de responsabilidad de los socios por las deudas sociales.

Sociedad cooperativa de trabajo asociado: es una sociedad con capital variable y estructura y gestión democráticas que asocian a personas, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para realizar actividades económicas y sociales de interés común y de naturaleza empresarial, repuntándose los resultados económicos a los socios una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de las actividades cooperativizadas que realizan.

Sucursal: es sucursal todo establecimiento secundario a través del cual una sociedad desarrolla en lugar distinto a su domicilio determinadas actividades comprendidas dentro de su objeto social. La sucursal carece de personería jurídica independiente de su principal. Está dotada de representación legal permanente y goza de autonomía de gestión en el ámbito de las actividades que la principal le asigna, conforme a los poderes que otorga a sus representantes.

2.1.3.3. Área de Recreación

Se trata de la selección de una variedad casi infinita de actividades recreativas disponibles durante el ocio. Por ejemplo, muchas personas disfrutan la pesca, cantar, patinar, fotografía, bailar o tomar parte en un juego.

El interés por las muchas formas de recreación varía según la edad, intereses, habilidad física, capacidad intelectual y deseos del individuo por cambiar. Por otro lado, algunas actividades se pueden practicar y son disfrutables a través de toda la vida. La recreación, pues, puede incluir leer un libro, sembrar flores en el patio, observar un espectáculo de titiriteros, escuchar un concierto sinfónico, crear una pintura al óleo, cuidar los nietos, acampar con la familia, jugar baloncesto con los amigos, coleccionar estampillas o cartas de béisbol, ir a una baile, jugar solitaria, dar la bienvenida a los amigos en una fiesta, bañarse en una piscina. La recreación se puede experimentar por una persona mientras se encuentre sola, con otros, o en un grupo grande.

En ciertas formas consiste de participaciones activas; en otras, de relajación silenciosa, escuchar u observar. Similar a la educación, la recreación es para la gente de cualquier país y de cualquier edad. El potencial de la recreación permite una vida creativa, satisfaciente y enriquecida, **Padilla (2009)**

2.2. FUNDAMENTACION TEORICA

2.2.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo **Cruz (2006)**

2.2.1.1. Mercado

Además indica que el mercado es donde las personas reflejan sus intereses, deseos y necesidades, las jerarquizan y establecen los bienes y servicios que desean adquirir **Aquino et al (2009)**

2.2.1.2. Análisis de la oferta

En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten. **Acevedo (2010).**

2.2.1.2.1. Oferta

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento, **Aquino et al (2009)**

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor, **Aquino et al (2009)**

2.2.1.2.2. Análisis actual y futuro de la oferta

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar. **Aquino et al (2009)**

2.2.1.3. Análisis de la demanda

Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. **Acevedo (2010).**

2.2.1.3.1. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes). La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos. Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutos, y el precio de los bienes complementarios **Aquino et al (2009)**

2.2.1.3.2. Demanda insatisfecha

Parte de la demanda planeada en términos reales, en que esta excede a la oferta, por tanto no puede hacerse una compra efectiva de bienes y servicios. **Vizcarra (2007).**

2.2.1.3.3. Demanda futura

La realización de esta demanda permitirá conocer las cantidades de bienes y servicios que se podrían producir durante cierto número de años a determinado costo y precio. **Sapag (2007).**

2.2.1.3.4. Análisis actual y futuro de la demanda

Con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas. **Ramírez (2009).**

2.2.1.4. Producto

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. **Muñiz (2010)**

Un producto es todo aquello que puede ofrecerse a un mercado para su uso o consumo y que además, puede satisfacer un deseo o necesidad. Abarca

aspectos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas, **Vizcarra (2007)**

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización, **Baca (2008)**

2.2.1.5. Precio

El precio es la cantidad de dinero, esfuerzo o tiempo que los compradores están dispuestos a pagar para conseguir la posición, el consumo o el uso de un determinado bien, producto o servicio, el precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto. **Medina (2009).**

2.2.1.6. Análisis de la comercialización

El estudio de mercado debe completarse con un análisis de las formas actuales en que está organizada la cadena que relaciona a la unidad productora con la unidad consumidora, así como la probable evolución futura de esa organización. Tal análisis es un requisito indispensable para poder presentar proporciones concretas sobre la forma en que se espera distribuir los bienes o servicios que se producirán con el proyecto, teniendo en cuenta las modalidades existentes y fundamentando, cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen relación con esas modalidades. **Martínez (2006).**

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. **Contreras (2008).**

2.2.2. Estudio Técnico

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” **Baca (2008)**

El objetivo general del estudio técnico persigue la determinación de las capacidades instaladas y utilizadas de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los siguientes aspectos:

- ❖ Localización de la planta
- ❖ Infraestructura de servicios
- ❖ Efluentes y pérdidas del proceso
- ❖ Cronograma de inversión
- ❖ Turnos de trabajo
- ❖ Capacidad instalada y utilizada
- ❖ Tecnología a utilizarse
- ❖ Control de calidad
- ❖ Proceso de producción, **Koch (2006)**

El centro de recreación estará ubicado en el Centro poblado del Recinto Santa María, abarca una dimensión de 74.50 m. x 20.00 m. que hacen una superficie total de 1490 m², en el cual se construirá: una piscina para adultos, una para niños, barra bar, pista bailable, comedor, baños y duchas, juegos infantiles juegos deportivos, áreas verdes, casilleros, vivienda.

2.2.2.1. Tamaño de un proyecto

Al establecer el tamaño más adecuado de un proyecto, se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegará mediante un proceso de aproximación sucesivas. **Flórez (2007).**

El tamaño del proyecto se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso, que muestre las diferentes etapas de producción, cantidades de insumo y de producto terminado. Lo que se pretende es demostrar en toda su extensión el proceso productivo, donde quede clara la tecnología que más se ajusta al proyecto en los diferentes estados que irán convirtiendo los insumos en producto. **Fernández (2007).**

Es la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal, de la cual se determina el tamaño o dimensionamiento que debe tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto. **Vargas (2010).**

2.2.2.2. Localización

El análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mismo costo. En general, las decisiones de localizaciones podrían catalogarse de infrecuentes, de hechos, algunas empresas solo la toman una vez en su historia. Este suele ser el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares, restaurantes, etc. **Córdoba (2006).**

La localización adecuada de la empresa que se creará con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucional, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos se buscan determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan el lugar donde se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso u ubicación del proyecto. **Flórez (2007).**

2.2.2.3. Etapas de la localización

El estudio de la localización de un proyecto comprende las siguientes etapas:

- **Macro localización:** Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación buscándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.
- **Micro localización:** abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costo para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. **Córdoba (2006).**

2.2.2.4. Ingeniería del proyecto

La tecnología brinda diferentes alternativas de utilización y combinación, que afectan las inversiones, los costos, gastos e ingresos del plan de negocio.

La utilización de una tecnología específica, unida a la utilización de materias primas y materiales, mano de obras, métodos y procedimientos, compone lo que comúnmente se conoce con el nombre de proceso de producción. Dependiendo de las características propias del producto, de los insumos empleados y de las restricciones de mercado y financieras, se puede elegir entre varios tipos de procesos.

La tecnología puede ser de tipo tradicional, cuando el proceso que se utilice sea rustico, casero. Si por el contrario, se utiliza parcial o totalmente maquinaria, el proceso será considerado como mecanizado. Si el proceso utiliza tecnología avanzada, se puede clasificar como sistematizado o con tecnología de punta, cuando se utilice tecnología moderna y sistematizada.

Cuando exista un diseño estable aceptable y una gran demanda, la producción en serie puede ser la más apropiada, por cuanto se aplica el concepto de economía de escala, con la consiguiente disminución de costos unitarios. En el caso de bienes de uso muy especializados, la atención por pedidos puede presentar mayores ventajas en cuanto a calidad, al dedicar la tecnología disponible exclusivamente a ese renglón. **Flórez (2007).**

2.2.2.5. Organización

Indicar la estructura organizativa de la empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto.

La organización formal es la configuración intencional que se hace de las diferentes tareas y responsabilidades, fijando su estructura de manera que se logren los fines establecidos por la empresa. **Acevedo (2010).**

Esta organización formal supone ordenar y coordinar todas las actividades, así como los medios materiales y humanos necesarios. En una organización estructurada correctamente cada persona tiene una labor específica. De esta manera, los distintos empleados dedican su tiempo a la ejecución de sus tareas y no a competir entre ellos por subir de nivel o por influencias; esto es así porque las relaciones de autoridad, la información, los métodos de trabajo, procedimientos y responsabilidades están previstas de antemano por la organización. Dicha organización es la variable que más influye en el rendimiento de los trabajadores y, por tanto, también en el de la empresa.

La organización informal se conforma mediante una red de relaciones informales que se producen en el ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección ni establecidas con anterioridad. De esta manera, dos empresas con una organización formal similar serán diferentes, y también será distinto su funcionamiento, puesto que estarán integradas por personas que se adaptan de forma muy diferente a la organización formal. **Dirce (2013).**

2.2.2.6. Fases del proceso organizativo

Para dotar de organización a una empresa formal es preciso seguir una serie de pasos:

1. Determinar claramente la actividad que se va a realizar; esto es, qué vamos a hacer.
2. Efectuar la división de esta actividad.
3. Ordenar las divisiones y señalar las personas que se responsabilizarán de cada una de ellas.

Establecer los medios materiales y humanos que requiera cada división, fijando el papel de cada uno de ellos.

4. Implantar un sistema de comunicación que permita que las distintas partes de la organización tengan la información necesaria para tomar las decisiones de su competencia.
5. Fijar un sistema de control. Las organizaciones interactúan siempre en un entorno muy cambiante al que han de adaptarse constantemente; por ello, la función organizativa no finaliza nunca. En esta fase se comprueba que la organización funciona como se había previsto, introduciéndose los ajustes necesarios para su mejora. **Dirce (2013)**.

2.2.2.7. La estructura organizacional

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos. **Hutt y Marmioli (2011)**.

2.2.3. Estudio económico

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. **Vizcarra (2007)**.

2.2.3.1. Inversión

Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa.

Estudiado el plan de negocio, determinado su conveniencia y aprobada su inversión, se procede a su ejecución, que no es otra cosa que la utilización de los recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos necesarios para llevar a feliz término la puesta en marcha del proyecto.

En esta etapa se deben conseguir los créditos necesarios, solicitar los permisos a las autoridades, realizar la contratación de obras, compra de maquinarias y equipos, de acuerdo con el proceso tecnológico definido; hacer la instalación y montaje de los equipos, de acuerdo con el diagrama de flujos establecido en el proceso de producción a seguir y a la distribución en planta realizada en el proyecto.

Una de las primeras actividades que se realizan durante la inversión, es la consecución de los recursos financieros definidos en el plan de negocio. Es la selección del crédito se escogerá aquel que ofrezca las mejores condiciones en cuanto a tasas de interés, plazo, periodo de gracia, forma de amortización y garantías exigidas.

En la solicitud del crédito es indispensable cuantificar la necesidad de recursos para las inversiones fijas, para el capital de trabajo y para gastos preoperativos, si es del caso, entendiendo y aplicando los criterios que para tal fin utilizan los intermediarios financieros. Ahora bien, los intermediarios financieros administran líneas de créditos específicas de acuerdo con el uso que se le vaya a dar a los recursos crediticios solicitados por el emprendedor.

En la etapa de inversión, se hace necesario contratar por periodos relativamente cortos, la prestación de determinados servicios o el uso de

ciertos equipos. Entre más tiempo del necesario se utilicen estos recursos, le resultará cada vez más costoso el plan de negocio. **Flórez (2007)**.

2.2.3.2. Activos fijos

Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización. **Vaquiroy (2008)**.

2.2.3.3. Capital

El capital de trabajo permite medir el equilibrio patrimonial de la compañía. Se trata de una herramienta muy importante para el análisis interno de la empresa, ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio. **Sarmiento (2009)**.

Recursos inmovilizados en inventarios de materias primas, productos en proceso y productos terminados, en cuentas por cobrar a los clientes y en los promedios mínimos de cuentas corrientes bancarias. **Muñoz (2008)**.

2.2.3.4. Financiamiento

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. **Muñoz (2008)**.

2.2.3.5. Costos

Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable. **Sarmiento (2010).**

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. **Baca (2008).**

2.2.3.5.1. Costo de venta

Es un valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregado al sector comercial. **Baca (2008).**

2.2.3.5.2. Costos fijos

Es el costo que se deberán pagar en un periodo determinado independientemente de su nivel de producción (arriendo de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquinas, entre otros). **Sapag (2008).**

Son aquellos que no varían con la producción y son constantes e independientes de la eficiencia de la gestión hospitalaria, el pago por los servicios de energía eléctrica, agua, etc. Obviamente, el costo fijo por unidad de producción disminuye cuando aumenta la producción. **Malagón (2008).**

2.2.3.5.3. Costos variables

El costo variable se define como aquel que aumenta o disminuye con el aumento o disminución de la venta. Todos los costos, aunque sean fijos, aumentan o disminuyen, a la larga, con los incrementos o decrementos de las ventas. La diferencia esencial entre los variables y los fijos de la enorme sensibilidad de los primeros. Cualquier aumento o disminución de la venta

reporta instantáneamente la oscilación del costo variable. Esto no ocurre con los gastos fijos. Tales gastos pueden permanecer estables a corto plazo pese a ciertos aumentos o disminución de ventas; o inversamente: dar un brusco salto hacia arriba, aunque las ventas no se hayan alterado. **Massons (2008)**.

2.2.3.4. Depreciación

La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. **Sarmiento (2009)**.

La depreciaciones es un costo o gasto en que incurre una empresa por el uso de sus activos fijos como edificios, vehículos, maquinaria, entre otros, y se utiliza como procedimiento para reducir el valor de dichas inversiones haciendo cargos que afectan al estado de resultados a través del tiempo. **Vaquiroy (2008)**.

2.2.3.5. Punto de equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. **Sarmiento (2009)**.

Es la cantidad de producido tal que iguala los ingresos totales con los costos totales, lo cual equivale a decir que es el volumen de producido para el cual el ingreso operacional es cero vamos a explicar mediante un ejemplo que es el punto de equilibrio, y como este se puede estimar mediante tres métodos: el método de la ecuación, el de la contribución marginal y el método gráfico. **Toro (2007)**.

2.2.3.6. Estado de resultados

Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones: utilidad, pérdida y excedente de una entidad durante un periodo determinado. **Sarmiento (2009).**

2.2.3.7. Balance general

El balance general es un estado financiero principal histórico que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado preparado de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), Normas Internacionales de Contabilidad e Interpretaciones SIC aplicando el Plan Contable General y en el marco de la doctrina contable. Consta de tres partes, Activo, Pasivo y Patrimonio. **Sarmiento (2009).**

El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada, al realizar el balance general al inicio de la operación de una empresa o al inicio de un año fiscal, se le conoce con el nombre de balance general inicial, se le conocerá con el nombre de balance general final. También se pueden realizar balances en cualquier momento, en los cuales no solo se incluyen los activos, pasivos y capital. **Cruz (2010).**

2.2.4. Evaluación financiera

La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. **Sarmiento (2009).**

Es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite

determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.

