



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CPA)

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN QUININDÉ PROVINCIA
DE ESMERALDAS**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA

AUTORAS:

CAROLINA ESTEFANIA MONTAÑO MANZABA

ALISON YAHILY TROYA PÁRRAGA

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO:

Mgs. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

Ibarra, 2020

AUTORÍA

Yo, **MONTAÑO MANZABA CAROLINA ESTEFANIA** y **TROYA PARRAGA ALISON YAHILY**; con cédula de ciudadanía N° 091947404-9 y N° 120695357-0, declaramos que el trabajo de grado titulado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN QUININDÉ PROVINCIA DE ESMERALDAS"** es de nuestra total autoría y ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva; que los resultados de la investigación no han sido presentados para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado los derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.



Alison Yahily Troya Parraga
C.I 120695357-0



Carolina Estefania Montaña Manzaba
C.I. 091947404-9

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las estudiantes **CAROLINA ESTEFANÍA MONTAÑO MANZABA** y **ALISON YAHILY TROYA PARRAGA** egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN QUININDÉ PROVINCIA DE ESMERALDAS"** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, Noviembre del 2019



Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero

C.I. 1717245110

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

I. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	120695357-0		
	091947404-9		
APellidos y Nombres:	TROYA PARRAGA ALISON YAHILY MONTAÑO MANZABA CAROLINA ESTEFANIA		
DIRECCIÓN:	IBARRA, SAN JOSÉ DE CHORLAVI IBARRA, LA VICTORIA		
EMAIL:	alisontrova15@gmail.com kry_am96@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0978603745 0997544139

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN QUININDÉ PROVINCIA DE ESMERALDAS"
AUTOR (ES):	TROYA PARRAGA ALISON YAHILY MONTAÑO MANZABA CAROLINA ESTEFANIA
FECHA: DD/MM/AAAA	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	MGS. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS R.

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los..... días del mes de febrero del 2020

EL AUTORAS:



Alison Yahily Troya Parraga

C.I 120695357-0



Carolina Estefanía Montaña Manzaba

C.I. 091947404-9

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito del presente estudio de factibilidad radica principalmente en determinar la viabilidad de creación de un complejo turístico que se encuentre situado en la provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé, específicamente en la parroquia Rosa Zarate. El estudio se encuentra debidamente sustentado y respaldado en diferentes estudios previamente realizados de alcance en temas relacionados a la presente propuesta de negocio, como también en artículos científicos, libros y demás referentes teóricos al tema de investigación. Para definir los objetivos del estudio se realizó un análisis de los factores externos influyentes del entorno, tales como: económico, sociodemográfico, geográfico, político-legal, cultural y turístico con el fin de determinar la oportunidad diagnóstica del proyecto. A través del estudio de mercado se definió la demanda potencial y oferta existente en el aspecto turístico, como también se estableció las diferentes estrategias de marketing que apoyan al reconocimiento y posicionamiento del negocio en el mercado. El estudio técnico indica la localización óptima del proyecto, como también los costos tanto tangibles, intangibles y capital de trabajo en los que se incurre para poner en marcha el negocio, así mismo, en el estudio financiero se realiza las respectivas proyecciones para conocer los futuros ingresos y gastos que se dan en el negocio, además, se establecen indicadores financieros que respaldan la decisión del inversor respecto a la ejecución del proyecto. Finalmente, se diseña una estructura organizacional y jurídica en conjunto con el reglamento interno, políticas y demás normativa referente a la operatividad del negocio con el fin de incentivar el óptimo uso y manejo de las instalaciones del centro turístico.