En el ámbito de la Evaluación Financiera de Proyectos se discute permanentemente si las proyecciones de ingresos y gastos deben hacerse a precios corrientes o a precios constantes; es decir, si se debe considerar en las proyecciones de ingresos y gastos el efecto inflacionario, o si se debe ignorarlo. **Meza (2009)**.

2.2.4.1. Estado de flujo de fondos

Movimiento de entrada y salida de efectivo que muestra las interrelaciones de flujos de recursos entre los sectores privado, público y externo, que ocurre tanto en el sector real como en el sistema financiero. **Vizcarra (2007)**.

2.2.4.2. Estado de flujo de caja

Es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo. **Zapata (2008)**.

2.2.4.3. Beneficio neto

La mayoría de los proyectos de inversión incurrir en costes en el presente a cambio de un flujo de beneficios netos (beneficios menos costes operativos anuales) durante la vida del proyecto. La corriente de beneficio y costes esperados que se van generando gracias a la ejecución del proyecto han de agregarse para compararlos con la inversión realizada en el presente. El valor actual neto (VAN) de la inversión refleja en una única cifra el beneficio neto del proyecto, rentabilidad (social o privada). Del proyecto evaluado. **Rus (2008)**.

2.2.4.4. Indicadores de evaluación financiera

Es uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades, ya que estas miden en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad. **Sarmiento (2009).**

2.2.4.5. Valor actual neto (VAN)

Conocido bajo distintos nombres, es uno de los métodos más aceptados (por no decir el que más). Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial, **Garrido (2006)**

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada. La única dificultad para hallar el VAN consiste en fijar el valor para la tasa de interés, existiendo diferentes alternativas, **Garrido (2006)**

Como ejemplo de tasas de descuento (o de corte), indicamos las siguientes:

- a) Tasa de descuento ajustada al riesgo = Interés que se puede obtener del dinero en inversiones sin riesgo (deuda pública) + prima de riesgo).
- b) Coste medio ponderado del capital empleado en el proyecto.
- c) Coste de la deuda, si el proyecto se financia en su totalidad mediante préstamo o capital ajeno.
- d) Coste medio ponderado del capital empleado por la empresa.
- e) Coste de oportunidad del dinero, entendiendo como tal el mejor uso alternativo, incluyendo todas sus posibles utilidades, **Garrido (2006)**

La principal ventaja de este método es que al homogeneizar los flujos netos de Caja a un mismo momento de tiempo ($t=0$), reduce a una unidad de medida común cantidades de dinero generadas (o aportadas) en momentos de tiempo diferentes. Además, admite introducir en los cálculos flujos de signo positivos y negativos (entradas y salidas) en los diferentes momentos del horizonte temporal de la inversión, sin que por ello se distorsione el significado del resultado final, como puede suceder con la T.I.R. Dado que el V.A.N. depende muy directamente de la tasa de actualización, el punto débil de este método es la tasa utilizada para descontar el dinero (siempre discutible). Sin embargo, a efectos de “homogeneización”, la tasa de interés elegida hará su función indistintamente de cual haya sido el criterio para fijarla, **Garrido (2006)**

El V.A.N. también puede expresarse como un índice de rentabilidad, llamado **Valor neto actual relativo**, expresado bajo la siguiente fórmula:

V.A.N. de la inversión/Inversión

O bien en forma de tasa (%):

V.A.N. de la inversión x100/Inversión

2.2.4.6. Tasa interna de retorno (TIR)

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0). Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor, **Garrido (2006)**

Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la T.I.R. (haciéndose generalmente por iteración), aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar

este problema de forma fácil. También puede calcularse de forma relativamente sencilla por el método de interpolación lineal, **Garrido (2006)**

Pero la más importante crítica del método (y principal defecto) es la inconsistencia matemática de la T.I.R. cuando en un proyecto de inversión hay que efectuar otros desembolsos, además de la inversión inicial, durante la vida útil del mismo, ya sea debido a pérdidas del proyecto, o a nuevas inversiones adicionales, **Garrido (2006)**

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada, **Garrido (2006)**

2.2.4.7. Relación beneficio costo

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. **Sapag (2007).**

2.2.4.8. Tiempo de recuperación del capital

Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto. **Tarrago (2006).**

El tiempo de recuperación de capital representa el tiempo que tardaría el inversionista en recuperar todo su capital en el caso hipotético de que todas las utilidades se usaran exclusivamente para su fin. **Jiménez (2008)**.

2.2.4.9. Análisis de sensibilidad

No todas las variables que intervienen en un proyecto influyen de la misma manera en el resultado final. La experiencia demuestra que en cada proyecto existe un determinado conjunto de variables que, dada su relevancia, a sus variaciones es muy sensible el resultado del proyecto de inversión. **Eslava (2008)**.

El análisis de sensibilidad consiste en evaluar cómo se comporta la rentabilidad ante cambios en los valores de las variables que intervienen en su cálculo. En el ejemplo en estudio, el VAN depende de los valores que tomen las distintas variables de inversión, de financiación de proveedores y de la partidas de la cuenta de resultados. El método para hallar la sensibilidad del VAN a cada una de las variables consiste en recálculo manteniendo fijas todas las variables menos una, cuya incidencia quiere cuantificarse. **Pérez (2008)**.

2.2.5. Evaluación del impacto ambiental

Procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente. **Sapag (2008)**

Un estudio de impacto ambiental es un conjunto de análisis técnico científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano. **Mankiw (2008)**.

2.2.5.1. Normatividad técnica, sanitaria y comercial

2.2.5.1.1. Normativa Técnica

Según reglamento general de aplicación de la ley de turismo con Decreto Ejecutivo 1513 Únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las **normas técnicas y reglamentarias** que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo y sus respectivas modalidades.

“Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente. **MTE (2009)**”

“El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. **MTE (2009)**”

2.2.5.1.2. Normatividad Sanitaria,

Mediante Ordenanza Metropolitana Nro. 256 publicada en el Registro Oficial Nro. 433, de 2008, el Permiso Sanitario de Funcionamiento se lo adquiere en el Municipio del Flavio Alfaro, Manabí y sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos a control sanitario.

El trámite del mismo demora 15 días luego de presentar la documentación respectiva. El plazo máximo para obtener el permiso es el 30 de junio de cada año, luego de esta fecha se podrá obtener pagando la multa respectiva.

Cumplir la normativa vigente en materia de sanidad, seguridad, protección al consumidor y normativas de seguridad y control. Para estos negocios hay que tener en cuenta las medidas establecidas por el Cuerpo de Bomberos que es: Plan de emergencia aprobado por el Cuerpo de Bomberos

2.2.5.1.3. Normatividad Comercial

- Afiliación a la Cámara de Turismo
- Obtener la patente municipal
- Inscripción en el registro mercantil
- Obtención del registro único de contribuyentes

Normativa en materia de declaración y facturación exigida por el SRI en donde se determina si la empresa debe o no llevar contabilidad; a base del monto de impuestos, monto de ventas y de compras declaradas durante un ejercicio económico. Dentro de este margen los impuestos que anualmente se pagan son el IVA, y el 25% de las utilidades para el impuesto a la renta.” **MTE (2009)**

“Obligación del Registro Único para actividades de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.” De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia

producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

“La patente es un impuesto que deberá ser pagado por todos los comerciantes o industriales que operen en el Rcto. Santa María, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico según el municipio del respectivo Cantón. El plazo para obtener patente será dentro de los 30 días siguientes al último día del mes que inician actividades o dentro de los 30 días siguientes al último día del año. Los requisitos para este trámite son los siguientes: Documentos de constitución, RUC, Cédula del representante legal, formulario de declaración de impuesto de patente.” **MTE (2009)**

2.3. FUNDAMENTACION LEGAL

2.3.1. Marco Legal del Ministerio De Turismo

El Ministerio de Información y Turismo del Ecuador, fue creado por el Presidente de la República, Arq. Sixto Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo N.04 el 10 de agosto de 1992, tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación -SENAC-, entidad dependiente de la Presidencia de la República y pasar el recurso humano, técnico, y financiero.

El Decreto Ejecutivo en mención, en su artículo 6 señala que: el Ministro de Información y Turismo será, al mismo tiempo, el delegado del Presidente de la República al Directorio de la Corporación Ecuatoriana de Turismo, de conformidad con el artículo 6 de la Ley de Turismo vigente a esa fecha.

El 29 junio de 1994 el Presidente Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo No. 2841, modifica el Decreto N.04 de 10 de agosto de 1992 y cambia la denominación al Ministerio de Información y Turismo, por Ministerio de Turismo.

El 23 diciembre de 1998, el Presidente Jamil Mahuad mediante Decreto Ejecutivo N. 412 al considerar que el funcionamiento del sector turístico está encargado del Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo y que es necesario optimizar su gestión, fusiona en una sola entidad el Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo, bajo la denominación de Ministerio de Turismo.

Los funcionarios, empleados y trabajadores de la Corporación Ecuatoriana de Turismo pasan desde esa fecha a prestar sus servicios en el Ministerio de Turismo.

En 1999 el Presidente Mahuad, mediante Decreto Ejecutivo, 1323 fusiona los ministerios de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y de Turismo, en una sola entidad, que se denomina Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo.

En enero del 2000, mediante Decreto Ejecutivo N.26 el Dr. Gustavo Noboa Bejarano, en su calidad de Presidente de la República, le devuelve la categoría de Ministerio a la entonces Subsecretaría de Turismo del MICIP y la fusiona al Ministerio de Ambiente en una sola entidad denominada Ministerio de Turismo y Ambiente. En abril del 2000 el mismo Presidente de la República, Dr. Gustavo Noboa Bejarano mediante Decreto Ejecutivo N.259, deroga el Decreto N.26 e individualiza el funcionamiento de las dos áreas turismo y ambiente con total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente. **MTE (2011)**

2.3.2. Requisitos para el funcionamiento de una empresas civil

2.3.2.1. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros. Que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generan u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución en el Ecuador

Los requisitos para inscribir una empresas son la cedula de identidad y papeleta de votación y llenar formulario.

Para las empresa se requiere la escritura de constitución de la compañía copia de la cedula y papel de votación del representante legal y llenar formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya:
1) cambiado de actividad económica; 2) Cambio de domicilio; 3) Cesado su actividad; y 4) aumentado o disminuido el capital.

2.3.2.2. Patente Municipal

ES UN COMPROBANTE DE PAGO EMITIDO POR LA Administración zonal correspondiente por la cancelación anual de impuestos de patente municipales se grave a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

- Patente personas naturales
- Patente jurídica

2.3.2.3. Recomendación e Cuerpo de Bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos.

El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendios, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica

2.3.2.4. Requisitos para abrir un negocio

Es necesario para poder tener en regla el negocio los siguientes permisos:

- Tener el RUC
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Permiso del Ilustre Municipio del Cantón

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1. Localización y duración de la investigación

La presente investigación se llevó a cabo en el Recinto Santa María, Manga del Cura, Zona sin delimitación. Se encuentra entre las coordenadas geográficas de 00° 21' 44" de latitud Sur y 79° 35' 60" de longitud Oeste. A una altura de 120 metros sobre el nivel del mar. Tuvo una duración de 180 días.

3.1.2. Materiales y equipos

Los materiales y equipos que se utilizaron en el estudio de factibilidad del Centro de Recreación "Santa María" se presentan a continuación:

Descripción	Cantidad
* Equipos de Oficina	
Computador	1
Impresora	1
Pen Driver	1
Calculadora	1
* Materiales de Oficina	
Hojas A4 (RESMA)	5
Lápiz	8
Borrador	4
Cartuchos de tinta	6
Bolígrafos	6
Carpetas	18

3.1.3. Tipos de Investigación

En el presente trabajo se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.3.1. De campo

Por el lugar donde se realiza, es decir, que el investigador obtuvo los datos de la realidad mediante la técnica de recolección de datos (encuestas) a fin de alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación.

3.1.3.2. Aplicada

Por el objeto que se persigue, es decir, que sirvió como punto de partida para la realización de todo el proceso investigativo ya que permitió analizar, evaluar y buscar fuentes de consulta secundarias de libros, informes, internet, para sustentar la hipótesis en el marco teórico.

3.1.4. Métodos de investigación

Para el presente estudio de factibilidad, se aplicaron varios métodos, ya que es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debió seguir en la adquisición del conocimiento. "El método lo constituye el conjunto de procesos que el hombre debe emprender en la investigación y demostrar la verdad". Para este caso se utilizaron los siguientes métodos:

3.1.4.1. Deductivo - Inductivo

En el proceso de investigación permitió un análisis sintético analítico, presentando así conceptos, principios definiciones leyes o normas generales que permitieron realizar las conclusiones y consecuencias para examinar casos y fenómenos particulares del tema de estudio.

A) La actuación deductiva seguida por el investigador fue la siguiente:

a1. Planteamiento del conjunto axiomático de partida. El criterio que se siguió seguirse en esta etapa fue el de la sencillez. Los supuestos incorporaron sólo las características más importantes de los fenómenos.

a2. Proceso de deducción lógica, partiendo siempre de los postulados iniciales, es decir, de la etapa anterior.

a3. Enunciado de leyes de carácter general, a los que se llegó partiendo del conjunto axiomático y a través del proceso de deducción.

B) La secuencia inductiva seguida en este proceso de investigación puede resumirse en los siguientes puntos:

b1. Se llevó a cabo una etapa de observación y registro de los hechos.

b2. A continuación se procedió al análisis de lo observado, estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados.

b3. Con posterioridad, se realizó la clasificación de los elementos anteriores.

b4. La última etapa de este método se dedicó a la formulación de proposiciones científicas o enunciados universales, inferidos del proceso de investigación que se ha llevado a cabo.

3.1.4.2. Analítico - Sintético

Se relacionó entre sí, se complementó el uno con el otro, utilizando la técnica del razonamiento y facilitando el todo a las partes.

El análisis fue de lo concreto a lo abstracto ya que mantuvo el recurso de la abstracción pudo separarse las partes (aislarse) del todo así como sus relaciones básicas interesantes para su estudio.

3.1.4.3. Lógico

Permitió la organización secuencial y coherente que se utilizó durante todo el proceso de la investigación.

3.1.4.4. Científico

Para realizar este trabajo de investigación se aplicaron varios pasos fijados en alcanzar conocimientos válidos mediante instrumentos confiables, secuencia estándar de fórmulas que con su aplicación permitieron responder preguntas y el cálculo de costos de producción, Punto de Equilibrio, VAN, TIR, Rentabilidad. Fórmulas confiables para obtener el conocimiento y resultados válidos. Por esta razón se empleó este método para realizar los diferentes cálculos con la ayuda de fórmulas.

3.1.5. Fuentes

3.1.5.1. Fuentes Primarias

3.1.5.1.1. Encuestas

Se utilizó una encuesta con preguntas estructuradas, que permitieron determinar la oferta y demanda del producto.

3.1.5.1.2. Entrevista

Se elaboró una guía de entrevistas con preguntas para obtener la información del inversionista y otros negocios similares con experiencia, esto servirá para determinar los costos de producción y venta del proyecto.

3.1.5.1.3. Observación directa

Es el más antiguo, consistió básicamente en utilizar los sentidos para observar los hechos, y las realidades sociales. Cabe resaltar que para que esta observación tenga validez es necesario que sea intencionada e ilustrada.

3.1.5.2. Fuentes Secundarias

Información recopilada vía Internet, folletos informativos que otorgan las diferentes instituciones, revistas; con la finalidad de conocer un poco más sobre la verdadera fuente de inversión en la actualidad, dentro de la comunidad.

3.1.6. Técnicas de recopilación de datos

3.1.6.1. La Encuesta

Esta técnica permitió recopilar información necesaria que se aplicó al proyecto de inversión.

3.1.6.2. Entrevistas

Se entrevistó aleatoriamente al inversionista y diferentes inversionistas del sector.

3.2. Población y muestra

Para determinar la población general del lugar se tomó en cuenta una información denominada Fascículo de las zonas no delimitadas del Ecuador, publicada en la página del INEC del censo 2010, en la que indica que la Manga del Cura posee un promedio de 50.000 habitantes aproximadamente.

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las

fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos.

Una fórmula muy extendida que está orientada sobre esta investigación es la siguiente:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población o Universo

\sum : error del muestreo (se lo escribe en forma decimal)

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

Se tomó en cuenta que una familia está compuesta de cuatro individuos.

n: ¿?

N: 50000 Habitantes / 4 (personas que conforman una familia)

\sum : 0.05

$$n = \frac{12500}{(0.05^2)(12500-1)+1}$$

$$n = \frac{12500}{0.0025(12499)+1}$$

n = 388 Encuestas

Por lo tanto **388** familias fueron encuestadas de los 50000 habitantes que existen en la zona lo que significa un 3% de la población total.

SI 12500	X	100%
388		? = 3%

3.3. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

3.3.1. Análisis de la oferta

Para determinar la oferta del servicio se entrevistó a 4 inversionistas del medio que gustan del turismo.

3.3.2. Análisis de la demanda

Para determinar la demanda se encuestó a la población de Santa María y a los propietarios de empresas de turismo en Buena fe, Quevedo y Valencia.

3.3.3. Análisis técnico

- El tamaño del proyecto se determinó por la capacidad física o real de las instalaciones, durante un periodo de operación normal, de la cual se determinó el dimensionamiento, además se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso.
- Localización, el centro turístico estará ubicado en el recinto Santa María del sector Manga del Cura, de acuerdo a la planificación de los inversionistas.
- Para la adecuación de las diferentes áreas se diseñará con la ayuda de un arquitecto o profesional del área.
- La estructura organizacional será definida de acuerdo a las sugerencias y recomendaciones técnicas, misma que tienen distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización, luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

3.3.4. Análisis económico del proyecto

Para realizar el análisis económico del proyecto se realizó la proyección que se basará en la información primaria obtenida de la encuesta a empresas de turismo, de donde se obtuvieron parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios.

Los costos se proyectaron a cinco años de los resultados obtenidos de la investigación de mercado e información secundaria.

3.3.4.1. Ingresos

Los ingresos se determinaron de acuerdo a los resultados de la encuesta tanto al grupo de ofertantes y demandantes.

3.3.4.2. Costos de la inversión

Para determinar los costos fijos, variables y totales, como también el costo unitario nos ayudamos con las siguientes fórmulas:

$$CT = CF + CV$$

Donde:

CT = Costo Total

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

$$CU = CT/UP$$

Donde:

CT = Costo Total

UP = Unidades producidas

3.3.4.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cuál los ingresos son iguales a los costos. Para determinarlo se establecieron los costos fijos, variables y los ingresos, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos_Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

3.3.4.5. Depreciación

Para realizar la depreciación de la propiedad planta y quipo fue necesario aplicar la fórmula de línea recta.

$$Da = \frac{V.a}{V.u}$$

Por despeje y reemplazó se puede aplicar la siguiente ecuación:

$$Vr = \frac{Va - Da}{n}$$

Donde:

Va = Valor actual

Vu = Vida útil

Vr = Valor residual

Da = Depreciación acumulada

3.3.4.6. Estado de resultado

El estado de resultado, se estableció en base a los costos de prestación del servicio y los ingresos por venta de los mismos para determinar la utilidad neta.

NOMBRE DE LA EMPRESA NN
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 20XX

(+) Ingresos Netos
(-) Costos de producción
(=) Utilidad bruta en ventas

Gastos de Administración

(-) Sueldo administrativo
(-) Útiles de oficina utilizada
(-) Gastos de teléfono

Gastos Financieros

(-) Interés

(=) Utilidad Neta en operaciones

(-) Reparto de Utilidades a trabajadores (15%)

(=) Utilidad antes del Impuesto a la Renta

(-) Impuesto a la Renta a Utilidades

(=) Utilidad Neta

Fuente: Zapata 2011

3.3.4.7. Flujo de Caja

El flujo de caja sistematiza la información de las inversiones previas a la puesta en marcha, la inversión durante la operación, los egresos e ingresos de operaciones, el valor del salvamento del proyecto y la recuperación del trabajo, **Ortega (2006)**

También llamado estado de flujo de efectivo, es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo, **Zapata (2007)**

3.3.4.9. Rentabilidad

La rentabilidad es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio

3.3.5. Evaluación financiera

Con el ingreso y egreso de dinero se proyectará el flujo de caja, a fin de determinar el superávit o déficit.

Para la evaluación financiera los flujos de fondos se clasificarán en flujo de inversión, operacional y neto.

Con la utilización de la fórmula del VAN (Valor Actual Neto se podrá determinar la rentabilidad en función del financiamiento

$$VAN = -i + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5 + VS}{(1+i)^5}$$

Donde:

VAN = Valor actual neto

FNE = Flujo neto de efectivo

I = Inversión

n = Numero de años

Í = Tasa de interés

VR = Valor residual

La Tasa Interna de Retorno (TIR) Se utilizará para determinar la rentabilidad en función de porcentaje. La fórmula empleada es la siguiente:

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{(Vanm)}{(Vanm - VANM)}$$

Dónde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor o tasa superior

Vanm = Valor actual neto menor

VANM = Valor actual neto mayor

Para determinar la rentabilidad de la empresa se utilizará la relación beneficio/costo mediante la siguiente fórmula:

$$R (B/C) = \frac{BN}{CT} ; \text{Donde}$$

R (B/C) = Relación beneficio/costo

BN = Beneficio neto

CT = Costo total

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Análisis de las encuestas aplicadas a la población del sector Manga del Cura y aledaños

4.1.1.1. Lugar de residencia de los pobladores



Figura 1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

De acuerdo a las encuestas tabuladas, el mayor porcentaje es decir el 31,70% de la población encuestada vive en Santa María; siendo el menor porcentaje, el 5,19% vive en La Unión.

4.1.1.2. lugar al que asiste para recrearse en familia

La encuesta da como resultado que el 47,68% visita con frecuencia los ríos que se ubican en varios sectores de la Manga del Cura con la finalidad de satisfacer sus necesidades de recreación, otro 38,65% se recrea en unión de toda su familia en las canchas, puesto que organizan incluso torneos que involucran a varios de sus miembros familiares.

Otras personas desde muy tierna edad y con el fin de recrearse se dedican a beber licor en los diferentes bares (12,63%) los fines de semana.

Algunas personas tienen más posibilidades económicas salen de la Manga del Cura hacia otras provincias con la finalidad de recrearse en piscinas (0,52%) o parques (0,52%), lo cual se demuestra en la siguiente figura

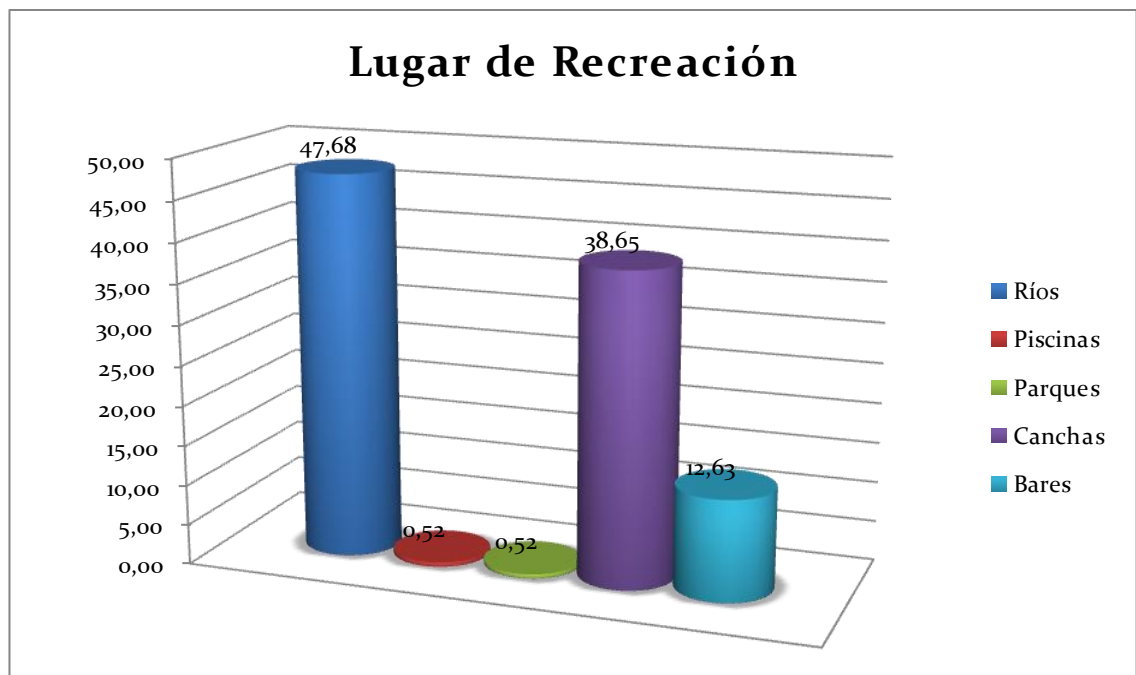


Figura 2: ¿Cuál es el lugar que asiste para recrearse en familia?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

4.1.1.3. Frecuencia con que sale a recrearse en familia

De acuerdo a los datos obtenidos en la figura 3, las personas encuestadas salen a recrearse diaria y semanalmente el 47,68% y 49,74% respectivamente. Solamente un porcentaje mínimo de 2,58% se recrea una vez al mes, seguramente por la actividad laboral comercial a la que se dedica.

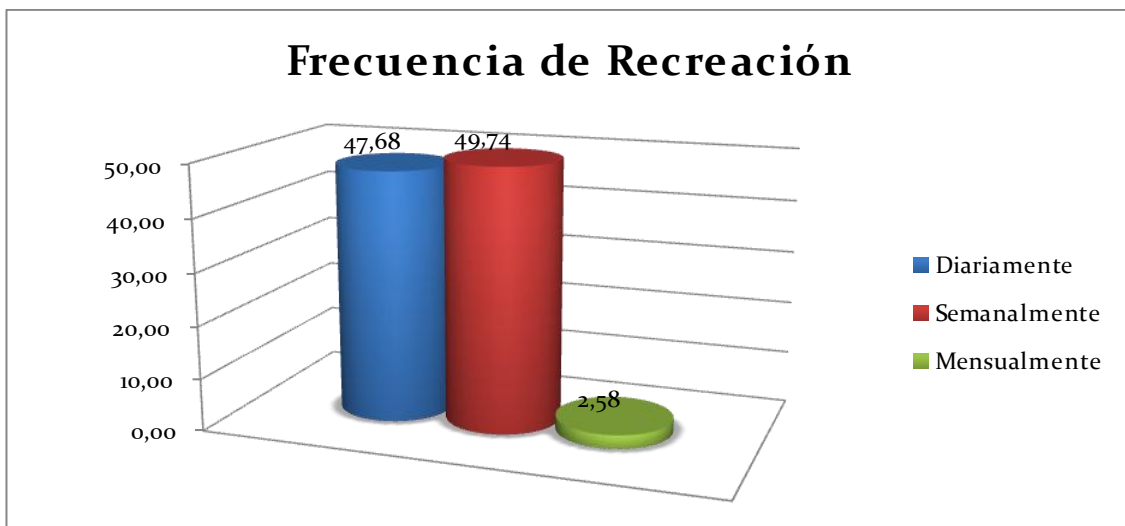


Figura 3: ¿Cuál es la frecuencia con que sale a recrearse en familia?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

4.1.1.4. Le gustaría contar con un Centro de Recreación en Santa María.

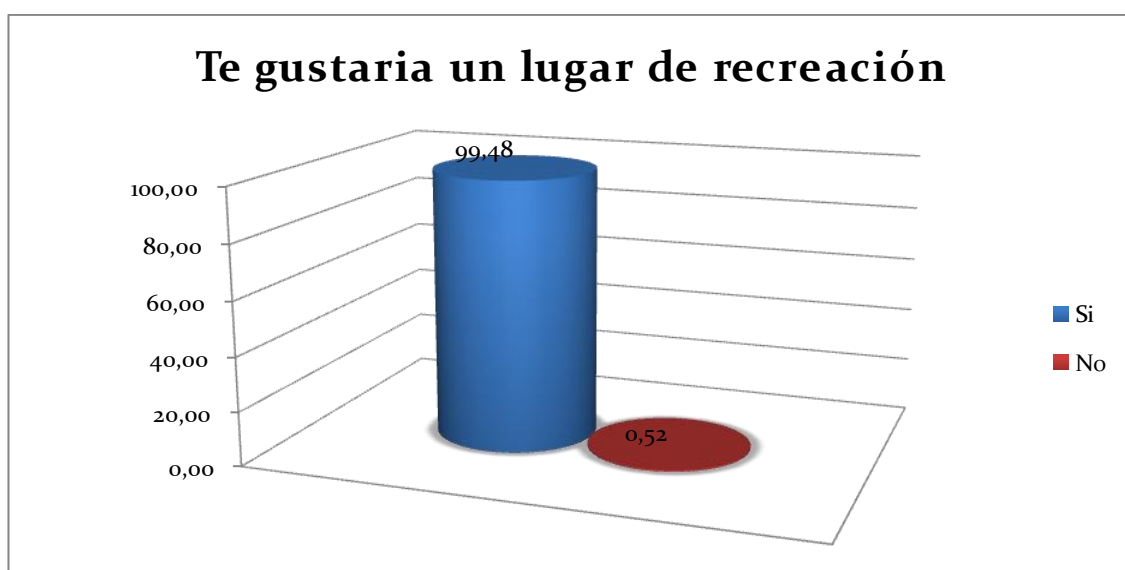


Figura 4: ¿Le gustaría a usted contar con un centro de recreación en Santa María?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

Con gran aceptación a un grupo numeroso de personas les gustaría tener un centro de recreación donde pueda asistir con su familia, arrojando un

porcentaje de 99,48% y solamente un porcentaje mínimo de 0,52% se manifestó negativamente.