ABSTRACT

The purpose of this feasibility study is mainly to determine the feasibility of creating a tourist complex that is located in the province of Esmeraldas, Canton Quinindé, specifically in the Rosa Zarate parish. The study is duly supported and supported in different studies previously carried out on topics related to this business proposal, as well as in scientific articles, books and other theoretical references to the subject of research. To define the objectives of the study, an analysis of the influential external factors of the environment was carried out, such as: economic, sociodemographic, geographical, political-legal, cultural and tourism in order to determine the diagnostic opportunity of the project. Through the market study, the potential demand and existing supply in the tourism aspect was defined, as well as the different marketing strategies that support the recognition and positioning of the business in the market. The technical study indicates the optimal location of the project, as well as the tangible, intangible costs and working capital that are incurred to start the business, likewise, in the financial study the respective projections are made to know the future income and expenses that occur in the business, in addition, financial indicators are established that support the investor's decision regarding the execution of the project. Finally, an organizational and legal structure is designed in conjunction with the internal regulations, policies and other regulations regarding the operation of the business in order to encourage the optimal use and management of the resort's facilities.

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado al ser que me ha llenado de fe y fortaleza para lograr esta meta, Dios, que con su infinito amor y misericordia ha sido mi soporte y guía durante este duro y largo camino estudiantil, que, a pesar de estar lleno de recuerdos memorables, también se presentaron adversidades, mismas que he superado porque él me sostenía de su mano.

A mi padre Efraín, que aunque ya no está presente físicamente, en mí viven los recuerdos llenos de amor, y mayor aun sus consejos y enseñanzas enfocadas al honor, lucha, constancia y perseverancia, consejos que han marcado mi vida, y han hecho de mí la persona que ahora soy, me siento orgullosa de haberte tenido diez años en mi vida, ahora sé que fueron suficientes para entender que los planes de Dios son perfectos y, que ante cada circunstancia que se presenta hay que actuar conforme a los principios y valores que hace décadas nos ha inculcado nuestra familia.

A mi madre Violeta, sé que este logro es de las dos, por tanto, le dedico este trabajo porque ha sido una lucha de ambas el haber llegado hasta este punto de mi carrera, ella que con sus palabras y apoyo incondicional me ha levantado y ha sacado la mejor versión de mí en cada suceso y etapa de mi vida.

Carolina E. Montaña Manzaba.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico principalmente a Dios, por darme sabiduría, conocimientos, perseverancia y fuerza para continuar en este proceso de obtener uno del anhelo más deseado.

A mis padres quienes me inspiran a seguir día a día, con su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar a subir un peldaño más y convertirme en lo que hoy soy, ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres que Dios me pudo dar, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi hermano por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Alison Troya P.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, por ser el pilar fundamental durante este largo y complejo camino universitario, gracias porque su amor y protección hicieron posible que se materialice el sueño y deseo de alcanzar una meta más en mi vida tanto personal como profesional.

Gracias a mi universidad UTN, por haberme dado la oportunidad de formarme personal y profesionalmente a través de la enseñanza impartida por sus magníficos docentes, agradecida totalmente porque no solo me alimentaron de conocimientos en materia, sino que también desde su experiencia nos prepararon y aconsejaron para cualquier circunstancia o eventualidad que se pueda presentar durante esta bella y delicada carrera profesional. Especialmente, gracias a Mgs. Arciniegas Gabriela, que en calidad de Directora del trabajo de grado supo guiarnos y saciar las dudas sin importar tiempo y espacio, ya que siempre había predisposición de su parte para hacer de este proyecto el mejor, gracias a Mgs. Espinoza Roció, quien en virtud de su experiencia aportó con amplios conocimientos en cada etapa del proyecto, haciendo de este confiable y veraz, y gracias a Dra. Rhea Soraya por apoyar, creer y confiar en esta idea de negocio desde un principio y motivarnos a continuar con el desarrollo de la misma.

Agradezco a mis padres Efraín y Violeta, por ser el pilar fundamental para construir mis sueños, gracias a mi madre por aceptar cada decisión importante que tomo en mi vida al compartir conmigo el anhelo de realizarme profesionalmente; cada palabra, gesto u acción, como llegar con una taza de café durante aquellas largas noches donde me acompañaba en el desarrollo de mi proyecto, con el afán de transmitir y hacerme sentir que todo es posible y que este sacrificio traerá consigo excelentes resultados; fueron los que me motivaron a seguir y no rendirme a pesar de los obstáculos.

Carolina E. Montaña Manzaba.