4.1.1.5. Servicios que debería ofrecerle el Centro Turístico

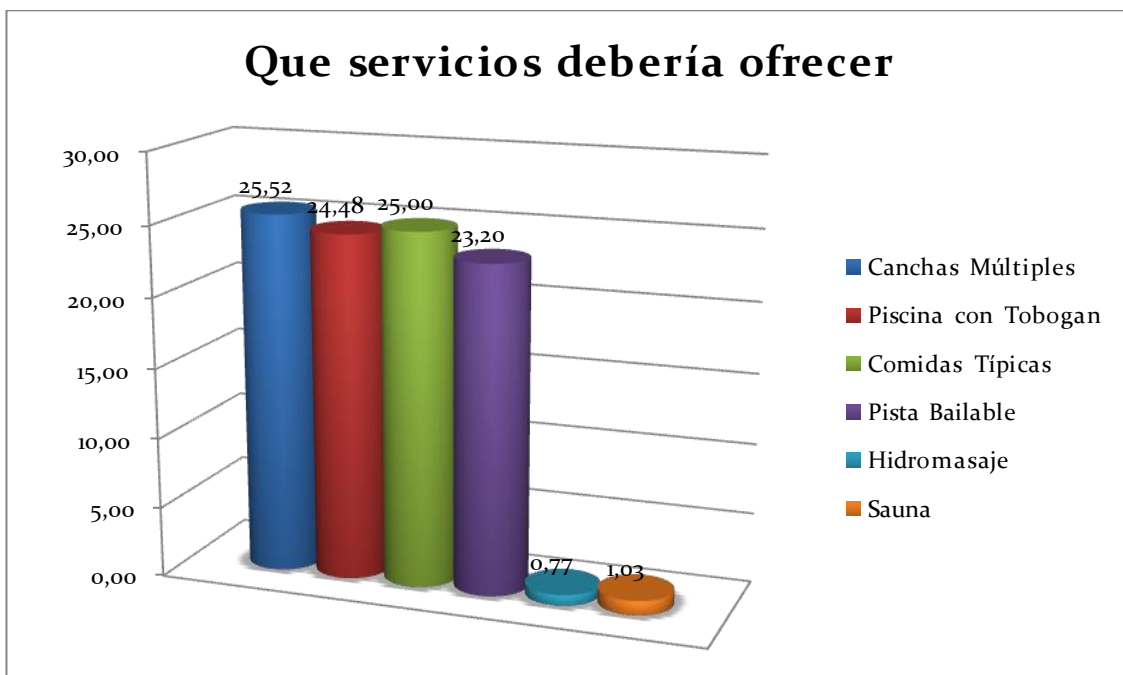


Figura 5: ¿Qué servicios debería ofrecer el centro turístico?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

Con valores relativamente parecidos la mayoría de las encuestas acertaron hacia las mismas características físicas del lugar. Un porcentaje alto (25,52%) solicitó canchas múltiples, seguido por las comidas típicas con un porcentaje de 25,00%, luego las piscinas con toboganes (24,48%) y la gran pista bailable con 23,20%.

Sin embargo un porcentaje mínimo de 1,03% sugirió sauna y otro con 0,77% hidromasaje.

4.1.1.6. Días de recreación familiar



Figura 6: ¿Qué días generalmente asistiría al centro de recreación?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

De acuerdo a los datos obtenidos porcentajes similares entre 34,79% y 34,54% manifestó que asistiría los sábados y domingos puesto que ellos ganan un salario semanal.

Así mismo otros encuestados solo asistirían los días feriados (19,07%) seguido de un 11,60% que asistiría de lunes a viernes, los que en su mayoría manifestaron estar cursando la educación secundaria.

4.1.1.7. Inversión familiar para la recreación

De acuerdo a la encuesta realizada un 20,36% manifiesta que la entrada debería tener un costo entre 2,00 y 2,50 dólares, otros coinciden con porcentajes (17,53% y 17,78%) destacando que el valor de la entrada podría tener un costo entre 2,50 y 4,00 dólares.

Por otra parte hubo resultados (16,24%) que destacaron precios de entrada entre 4,00 y 4,50 dólares, y porcentaje menor de 10,31% con precios de 4,50 a 5,00 dólares, asegurando que lo mismo y aún más les costaría si no llegarán a contar con este recurso en la zona.

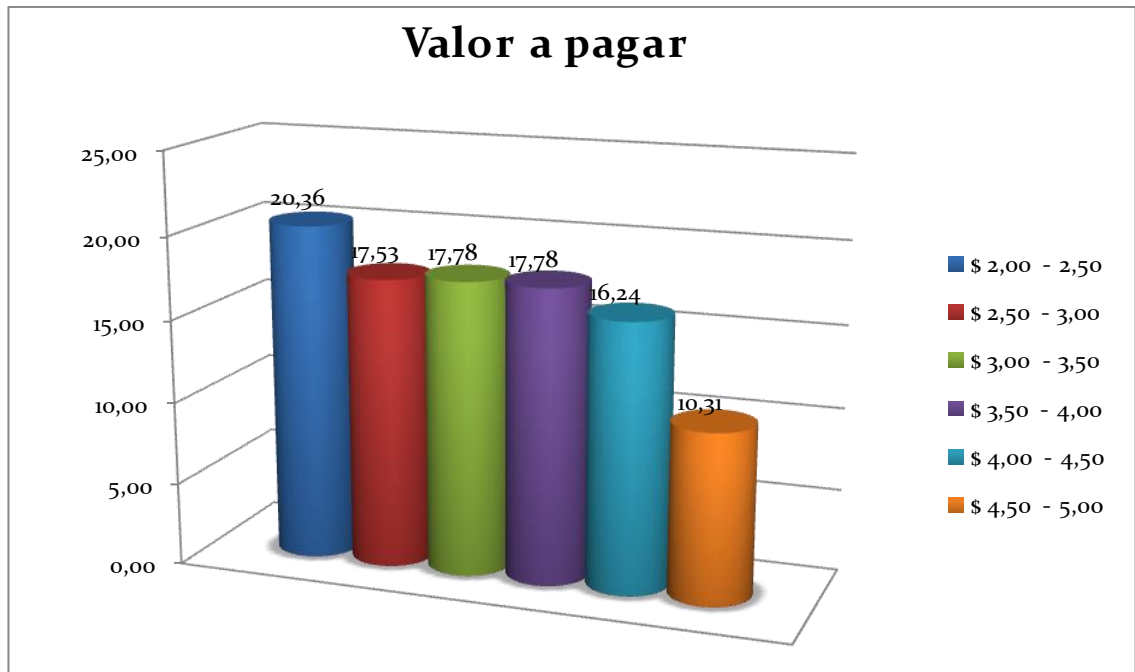


Figura 7: ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar al asistir al Centro de Recreación?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

4.1.1.8. Qué medio de comunicación le gustaría que sea el que le informe de los servicios que ofrecerá El Centro de Recreación

Uno de los medios de comunicación con más aceptación en la zona de Santa María es la radio con un alto porcentaje de 40,72%, seguido de los trípticos con 32,21% y las hojas volantes con 26,03%.

La televisión (0,52%) y el periódico (0,52%) no arrojaron resultados significativos puesto que se trata de una microempresa a nivel local.

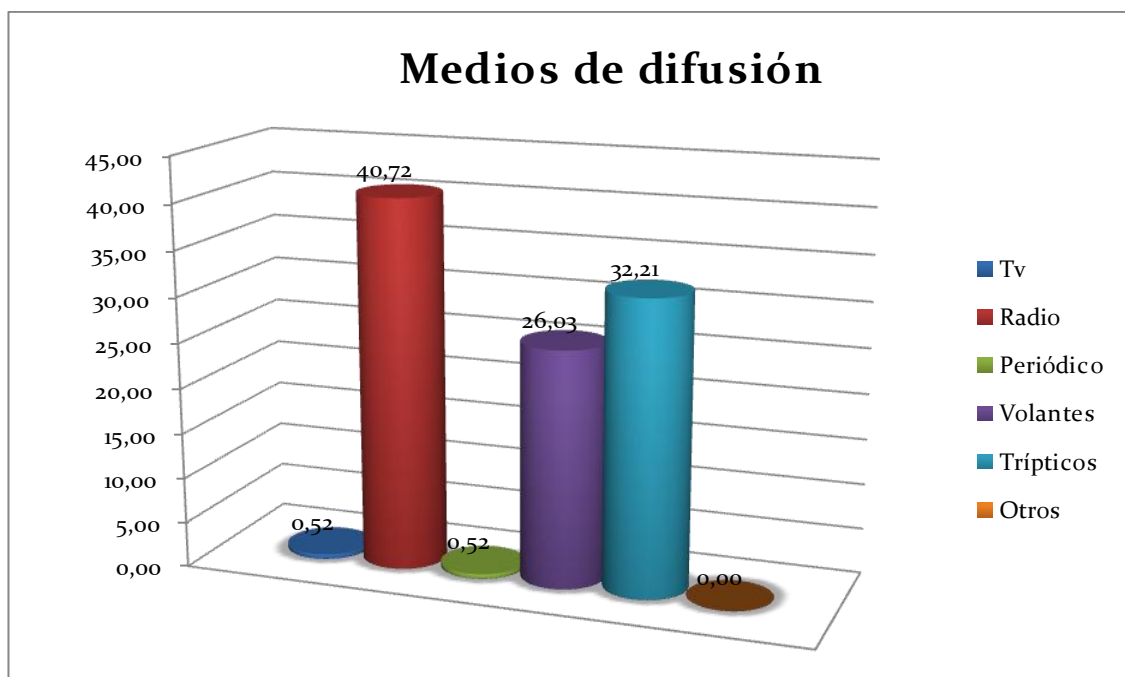


Figura 8: ¿Qué medio de comunicación le gustaría que sea el que le informe de los servicios que ofrecerá El Centro de Recreación?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

4.1.2. Análisis de las entrevistas realizadas a los señores ofertantes

Los resultados de las entrevistas fueron condensados en un solo formato, *el nombre de las personas no fue dado a conocer, sin embargo el nombre de la empresa si fue proporcionado.

Nombres de los Encuestados*: a) La 25, b) El Salto del Armadillo

Pregunta 1. ¿Qué días de la semana se da atención al público en su centro de recreación?

- a) Por lo general los días que se atienden son desde el viernes a domingo, pero siempre estamos prestos para los restantes días.
- b) Atendemos todos los días de la semana, pero hay días que no tenemos clientes, específicamente de lunes a miércoles.

Pregunta 2. ¿Cuál es el horario de atención?

- a) Desde las 10H00 hasta las 18H00
- b) Desde las 10H00 hasta las 19H00, en los feriados hasta más tarde.

Pregunta 3. ¿Este local es unipersonal, familiar o rentado?

- a) Esta propiedad es propia
- b) Es de un grupo de personas de la zona que nos hemos organizado para el desarrollo de este proyecto

Pregunta 4. ¿Cuál es el número de empleados que tiene su centro de recreación?

- a) 6
- b) Laboramos en concordancia a lo que estipula la asociación, alrededor de 5 a 8 personas.

Pregunta 5. ¿Cuántas personas asisten mensualmente a su negocio?

- a) En un promedio de 100 a 150 semanal en semanas ordinarias en feriados sobrepasa las 200 personas
- b) Promedio de 150 a 200 turistas en la semana los feriados y fines de semana más de 300

Pregunta 6. ¿Cuál es el monto mensual en dólares que generan las ventas en su negocio?

- 1) 500.00 a 1,000.00
- 2) 1,001.00 a 1,500.00
- 3) 1,501.00 a 2,000.00
- 4) 2,001.00 a mas

- a) Se obtiene ingresos mensuales entre 1,501.00 a 2,000.00
- b) Un promedio de 2,001 y más

Pregunta 7. ¿Considera Usted un negocio rentable la construcción de un balneario en el Recinto Santa María?

- c) Seguro que si, ya que el sector cada día crece en habitantes, personas que vienen de otros lugares.
- d) Es posible que sí, ya que a pesar de existir muchos lugares naturales donde las personas pueden recrearse la infraestructura planteada en el proyecto marca la diferencia.

Pregunta 8. ¿Está satisfecho con la calidad de servicio que ofrece a sus clientes?

- a) Ofrezco un servicio de áreas naturales y artificiales como las piscinas y le gusta a los clientes, aunque a futuro se implementarán mejoras
- b) Si este proyecto está funcionando y por eso la concurrencia de las personas, pero siempre se va a ir innovando.

Pregunta 9. ¿Qué es lo que más disfruta la gente en su local?

- a) La piscinas y la comida criolla
- b) La naturaleza y la comida criolla

Pregunta 10. ¿Qué mantenimientos de su balneario considera muy costoso?

- a) La piscina térmica.
- b) Las cabañas

Pregunta 11. ¿Qué tipo de experiencias buenas y malas le ha tocado experimentar?

- a) De las buenas existen muchas pero la mejor fue cuando estuvo una orquesta muy conocida a nivel nacional ya que atrajo muchos clientes y entre las malas puedo destacar la vez que se me dañó la bomba de la piscina en un día de feriado donde habían muchos visitantes.
- b) Las buenas se dan en los días de feriado y una mala experiencia fue cuando se derrumbó una parte de tierra de la cascada.

Pregunta 12. ¿Cuál o cuáles son las claves de su negocio?

- a) Limpieza y mantenimiento de las piscinas.
- b) La naturaleza como la cascada y las comidas típicas que atraen a los turistas.

Conclusiones:

Los encuestados consideran un negocio rentable la construcción de un balneario en el Recinto Santa María, debido a que este sector crece en habitantes, además de personas que vienen de otros lugares; a más de contar muchos lugares naturales donde las personas pueden recrearse, se deduce que los días feriados además de organizar eventos hacen que crezca la afluencia turística así como también la elaboración de comidas típicas, además se debe dar mucha importancia al buen funcionamiento y mantenimiento, de los equipos relacionados a los servicios brindados.

4.1.3. Entrevista realizada al propietario.

- a) **¿Qué lo motivo a tener la idea de establecer un centro turístico en la Manga del Cura y que lo llevó a realizar un estudio de factibilidad?**

Me vi motivado por que en el lugar no existe un lugar igual al que yo sueño tener, mi familia me apoya moralmente y los miembros de la comunidad.

b) ¿Según su criterio, que resultados podría obtener con un estudio de factibilidad?

Este estudio incrementará aún más mi nivel de confianza hacia lo que me he propuesto y en el futuro me permitirá invertir para hacer crecer mi empresa.

c) ¿Usted será la única persona responsable de las decisiones que se tomen en el centro turístico?

Cada decisión que llegue a tomar a futuro tendrá mucha relación con la satisfacción o insatisfacción de los visitantes e incluso el nivel de concurrencia del público y datos estadísticos de la área financiera.

d) ¿Llevará usted un control contable de los ingresos y egresos, con la ayuda de un profesional?

Como se trata de una empresa de tipo familiar el área contable estará a cargo de una de mis hijas que estudia contabilidad y que trabajará con un programa contable sencillo que me permitirá llevar un control fiable.

e) ¿Cuál es la temporada buena?

Los días buenos son los fines de semanas y días feriados, como en carnaval; los meses de enero, julio y diciembre son los más concurridos por los clientes.

f) ¿Cuántas personas esperan que lleguen a su centro?

Un promedio de 25 personas los días ordinarios y alrededor de 150 los días sábados, domingo y feriados.

g) ¿Qué servicios brindaría para satisfacer a sus futuros clientes?

Cancha-Comidas-Bebidas-Piscinas-Sauna-Pista de Baile-Eventos.

4.1.4. Estudio de Mercado

4.1.4.1. Análisis de la oferta

Basado en los estudios realizados mediante las encuestas y entrevistas tanto al público general, los competidores y el inversionista podemos concluir los criterios de oferta.

Cuadro 1. Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación del centro de recreación en el recinto Santa María.

Centros de Recreación	Nº de clientes		
	Semanal	Mensual	Anual
La 25	150	600	7.200
El Salto de Armadillo	200	800	9.600
Total	350	1400	16.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Como se aprecia en el cuadro 2 para obtener la serie histórica de clientes en los centros turísticos de la zona de Santa María, se han tomado datos estadísticos de dos años obtenidos de las entrevistas a los empresarios, considerando que los habitantes participan semanalmente por lo menos una vez por semana, para la proyección se consideró un crecimiento poblacional del 1.21% anual según el INEC 2010.

Cuadro 2. Serie histórica de oferta del servicio de recreación de acuerdo a la población.

	X Años	y Clientes	x²	xy
2010	1	16.800	1	16.800
2011	2	17.003	4	34.006
Σ	3	33.803	5	50.806
X	1,50	16.901.5	2,50	25.403

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autora

4.1.4.2. Determinación de la oferta futura

En el cuadro 3, se observa la proyección de la oferta, para ello se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) 16.597 y b) 304,5; para luego multiplicar para el número de año, tal como se presenta a continuación.

Cuadro 3. Proyección de la oferta de servicio de recreación.

Años	X Años	Y = a + bx
2013	4	17.815
2014	5	18.119
2015	6	18.424
2016	7	18.728
2017	8	19.033

Elaboración: Autora

4.1.4.3. Análisis de la demanda

Los resultados del censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el año 2010 de la zona de Manga del Cura determinan que la población total económicamente activa es de 50.000 habitantes con un crecimiento del 1,21% anual. De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía del sector el 49.74% asiste a un lugar de recreación semanalmente, que si multiplicamos 24.870 clientes por 4 semanas y por 12

meses del año representa 1'193.760 clientes que demanda de los servicios de recreación al año.

Cuadro 4. Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

	x Años	Y Clientes	x²	Xy
2010	1	1'193.760	1	1'193.760
2011	2	1'208.204	4	2'416.408
Σ	3	2'401.964	5	3'610.168
X	1,50	1'200.982	2,50	1'805.084

Fuente: Datos del INEC 2010.

Elaboración: Autora

4.1.4.4. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) 1'190.149 y b) 7.222 para luego multiplicar para el número de año, se inicia con año 4 porque el 2012 es año cero para el proyecto tal como se presenta a continuación, Cuadro 5.

Cuadro 5. Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

Años	X Años	Y = a + bx Población
2013	4	1'219.037
2014	5	1'226.259
2015	6	1'233.481
2016	7	1'240.703
2017	8	1'247.925

Fuente: Datos del INEC 2010.

Elaboración: Autora

4.1.4.5. Demanda insatisfecha

Luego de determinar la demanda y oferta futura se calculó la demanda insatisfecha, restando la oferta de la demanda de los próximos cinco años, la

misma que se refleja en los valores negativos, como se puede apreciar en el Cuadro 6.

Cuadro 6. Demanda insatisfecha de los servicios turísticos.

Años	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha Futura
2013	17.815	1'219.037	-1'201.222
2014	18.119	1'226.259	-1'208.140
2015	18.424	1'233.481	-1'215.057
2016	18.728	1'240.703	-1'221.975
2017	19.033	1'247.925	-1'228.892

Fuente: Datos del INEC 2010 proyectados.

Elaboración: Autora

El aporte del proyecto será del 5% anual del total de la demanda insatisfecha, considerando ventas promedios de 2 dólares por cliente.

Cuadro 7. Tamaño del proyecto.

Años	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha Futura	Tamaño del proyecto
2013	17.815	1'219.037	-1'201.222	60.061
2014	18.119	1'226.259	-1'208.140	60.407
2015	18.424	1'233.481	-1'215.057	60.752
2016	18.728	1'240.703	-1'221.975	61.098
2017	19.033	1'247.925	-1'228.892	61.444

Fuente: Datos del INEC 2010 proyectados.

Elaboración: Autora

4.1.4.6. Análisis de precios

Según los datos obtenidos por los competidores se detallan los precios de ingreso al centro de recreación mismos que están determinados en base al costo del servicio y al margen de utilidad. Además para este proyecto se entrevistó con propietarios de centros de recreación para verificar el precio, el margen fluctúa entre el \$ 1,5 y 2,00 sin considerar los servicios adicionales como son alimentación y otros que se considera un promedio de \$ 5.00.

Cuadro 8. Precio de las líneas de servicios y productos que se venderán en USD.

Producto	Unidad	Precio	Período/Anual
Entradas	60.061	2,00	120.122,00
Productos	60.061	3,00	180.183,00
TOTAL			300.305.00

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

4.1.4.7. Canales de comercialización

Los canales de comercialización serán directos, es decir de la empresa al consumidor final, como se indica en la siguiente figura:

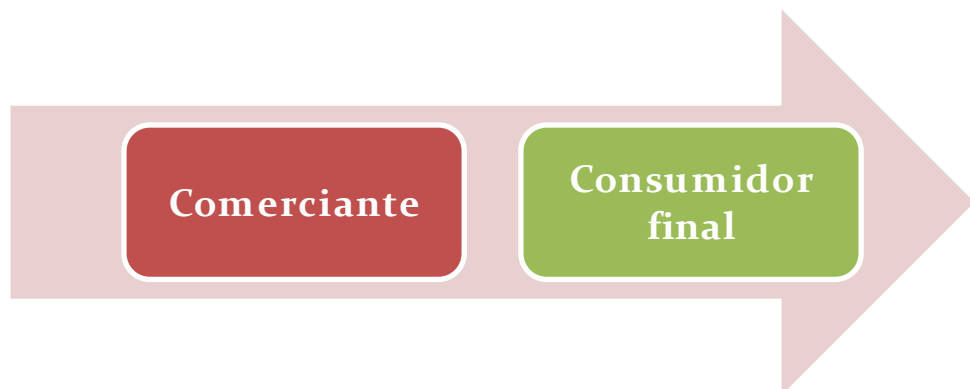


Figura 9: Canales de comercialización de los servicios que ofrecerá El Centro de Recreación?

Fuente: encuesta de la investigación
Elaborado por: Autora

4.1.4.8. Comercialización

La comercialización de los servicios se lo realizará mediante la venta directa, para ello se dispondrá de una ventanilla al ingreso del centro recreacional, donde se expenderán la boletas de ingreso.

4.1.4.9. Promoción

Para cumplimiento de los objetivos en el éxito, se promocionará mediante internet, redes sociales, publicidad de boca en boca, eventos; para atraer potenciales clientes, crear más conocimiento acerca del servicio que se ofrece y así crear más fidelidad con los nuevos así como los viejos clientes a través de la satisfacción que se da a dar un buen servicio, se ofrecerán descuentos, según el número de integrantes de grupos y en los feriados de fechas memorables se pondrá barra libre de bebidas moderadas.

4.1.4.10. Publicidad

Para incrementar las ventas y captar el mercado se publicitará mediante vallas, cuñas radiales, hojas volantes, internet, valor que asciende a \$2.700,00 anuales.

Cuadro 9. Detalle de gastos publicitarios

Emisora	Cuñas diarias	Meses	Total cuñas	Valor mes	Valor total
Radio	2	12	60	180,00	2.160,00
Diario	1/4 pág.	6	6	90,00	540,00
Hojas volantes			2.000	160,00	160,00
Inversión total en publicidad				430,00	\$2.860,00

Fuente: Proveedores (2013)

Elaboración: La Autora

4.1.5. Estudio técnico

4.1.5.1. Macrolocalización

El proyecto planteado en este informe contempla la creación de un Centro de Recreación al cuál se le denominará Quinta "Santa María", un lugar acogedor y

La quinta se edificará en un área de terreno de 1878.60 m², Ubicada en Santa María de la Manga del Cura, la cual es una zona denominada 53, sin delimitación hasta la actualidad.

4.1.6. Ingeniería del proyecto

El crecimiento del número de personas en la zona, las que hacen turismo de manera local, como también el crecimiento de los turistas extranjeros que ingresan al país; son las claves en la que se basa la empresa. La industria de la información turística y del turismo en general está creciendo, pero no en la forma que se plantea; la industria de turismo en un local dedicado exclusivamente para el esparcimiento, las cuales existen pero no son integrales ni bien administradas.

El servicio es para todos los usuarios que deseen recrearse; la Manga del Cura cuenta con aproximadamente 61.000 habitantes de los que se calculan que 27.000 están en capacidad de usar este servicio a lo que se suman 2.493 turistas que visitan al año la zona, considerando que este valor crece al 9% al año; el centro recreacional tendrá capacidad para atender un aproximado de 180 personas al día en sus instalaciones.

4.1.6.1. Distribución del área del centro turístico del recinto Santa María

De los recursos físicos contamos con una superficie de tierra de 1878.60 m², los cuales están divididos en: vivienda, recepción, casilleros, pasillos, bar, restaurant, pista bailable, escenario, juegos infantiles, mirador, sitio para colgar hamacas, piscina de niños, piscina de adultos, duchas, vestuarios, baños, cabañas y áreas verdes, con una capacidad instalada para 300 turistas, todas especificaciones técnicas estarán a cargo de profesionales competentes en el área.

IMPLANTACIÓN GENERAL - DIMENSIONES COMPLEJO ECOLOGICO – SANTA MARIA

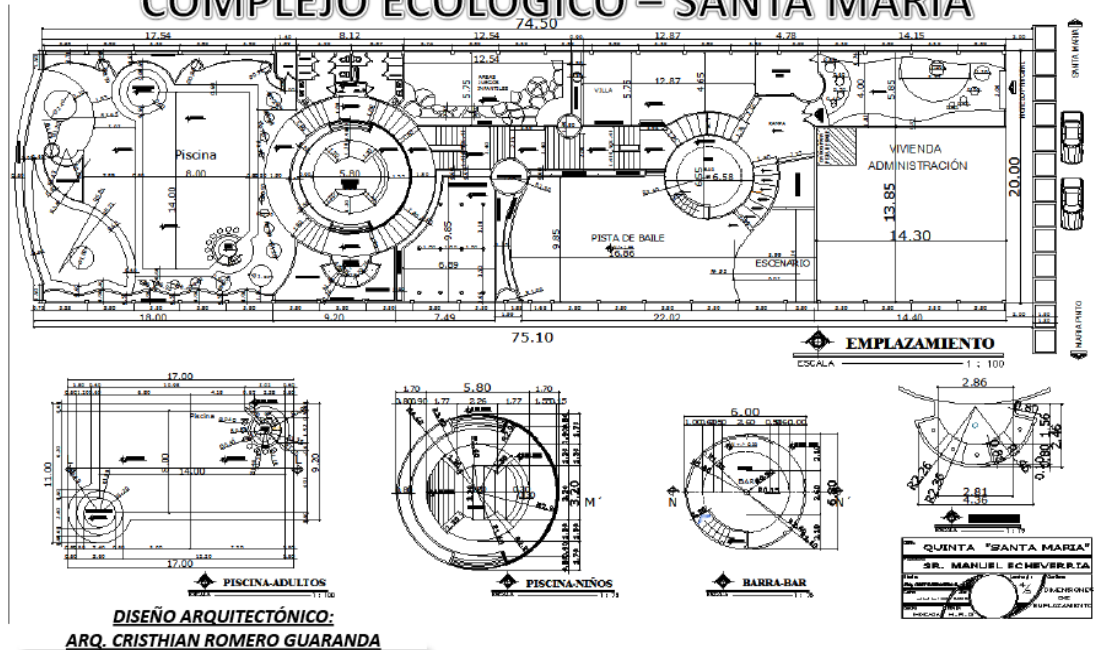


Figura 11: Plano y maqueta del Centro de Recreación?

Fuente: encuesta de la investigación

Elaborado por: Autora

4.1.6.2. Características técnicas de los servicios que prestará en centro turístico en el recinto Santa María.

El proyecto contemplará un bar restaurant, una pista bailable con escenario, dos piscinas (adultos y niños), un área de juegos infantiles, áreas verdes, duchas, vestidores y casilleros.

Los materiales para acabados de pisos y paredes son únicos y propios de la zona tales como caña guadua, toquilla, madera, y otros lo cual ofrecerá un atractivo natural.

4.1.6.3. Descripción del proceso de prestación del servicio en el centro turístico en el recinto Santa María.

Antes de ingresar deberá comprar sus boletos, los mismos que tendrán adjunto un ticket que indicara su respectivo casillero donde dejará sus pertenencias. El recepcionista se cerciorará que no ingrese comidas, bebidas o armas, él mismo le indicará que debe ducharse antes de ingresar a la piscina. Se llevará un registro del nombre de las personas que ingresan al lugar.

Todos los alimentos y bebidas refrescantes se venderán dentro del centro recreativo.

Se realizarán diferentes tipos de actividades tales como: Concursos de bailes, camisetas mojadas, concursos de música, hora loca, concurso de bikinis, peñas bailables, bingos, eventos sociales, entre otras.

Además se contará con el apoyo de los miembros de la familia puesto que se trata de una microempresa por lo tanto todos los que conforman esta unidad de producción son responsables de velar por la seguridad de los visitantes.

4.1.6.4. Slogan

Por ser una empresa turística de recursos naturales su slogan será:

LA NATURALEZA VA CONTIGO

4.1.6.5. Organización

El área administrativa estará a cargo del Gerente propietario, una Contadora que llevará toda la contabilidad utilizando recursos informáticos veraces y oportunos. Además se contará con dos guardias de seguridad, dos personas que colaborarán en la parte operativa, un barman y un chef, de requerirse se contrataran personal eventual.

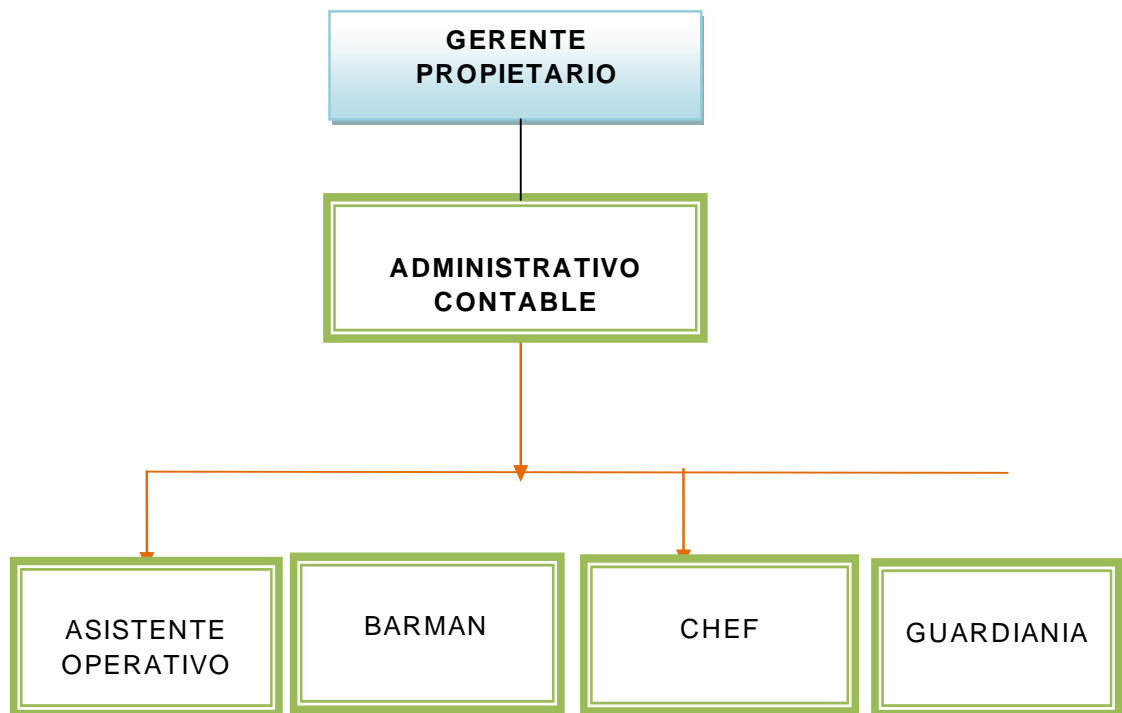


Figura 12: Organigrama estructural del Centro de Recreación?

Elaborado por: Autora

4.1.6.6. Funciones

I. IDENTIFICACION

AREA : GERENCIA

CARGO : GERENTE

JEFE INMEDIATO : NINGUNO

II. PROPOSITO GENERAL

Representar Administrativa, Judicial y Extrajudicialmente a la empresa, además debe planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de manejo, administración y proyección de la empresa de acuerdo con las consideraciones y determinaciones.

DESCRIPCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

1. Ejecutar y celebrar todo acto comprendido dentro del objeto social.
2. Formular, dirigir, evaluar y controlar todo lo relacionado con la fijación y cumplimiento de las políticas y estrategias generales, de orden administrativo,
3. Financiero y operativo de la misma.
4. Efectuar los planes, programas y proyectos requeridos para el desarrollo armónico del centro de recreación.
5. Adquirir, enajenar y gravar los bienes sociales.
6. Comparecer en los juicios que se discuta la propiedad de los bienes sociales.
7. Dar y recibir dinero en mutuo en cualquier cantidad.
8. Realizar depósitos bancarios.
9. Asegurar, negociar y evaluar títulos valores.
10. Velar por la organización y buena marcha de la empresa.
11. Cuidar por los activos y buen crédito de esta.
12. Mantener bajo su dirección los archivos.
13. Vigilar el buen desempeño de los trabajadores y hacer la mejor selección de los mismos.
14. Coordinar las actividades que desarrollen las áreas que componen la Empresa.
15. Elaborar el presupuesto y cuidar su manejo de acuerdo a las normas que lo reglamentan para las empresas.

16. Elaborar un informe escrito anual sobre la forma como hubiese llevado a cabo su gestión, informe que conjuntamente en el balance general del ejercicio y demás documentos exigidos por la ley
17. Reportar a las diferentes instancias de los centros de control que los soliciten o tenga obligación de reportar.
18. Dictar, cumplir y hacer cumplir los reglamentos y normas elaboradas para el funcionamiento de la empresa.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS

- Legislación vigente aplicable a los servicios públicos.
- Sistemas informáticos.
- Administración empresarial.
- Metodologías de formulación y evaluación de proyectos
- Desarrollo y Relaciones Humanas.
- Gestión de calidad.

EDUCACION

Título profesional Ingeniero en Administración de Empresas, Licenciado en Administración y Afines.

EXPERIENCIA

3 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : ADMINISTRATIVA

CARGO : ADMINISTRATIVO CONTABLE

JEFE INMEDIATO: GERENTE

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encardado de llevar la administración del personal, vigilar los procesos, velar por los recursos de la empresa, el proceso contable, registro, control y elaboración de los estados financieros, presentación oportuna de flujos de caja, pagos de impuestos, sueldos y otras obligaciones de la empresa de recreación.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Efectuar los planes, programas y proyectos requeridos para el desarrollo armónico del centro de recreación, conjuntamente con el Gerente.
- Velar por la organización y buena marcha de la empresa.
- Vigilar que se cumpla los procesos de contratación e inducción del personal de la empresa.
- Administrar boletería.
- Llevar el proceso contable de la empresa de manera sistematizada y ordenada.
- Registrar todas las operaciones diarias de flujos de caja, bancos y obligaciones.
- Controlar los saldos y movimientos de cuentas.
- Efectuar los pagos de sueldos, impuestos y otras obligaciones.
- Realizar oportunamente los informes mensuales de obligaciones tributarias y roles de pago
- Informar las novedades contables a la gerencia.

REQUISITOS

- Buenas relaciones personales
- Manejar el trabajo en equipo

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Conocimientos de administración y contabilidad
- Manejo de paquetes informáticos
- Tributación

EDUCACIÓN

Título de Lcdo. en Administración y Contabilidad, Ingeniero en CPA. o CPA

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : OPERATIVA

CARGO : BARMAN

JEFE INMEDIATO : ADMINISTRATIVO CONTABLE

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encargado de administrar el bar, atender al público, solicitar los recursos necesarios para la prestación del servicio, mantener higiénicamente el área interna del bar y otras obligaciones de la empresa de recreación.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Efectuar los pedidos de los recursos que requiere para prestar el servicio del bar.
- Llevar un registro de entradas y salidas de los insumos.
- Controlar el orden y aseo de su área.
- Informar las novedades a la Administración.

REQUISITOS

- Buenas relaciones personales
- Manejar el trabajo en equipo

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Conocimientos de barman
- Manejo de inventario

EDUCACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : OPERATIVA

CARGO : CHEF

JEFE INMEDIATO : ADMINISTRATIVO CONTABLE

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encargado de llevar la administración del comedor, organizar los diferentes eventos culinarios.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Efectuar la planificación de las diferentes comidas a ofrecerse.
- Solicitar los insumos que requiera, para la prestación del servicio
- Llevar el inventario de los insumos.
- Solicitar asistentes cuando sea necesario.
- Llevar el proceso de elaboración de los alimentos.
- Determinar los costos de producción de los alimentos elaborados.
- Mantener organizado e higiénica el área de comedor.

REQUISITOS

- Buenas relaciones personales
- Manejar el trabajo en equipo

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Conocimientos de Chef
- Manejo de inventarios

EDUCACIÓN

Título de Chef o

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : OPERATIVA

CARGO : ASISTENTE OPERATIVO

JEFE INMEDIATO : ADMINISTRADOR

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encardado del mantenimiento de las áreas de recreación y de los casilleros, para así contar con unas instalaciones acogedoras para el disfrute de los asistentes.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Mantener en buenas condiciones las piscinas y canchas deportivas. Y demás instalaciones
- Recibir las pertenencias de los clientes y resguardarlas dentro del casillero.
- Atender al público en general con amabilidad y cortesía.
- Reportar a la administración cualquier novedad.

REQUISITOS

- Buenas relaciones personales

- Manejar el trabajo en equipo

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Manejo de piscinas

EDUCACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : ADMINISTRATIVA

CARGO : GUARDIANIA

JEFE INMEDIATO : ADMINISTRATIVO CONTABLE

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encargado de vigilar el desenvolvimiento normal de todo el personal interno y visitante de la empresa, responsable de vigilar la propiedad tanto interna y visitante, en caso de pérdida responderá por la misma.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Vigilar el ingreso del personal interno y visitante.
- Controlar el orden y respeto.
- Vigilar lque se cumplan las disciplinas impuestas para el normal desarrollo de las actividades.
- Registrar los ingresos y egresos del personal interno.
- Responder por las pérdidas de los bienes de la empresa y visitantes.

REQUISITOS

- Buenas relaciones personales
- Manejar el trabajo en equipo

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Conocimientos de estrategias militares o policiacas
- Manejo de instrumentos de seguridad
- Defensa personal

EDUCACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

2 años de desempeño

4.1.7. Estudio Económico

4.1.7.1. Plan de inversión en el proyecto de creación del centro turístico

El total de la inversión fija comprende la construcción del centro de recreación, con sus respectivos equipos y menajes necesarios para prestar un servicio de calidad dando como inversión fija una total de \$ 142,658.00, siendo el mayor rubro el de la construcción de las instalaciones, en lo referente a la inversión diferida se resumen en un monto de \$ 1,160.00 y unos imprevistos de \$ 4,314.54 y un total de la inversión fija y diferida de \$ 148,132.54, lo cual se detalla en el cuadro 10.

Cuadro 10. Inversión fija y diferida del proyecto de implementación del centro turístico

RUBROS	Cant.	V. U. (\$)	Total (\$)
Terreno	1 ha.	6,500.00	6,500.00
Construcción		115,000.00	115,000.00
Computadora con impresora	2	830.00	1,660.00
Televisores plasmas	2	650.00	1,300.00
Escritorios	2	180.00	360.00
Sillas giratorias	2	65.00	130.00
Archivador	1	171.00	171.00
Mostrador	1	317.00	317.00
Equipos de oficina	1	1,250.00	1,250.00
Rotulo principal	1	350.00	350.00
Menaje del bar		2,870.00	2,870.00
Mesa acerada	1	650.00	650.00
Refrigeradora	2	960.00	1,920.00
Congelador	1	1,320.00	1,320.00
Mostradores	2	340.00	680.00
Menaje del comedor		3,800.00	3,800.00
Casilleros metálicos	3	1,460.00	4,380.00
Total inversión fija			142,658.00
Inversión Diferida			
Estudio de mercado	1	460.00	460.00
Gastos de organización	1	400.00	400.00
Capacitación del personal	1	300.00	300.00
Total inversión diferida			1,160.00
Subtotal de inversión fija y diferida			143,818.00
Imprevisto 3%			4,314.54
Total inversión fija y diferida			148,132.54

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.2. Capital de trabajo para el establecimiento de un centro turístico

El capital de trabajo para poder prestar el servicio de recreación a nuestros futuros clientes es de \$ **5,284.90**, el mismo que se detalla en el cuadro 11.

Cuadro 11. Capital de trabajo del proyecto de creación del centro turístico

Rubros	Cantidad	V. U. (\$)	Total (\$)
Gerente	1	500.00 (SBU)	500.00
Administrativo Contable	1	318.36 (SBU)	318.36
Cheff	1	400.00 (SBU)	318.36
Barman	1	318.36 (SBU)	318.36
Asistentes operarios	2	318.36 (SBU)	636.72
Guardias	2	318.36 (SBU)	636.72
Beneficios sociales	1	400.00	400.00
Materiales de limpieza	1	300.00	300.00
Materiales de oficina	1	50.00	50.00
Mantenimiento de equipos	1	30.00	30.00
Energía Eléctrica	1	150.00	150.00
Teléfono / internet	1	35.00	35.00
Agua	1	4.54	4.54
Gasto publicidad	1	430.00	430.00
Inventario de Alimentos	1	1,000.00	1,000.00
Subtotal costo de producción			5,128.06
Imprevisto 3%			156.84
Total de costos de producción USD			5,284.90

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.3. Costo Total de Operación para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

Para el primer año se presenta un total de costos de operación de \$ 48,236.72 dólares, los cuales se proyectaron para los cinco años de vida útil del proyecto con un incremento del 5% a los costos variables, detallados en el cuadro siguiente:

Cuadro 12: Costos de operación para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

COSTOS DE OPERACIÓN	0	AÑOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
Costos Variables						
Inventario de Insumos	1,000.00	1,000.00	1,050.00	1,102.50	1,157.63	1,215.51
Total de costo variable		1,000.00	1,050.00	1,102.50	1,157.63	1,215.51
Costos Fijos						
Personal						
Gerente	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Administrativo						
Contable	318.36	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32
Chef	318.36	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32
Barman	318.36	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32	3,820.32
Asistentes operarios (2)	636.72	7,640.64	7,640.64	7,640.64	7,640.64	7,640.64
Guardias (2)	636.72	7,640.64	7,640.64	7,640.64	7,640.64	7,640.64
Beneficios sociales	400.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
Mantenimiento de Equipos e instalaciones						
Materiales de limpieza	300.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Materiales de oficina	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Mantenimiento de equipos	30.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Servicios Básicos						
Energía Eléctrica	150.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Teléfono / internet	35.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
Agua	4.54	54.48	54.48	54.48	54.48	54.48
Gastos de Ventas						
Gasto publicidad	430.00	2,860.00	2,860.00	2,860.00	2,860.00	2,860.00
Total Costos Fijos		47,236.72	47,236.72	47,236.72	47,236.72	47,236.72
COSTO TOTAL OPERACION		48,236.72	48,286.72	48,339.22	48,394.35	48,452.23

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.4. Depreciación para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

La tabla de depreciación de los activos fijos tangibles se la elaboró de acuerdo a las normativas vigentes sobre el valor de depreciación y porcentaje según el criterio de expertos, además se estableció el valor residual y se aplicó el método lineal, su proyección fue para cinco años tiempo de duración del proyecto.

Cuadro 13. Depreciación de activos fijos para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

ITEM	Precio Unitario (\$)	Unidades	Valor Inicial	V. U. (años)	Deprec. Anual	Valor Residual (10%)	
Computadora con impresora	830.00	2	1,660.00	3	498.00	166.00	
Televisores plasmas	650.00	2	1,300.00	10	117.00	130.00	
Escritorios	180,00	2	360.00	10	32,4	36.00	
Sillas giratorias	65.00	2	130.00	10	11.70	13.00	
Archivador	171.00	1	171.00	10	15.39	17.10	
Mostrador	317.00	1	317.00	10	28.53	31,70	
Equipos de oficina	1,250.00	1	1,250.00	10	112.50	125.00	
Rotulo principal	350.00	1	350.00	10	31.50	35.00	
Mesa acerada	650.00	1	650.00	10	58.50	65.00	
Refrigeradora	960.00	2	1,920.00	10	172.80	192.00	
Congelador	1,320.00	1	1,320.00	10	118.80	132.00	
Mostradores	340.00	2	680.00	10	61.20	68.00	
Casilleros metálicos	1,460.00	3	4,380.00	10	394.20	438.00	
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR A LOS 5 AÑOS	VSLOR EN LIBROS (\$)

Computadora con impresora	498.0 0	498.0 0	498.0 0			1,494.00	166.00
Televisores plasmas	117.0 0	117.0 0	117.0 0	117.0 0	117.0 0	585.00	715.00
Escritorios	32.40	32.40	32.40	32.40	32.40	162.00	198.00
Sillas giratorias	11.70	11.70	11.70	11.70	11.70	58.50	71.50
Archivador	15.39	15.39	15.39	15.39	15.39	76.95	94.05
Mostrador	28.53	28.53	28.53	28.53	28.53	142.65	459.65
Equipos de oficina	112.5 0	112.5 0	112.5 0	112.5 0	112.5 0	562.50	687.50
Rotulo principal	31.50	31.50	31.50	31.50	31.50	157.50	192.50
Mesa acerada	58.50	58.50	58.50	58.50	58.50	292.50	357.50
Refrigeradora	172.8 0	172.8 0	172.8 0	172.8 0	172.8 0	864.00	1,056.0
Congelador	118.8 0	118.8 0	118.8 0	118.8 0	118.8 0	594.00	726.00
Mostradores	61.20	61.20	61.20	61.20	61.20	306.00	374.00
Casilleros metálicos	394.2 0	394.2 0	394.2 0	394.2 0	394.2 0	1,971.0	2,409.0
Total	1,652.	1,652.	1,652.	1,154.	1,154.	7,266.60	7,506.70
Depreciación	02	02	02	52	52		

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.5. Financiamiento

El financiamiento previsto contempla la contratación de un crédito de USD 40000.00 a 5 años plazo, 1 de gracia parcial y pagos semestrales al 11% de interés anual.

Cuadro 14. Tabla de amortización del financiamiento para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA
1	40,000.00	2,200.00	0.00	2000.00
2	40,000.00	2,200.00	0.00	2000.00

3	40,000.00	2,200.00	5,000.00	7,200.00
4	35,000.00	1,925.00	5,000.00	6,925.00
5	30,000.00	1,650.00	5,000.00	6,650.00
6	25,000.00	1,375.00	5,000.00	6,375.00
7	20,000.00	1,100.00	5,000.00	6,100.00
8	15,000.00	825.00	5,000.00	5,825.00
9	10,000.00	550.00	5,000.00	5,550.00
10	5,000.00	275.00	5,000.00	5,275.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.6. Ingresos de la factibilidad para la implementación del centro turístico en el recinto Santa María

Los ingresos se obtuvieron calculando lo dispuesto a pagar por entradas y otros servicios que se dio en la investigación tanto a público en general como la competencia y como resultado del cálculo de obtendrá un ingreso en el primer año de \$ 300,305.00 y una proyección de un 5% anual. Se describe en el cuadro 15.

Cuadro 15. Ingresos proyectados por prestación del servicio del centro turístico a implementarse en el Recinto Santa María

Concepto	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos anuales					
60.061 consumidores por \$5.00	300,305.00	315,320.25	331,086.26	347,640.57	365,022.60
Total Ingresos	300,305.00	315,320.25	331,086.26	347,640.57	365,022.60

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.7.7. Costos Totales

Los costos fijos para el primer año son de \$ 48,888.74 y los variables de \$ 5,400.00 sumando un total de \$ 54,288.74 dólares, el costo total es de \$ 0.90.

De acuerdo al análisis el punto de equilibrio monetario es de \$ 59,677.08 dólares para que la empresa no gane ni pierda, con un margen de contribución \$ 246,016.26 dólares.

Cuadro 16. Costos Totales de la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María.

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
	1	2	3	4	5
Costos Fijos	47,236.72	47,236.72	47,236.72	47,236.72	47,236.72
Depreciación	1,652.02	1,652.02	1,652.02	1,154.52	1,154.52
Total Costos Fijos	48,888.74	48,888.74	48,888.74	48,391.24	48,391.24
Costos Variables	1,000.00	1,050.00	1,102.50	1,157.63	1,215.51
Gastos Financieros	4,400.00	4,125.00	3,025.00	1,925.00	825.00
Total Costos Variables	5,400.00	5,175.00	4,127.50	3,082.63	2,040.51
COSTOS TOTALES	54,288.74	54,063.74	53,016.24	51,473.87	50,431.75
COSTO TOTAL UNITARIO	0.90	0.89	0.87	0.84	0.82

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN**MC=** Ventas – Costo Variable total**MC=** 300,305.00 - 54,288.74**MC= 246,016.26****PUNTO DE EQUILIBRIO
MONETARIO****PE=** Costos fijos x Ingresos totales

PE= Margen de contribución**PE=** 48,888.74 x 300,305.00

PE= 246,016.26**PE= 59,677.08****4.1.7.8. Estado de Resultados proyectados de la factibilidad para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María**

La utilidad neta para el primer año es de \$ 163,108.02 dólares, con un incremento anual, lo que hace que se presente una situación económica favorable para la empresa como se aprecia en el cuadro 17 de la siguiente página.

4.1.7.9. Flujo de caja de la factibilidad para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María

En el flujo de caja se presentan para los años de vida útil del proyecto, el primer año es negativo con -105,248.00 dólares a partir del segundo año se incrementa \$ 247,668.28, lo podemos observar en el Cuadro 18 de la siguiente página.

Cuadro 17. Estado de Resultado proyectado para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa Marí

CONCEPTO	ANOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
	1	2	3	4	5
Ingresos por prestación del servicio	300,305.00	315,320.25	331,086.26	347,640.57	365,022.60
(-) Costos de operación	1,000.00	1,050.00	1,102.50	1,157.63	1,215.51
(=) Utilidad bruta en ventas	299,305.00	314,270.25	329,983.76	346,482.94	363,807.09
(-) Gastos de administración	44,376.72	44,376.72	44,376.72	44,376.72	44,376.72
(-) Gastos de ventas	2,860.00	2,860.00	2,860.00	2,860.00	2,860.00
(-) Gastos financieros	4,400.00	4,125.00	3,025.00	1,925.00	825.00
(-) Depreciación	1,652.02	1,652.02	1,652.02	1,154.52	1,154.52
(=) Utilidad antes de participación trabajad.	246,015,28	261,256.51	278,070.02	296,166.70	314,590.85
(-) Participación trabajadores (15%)	36,902.44	39,188.48	41,710.50	44,425.01	47,188.63
(=) Utilidad antes de impuestos	209,112.84	222,068.03	236,359.52	251,741.69	267,402.22
(-) Impuesto a la renta (22%)	46,004.82	48,854.97	51,999.09	55,383.17	58,828.49
(=) UTILIDAD NETA	163,108.02	173,213.06	184,360.43	196,358.52	208,573.73

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Cuadro 18. Flujo de caja proyectado para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María

RUBRO	0	ANOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
		1	2	3	4	5
INGRESOS						
Prestación del servicio		300,305.00	315,320.25	331,086.26	347,640.57	365,022.60
Total ingresos		300,305.00	315,320.25	331,086.26	347,640.57	365,022.60
Préstamo bancario	40,000.00					
EGRESOS						
Inversión fija tangible	142,658.00					
Inversión fija diferida	1,160.00					
Capital de operación	1,430.00	12,346.50	12,397.50	12,449.00	12,006.63	12,064.51
Gastos financieros		4,400.00	4,125.00	3,025.00	1,925.00	825.00
Amortización de la deuda			10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Sueldos		37,542.24	37,542.24	37,542.24	37,542.24	37,542.24
Total de egresos	145,248.00	54,288.74	64,064.74	63,016.24	61,473.87	60,431.75
Depreciación (+)		1,652.02	1,652.02	1,652.02	1,154.52	1,154.52
Flujo de caja \$USD	-105,248.00	247,668.28	252,907.53	269,722.04	287,321.22	305,745.37

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.8. Estudio financiero

4.1.8.1. Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) se aplicó la siguiente tasa bancaria con el (11%) a la tasa menor y el (238.1%) a la tasa Mayor.

Cuadro 19. Valor actual neto de retorno de la factibilidad para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María

Años	Flujo neto de caja	F.N.D	F.N.C. Actualizado
		(11%)	al 238,1%
0	-105,248.00	-105,248.00	-105,248.00
1	247,668.28	221,322.77	73.252,97
2	252,907.53	205,265.42	22.124,40
3	269,722.04	197,218.43	6.978,80
4	287,321.22	189,267.44	2.198,81
5	305,745.37	189,309.22	692,04
$\Sigma =$		1'002,383.28	105.247,02
	VAN = USD	897,135.28	-0.98
	TIR	226.87%	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Aplicando la siguiente fórmula interpolada se obtiene la TIR:

$$\text{VAN } T_m$$

$$\text{TIR} = T_m + (T_M - T_m)$$

$$\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M$$

$$\text{TIR} = 11 + (238.1 - 11) \frac{897,135.288}{897,135.28 - (-0.98)}$$

$$\text{TIR} = 227.1 \left[\frac{897,135.288}{897,136.26} \right]$$

$$\text{TIR} = 227.1 \left[0.999 \right]$$

$$\text{TIR} = 226.87 \%$$

Con este resultado se observa que el TIR es 226,87% mayor que la tasa de interés proyectada, es decir que este proyecto de inversión en el sector de Manga del Cura es factible, desde el punto de vista económico y financiero.

4.1.8.2. Relación Beneficio Costo de la factibilidad para la implementación de un centro turístico en el recinto Santa María

La relación beneficio costo actualizado se ha determinado dividiendo beneficio actualizado para el total de egresos actualizados, la misma que dio un resultado de 1,75. Cuadro 20.

Cuadro 20. Relación Beneficio costo proyectado en la factibilidad para la creación de un centro de recreación en el sector Santa María, Período 2013.

	AÑOS PROGRAMADOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
BENEFICIOS=	300.305,00	315.320,25	331.086,26	347.640,57	365.022,60
11%	1,11	1,23	1,37	1,52	1,69
BEN. ACT.	270.545,05	255.920,99	242.087,42	229.001,61	216.623,15
BENEFICIOS	1.214.178,21				
COSTOS =	54.288,74	54.063,74	53.016,24	51.473,87	50.431,75
11%	1,11	1,23	1,37	1,52	1,69
COST. ACT.	48908,77	43879,34	38765,02	33907,43	29928,79
COSTOS	195389,36				
RB/C	1,38				

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

En la relación beneficio Costo se obtuvo que por cada dólar que se invierte se obtendrá una ganancia de 1.38 dólares.

4.7.13. Tiempo de recuperación

El tiempo de recuperación de la inversión es a los cinco años de vida útil del proyecto.

4.7.14. Análisis de sensibilidad

El proyecto es sensible a los cambios en la economía externa y sobre todo a las políticas de precios así como a la demanda del servicio.

4.7.15. Impacto ambiental

Se dice que hay impacto ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable. La evaluación de Impacto Ambiental tiene el propósito primordial de proteger el medio ambiente y a ese fin, debe valorar y proporcionar la información de los probables efectos ambientales a los encargados de tomar decisiones, de forma tal que permita, de ser necesario, aprobar condicionalmente o denegar la ejecución de un proyecto de inversión en obras o actividad, estableciendo los procedimientos adecuados para estos fines.

4.7.15.1. Evaluación del impacto ambiental

4.7.15.1.1. Objetivos de evaluación

4.7.15.1.1.1. General

Elaborar el estudio ambiental de los impactos y efectos que se originarán ante la puesta en marcha del proyecto, mediante la Matriz de Leopold.

4.7.15.1.1.2. Específico

Determinar las posibles soluciones de los impactos y efectos del estudio.

4.7.15.2. Legal

Cumplir con las obligaciones, exigencias y normas establecidas por el Ministerio, para la protección y cuidado del medio ambiente.

4.7.15.3. Matriz para identificación de impactos

La aplicación de las metodologías consideradas para la identificación y evaluación de los impactos ambientales durante la operación del Proyecto, se desarrollan a continuación: Los impactos positivos (8) superan a los negativos (6) por lo que el proyecto es viable garantizando las condiciones necesarias para su implantación.

Cuadro 21. Matriz para identificación de impactos, fase operacional en el proyecto

SIMBOLOGÍA C: Combatible M: Moderado S: Severo F: Crítico R: Impacto Reversible I: Impacto Irreversible B: Beneficio Poco Significativo. B: Beneficio Significativo *: Existe Medida de Mitigación			FASE OPERACIONAL				Total de impactos positivos (+)	Total de impactos negativos (-)
			Procesos y Residuos Sólidos	Requerimiento de Servicios Básicos	Señalamiento y Propaganda	Movimiento de personas		
Entorno Ambiental	Agua	Desechos sólidos	C				1	
		Turbidez y olor	M				1	
	Aire	Ruido	C				1	
		Emanación de Olores	C				1	

	s ue lo	Basura	M					1
		Insectos	C					1
torno Social	Factor socioeconómico	Economía Regional		B			1	
		Servicios Públicos			B		1	
		Empleo				B	1	
		Uso Comercial		B	B	B	3	
		Aceptación Social				B	1	
	Factor Estético	Imagen Urbana			B		1	
Total de Impactos (+)							8	
Total de Impactos (-)								6

Elaboración: La Autora

4.2. Discusión

La investigación partió con el estudio de mercado mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información; encuestas a clientes y ofertantes se determinó que existe demanda insatisfecha de servicios de recreación con calidad por el incremento poblacional mismo que es de 1.21% de acuerdo al INEC 2010, de los cuales 100% por lo menos realizan una vez al mes opciones recreativas, lo que concuerda con Cruz **(2006)**. El estudio de mercado consiste en el análisis, la determinación y la organización de las actividades que permiten resolver eficazmente las siguientes cuestiones: ¿Dónde voy a vender?, ¿Cuándo voy a vender?, ¿Por mediación de quién?, ¿A través de que vías?. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente como unas determinadas características, la demanda como lo señala Vizcarra **(2007)**. El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final.

En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto, el análisis de precio los productos tienen un margen de ganancia del

5 al 100% dependiendo de la línea de productos. **Sapag (2008)**. El precio es la cantidad de dinero, esfuerzo o tiempo que los compradores están dispuestos a pagar para conseguir la posición, el consumo o el uso de un determinado bien, producto o servicio, el precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto.

Según los resultados la población indicó que la zona donde estará ubicado es un sector privilegiado por la naturaleza, lo cual concuerda con **Vaquiroy (2007)**. Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan el lugar donde se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

La creación del centro de recreación turística brindará un servicio de calidad y calidez necesario para el bienestar familiar, entre ellos la naturaleza, piscinas, comida criolla entre otros en esta zona céntrica entre tres provincias, esta actividad requiere de una inversión fija es de \$ 148.132.54, para la compra de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, tal como lo señala **Flórez (2007)**. Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa, para la implementación del centro turístico se buscará el financiamiento del 27% a cinco años al 11% en un banco de la localidad **Vaquiroy (2008)**. Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización.

Los ingresos para el primer año son de \$ 300,305.00 dólares valores que servirá para cubrir los valores de operación de la empresa, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica.

Flujo de caja para el año cero es negativo con -\$ -105,248.00 y para el primer año es de 247,668.20, incrementándose cada año, valor disponible de acuerdo a lo establecido por **Zapata (2008)**. Es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo. Para el estudio financiero fue necesario elaborar el flujo de caja lo cual permitió traer los valores de cada año al valor presente generando un VAN positivo de \$ 897,135.28 dólares, **Sapag (2008)**. Llamado también Valor Presente Neto (VPN) es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados, a una determinada tasa de descuento o de oportunidad de capital.

TIR 226.87 % **Garrido (2009)**. Es el rendimiento anual de los activos netos o de la inversión que se determina mediante el análisis del flujo de fondos corrientes actualizados a precios de mercado. La TIR se compara con el interés de capital para determinar si un proyecto se debe realizar y la Relación Beneficio Costo de 1.38 es decir que se recupera un dólar más 38 centavos valores que concuerda con lo señalado por **Sapag (2007)**. 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.

El periodo de recuperación de la inversión será en cinco años, **Tarrago (2006)**. El periodo de recuperación de una inversión se puede definir como el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial. Si suponemos una inversión inicial y unos flujos netos de caja donde los flujos de cajas son los cobros

menos los pagos en cada momento del tiempo, el periodo de recuperación es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial mediante la obtención de los diferentes flujos de caja netos posteriores.

Según el análisis de mercado, económico y financiero el proyecto de factibilidad es viable tal como lo establece **Flórez (2007)**. Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. La hipótesis “El estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación en el sector de Santa María Manga del Cura determina que, es rentable el proyecto” se acepta.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha debido al crecimiento poblacional del recinto Santa María y sectores aledaños, mismo que es de aproximadamente 50.000 habitantes.
- Con la ejecución de este proyecto se brinda servicio a la comunidad ya que los centros turísticos actuales no tienen la capacidad de acoger a tanta demanda insatisfecha de la comunidad en general.
- La capacidad instalada que tendrá el centro turístico será de aproximadamente 300 personas, con la prestación de un servicio de calidad.
- La empresa debe contar con financiamiento para la puesta en marcha de la misma ya que requiere de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, con un crédito del 27% del total de la inversión que es de \$ 195,369.26, lo restante será financiado por el propietario.
- Se estimó un ingreso en el primer año de \$ 300,305.00 dólares y un crecimiento continuo, que permitirán la sustentabilidad y sostenibilidad de la empresa
- El estudio financiero demostró que es rentable la empresa ya que sus indicadores actualizados como el VAN \$ 897,135.28 dólares fue positivo, la TIR 226.87% superior a la tasa de descuento del mercado y la Relación Beneficio Costo de 1.38 es decir que se recupera un dólar más 38 centavos.
- El proyecto es sensible a los cambios en la economía externa y sobre todo a las políticas de precios así como a la demanda del servicio.

5.2. Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto para brindar un servicio diferenciado ya que el estudio de factibilidad determinó que es rentable.
- Captar la demanda insatisfecha del sector de Santa María Manga del Cura y sectores aledaños y turistas de las diferentes partes del país, mediante la entrega de un servicio de excelente calidad y a precio competitivo.
- Diseñar estrategias para mantener un flujo de clientes constantes y por ende ingresos altos.
- Llevar un control de proceso administrativo y financiero de tal manera que permita optimizar los recursos.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

IX. BIBLIOGRAFÍA

- AQUINO RITA *et al* (2009).** La oferta y la demanda. Investigación y ejercicio. Postgrado en gerencia empresarial. Cátedra de economía. Caracas Vz. Universidad de Santa María. Pp 6
- AXIS.** Diseño de planes estratégicos (en línea). Consultado el 14 de enero 2010. Disponible en: [http:// www.manuales.com](http://www.manuales.com)
- BACA GABRIEL (2008).** Evaluación de proyectos. México DF Edición Mc Graw Hill Pp. 56
- BCE** (Banco Central del Ecuador) 2009. El Turismo en el Ecuador
- CHIRIBOGA ALBERTO (2003).** Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano 3ra edición, Quito-Ecuador, Imprenta Poligráficas JOKAMA, Pp. 91-92
- CORDOVEZ CECILIA *et al* (2009).** Plan estratégico del Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, Periodo 2009-2013. Tesis de Grado. Ingeniero en Gestión Empresarial Quevedo Ecuador Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Pp 27-29
- CRUZ OSAIN (2006).** “Componentes de un Proyecto de Inversión” (en línea)/ Puerto Ordaz, VE. Consultado el 31 de enero 2010. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos35/componentes-proyecto/componentes-proyecto.shtml>
- DE AGRO S.A. (2006).** “Estudio de factibilidad para un puesto permanente de productos orgánicos en Guápiles o Cariari” (en línea)/ Ecuador, Ec. Consultado el 17 de enero 2010. Disponible en http://www.acto.go.cr/descargas/Est._%20fact_puesto_perman_prod_org_anic.pdf

DNMPN (Dirección Nacional de Migración y Policía Nacional) 2008

GARRIDO MARTOS L. (2010). Que es una inversión. Boletín Informativo. Pp. 03

KOCH JOSEFINA (2006). *Manual del Empresario Exitoso* Edición electrónica. Texto completo en: www.eumed.net/libros/2006c/210/

LUCIN ALEXIS ET AL (2009). Proyecto de Factibilidad de la Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Santa Lucia. Tesis de Grado. Economista Guayaquil Ecuador Escuela Politécnica del Litoral Facultad de Economía y Negocios. Pp 01-29

LUNA RAFAEL Y CHAVES DAMARIS, (2001). Guía para elaborar Estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos (en línea)/ Guatemala, GT. Consultado el 17 de enero 2010. Disponible en: <http://www.irgltd.com/Resources/Publications/LAC/200103%20Estudios%20de%20Factabilidad%20de%20Proyectos%20Ecoturísticos-Guatemala.pdf>

MTE (Ministerio de Turismo del Ecuador) 2009. Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial para la construcción de un centro recreacional.

MORENO ELISABET (2007). El turismo en el Ecuador en el año 2006. Quito, EC, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. 49 p.

MUÑIZ GONZÁLEZ RAFAEL (2008). Marketing en el siglo XXI. Capítulo 4. 3 ed. Pp. 424

ORTEGA ALBERTO (2006). Análisis Financiero. Certificación internacional de formulación, evaluación y gestión de proyectos. Maestría en gestión de proyectos. BID-CITE-EPN-UTEQ Módulo 5

PADILLA KARINA (2010). La Recreación, Editorial del Diario Manabita,
Publicado el 09 de febrero del 2009.

PEUMANS DEUSTO, H. (2008). Valoración de proyectos de inversión. Editorial
Prentice-Hall Pp. 21

REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN DE LA LEY DE TURISMO, con
Decreto Ejecutivo 1513

SARMIENTO RUBEN (2006). Contabilidad General. Décima Edición. Editorial
Voluntad. Quito Ecuador. Pp. 223

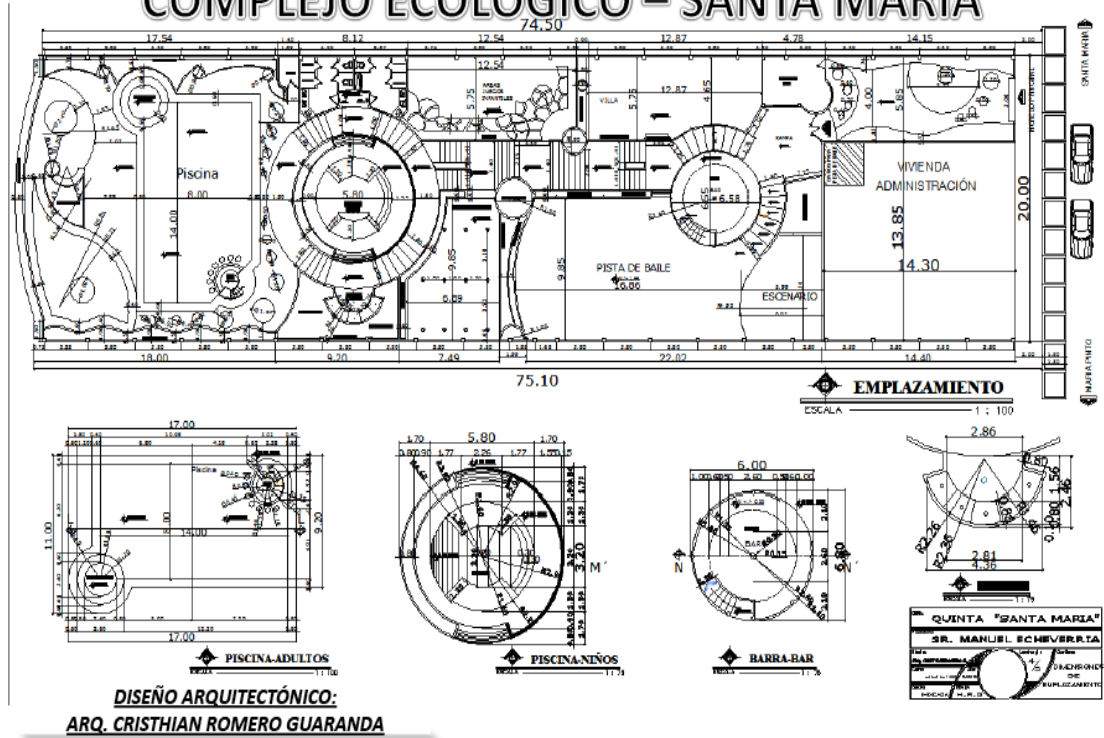
TARRAGO SÁBATE, S. (2009). Fundamentos de economía de la empresa.
1 edición Barcelona-España editorial hispano europea Pp. 308

VIZCARRA JUAN (2007). Economía – términos, ideas y fenómenos
económicos. Editorial del Noroeste Milán-Italia Pp. 51, 155.

X. ANEXOS

ANEXO 1. Plano Arquitectónico

IMPLANTACIÓN GENERAL - DIMENSIONES COMPLEJO ECOLOGICO – SANTA MARIA



ANEXO 2

Encuesta Dirigida al Público en General

Su opinión es muy importante para conocer sus preferencias, para lo cuál se le solicita su ayuda para completar el siguiente cuestionario:

Instrucciones:

- Señale con una X en el lugar que corresponda su respuesta.
- Conteste las preguntas con sinceridad
- Esta información será de carácter confidencial.

Preguntas:

5. ¿Cuál es su lugar de residencia?

6. ¿Cuál es el lugar al que asiste para recrearse en familia

Ríos	
Piscinas	
Parques	
Canchas de futbol	
Bares	

7. ¿Con que frecuencia sale a recrearse con su familia?

Diariamente	
Semanalmente	
Mensualmente	

8. ¿Le gustaría contar con un Centro de Recreación en Santa María?

Si

No

9. ¿Qué servicios cree usted debería ofrecerle el Centro Turístico?
Ordene según la importancia para usted de 6 a 1 (siendo 6 la más importante y 1 menos importante)

Servicio	Orden
Canchas Múltiples	
Piscina con tobogán	
Comidas Típicas	
Pista Bailable	
Hidromasaje	
Sauna	

10. ¿Qué días generalmente asistiría al Centro de recreación? Escoja una respuesta

Días	
Lunes a Viernes	
Sábado	
Domingo	
Ferados	

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar al asistir al Centro de Recreación? Escoja una respuesta.

\$ 2.00 – 2.50	
\$ 2.50 – 3.00	
\$ 3.00 – 3.50	
\$ 3.50 – 4.00	
\$ 4.00 – 4.50	
\$ 4.50 – 5.00	

12. ¿Qué medio de comunicación le gustaría que sea el que le informe de los servicios que ofrecerá El Centro de Recreación? Ordene según la importancia para usted de 6 a 1 (siendo 6 más importante y 1 menos importante)

Medio de Comunicación	Orden
Tv	
Radio	
Periódico	
Volantes	
Trípticos	
Otros...	

ANEXO 3

Entrevista Dirigida a la Competencia.

PLAN DE ENTREVISTA			
			Nº Formulario ____
Nombre del Entrevistado			
Nombre del Entrevistador			
Lugar		Fecha	
TEMA	PREGUNTAS		
Situación Inicial	¿Considera Usted un negocio rentable la construcción de una balneario en el Recinto Santa María? ----- ----- ----- -----		
Ejecución de la obra	¿Qué detalles de su balneario considera menos importantes y muy costoso? ----- ----- ----- -----		
La empresa y las experiencias vividas	¿Qué tipo de experiencias buenas y malas le ha tocado experimentar? ----- ----- ----- -----		
Anécdotas y puntos clave para el éxito.	¿Cuál o cuáles son las claves de su negocio? ----- ----- ----- -----		

ANEXO 4

Entrevista Dirigida al Propietario

1. ¿Qué lo motivó a crear un centro turístico en la Manga del Cura y que lo llevó a realizar un estudio de factibilidad?

2. ¿Según su criterio, que resultados podría obtener con un estudio de factibilidad?

3. ¿Usted será la única persona responsable de las decisiones que se tomen en el centro turístico?

4. ¿Llevará usted un control contable de los ingresos y egresos, con la ayuda de un profesional?