AGRADECIMIENTO

Agradecer primeramente a Dios, por guiarme a lo largo de mi vida, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mis padres: Jorge y Marice, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

A los docentes de la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a la Mgs. Gabriela Arciniegas tutora del proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, conocimiento, experiencia y orientación en todo el proceso de elaboración del proyecto, y a todos quienes aportaron en mi desarrollo personal y profesional.

Alison Troya P.

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	vii
ABSTRACT.....	viii
AUTORÍA.....	ii
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE LAS AUTORAS DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xx
ANTECEDENTES.....	xxii
JUSTIFICACIÓN	xxiv
OBJETIVOS	xxvi
Objetivo general	xxvi
Objetivos específicos	xxvi
CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica.....	28
1.1. Introducción	28
1.2. Objetivo.....	28
1.3. Problemática.....	28
1.3.1. Evaluación turística en la provincia de Esmeraldas	28
1.3.2. Actividad emprendedora en Ecuador	31
1.3.3. Descripción técnica para el desarrollo de un estudio de factibilidad	34
CAPÍTULO II: Procedimientos metodológicos.....	59
2.1. Introducción	59
2.2. Objetivo.....	59
2.3. Tipo de investigación	59
2.4. Métodos.....	60
2.5. Técnicas e Instrumentos	60
2.6. Variables diagnósticas.....	62
2.6.1. Variables.....	63

2.6.2. Indicadores	63
CAPÍTULO III: Diagnóstico.....	65
3.1. Introducción	65
3.2. Objetivo.....	65
3.3. Desarrollo de variables.....	65
3.3.1. Aspectos geográficos.....	66
3.3.2. Aspectos económicos	72
3.3.3. Aspectos Socio – Demográficos.....	74
3.3.4. Aspectos Político – Legal.....	80
3.3.5. Aspectos culturales.....	86
3.3.6. Sector turismo	92
3.4. Análisis de la información.....	93
3.5. Conclusión diagnóstica	95
CAPÍTULO IV: Propuesta.....	97
4.1. Estudio de mercado	97
4.1.1 Introducción	97
4.1.2 Objetivo del estudio de mercado	98
4.1.4 Mercado meta.....	99
4.1.5 Calculo de la muestra	100
4.1.6 Análisis e interpretación de resultados	101
4.1.7 Conclusión general de la aplicación de la encuesta.....	111
4.1.8 Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista	111
4.1.9 Demanda	111
4.1.10 Oferta.....	115
4.1.11. Balance demanda y oferta	117
4.1.12. Estrategias de marketing	117
4.1.13. Producto	118
4.1.14. Precio.....	120
4.1.15. Plaza	121
4.1.16. Promoción	121
4.1.17. Conclusiones del estudio de mercado	123
4.2. Estudio técnico	125
4.2.1. Introducción	125
4.2.2. Objetivo.....	126
4.2.3. Localización del proyecto	126
4.2.4. Macro localización	126

4.2.5. Ubicación a nivel provincia.....	127
4.2.6. Micro localización.....	131
4.2.7. Tamaño del proyecto.....	134
4.2.8. Factores condicionantes del tamaño:.....	134
4.2.9. Capacidad Instalada.....	139
4.2.10. Ingeniería del proyecto.....	142
4.2.11. Diseño y descripción técnica del producto.....	142
4.2.12. Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo.....	144
4.2.13. Inversión del proyecto.....	171
4.2.14. Resumen de la inversión tangible.....	176
4.2.15. Resumen de la inversión intangible.....	177
4.2.16. Costos de operación.....	178
4.2.17. Gastos de Operación.....	182
4.2.18. Capital de trabajo.....	187
4.2.19. Inversión Total.....	188
4.2.20. Financiamiento.....	188
4.2.21. Conclusiones del Estudio Técnico.....	189
4.3. Estudio Financiero.....	190
4.3.1. Introducción.....	190
4.3.2. Objetivo.....	190
4.3.3. Estructura de la inversión.....	190
4.3.4. Ingresos.....	190
4.3.5. Costos y gastos proyectados.....	193
4.3.6. Gastos Administrativos proyectados.....	194
4.3.7. Resumen de gastos administrativos.....	197
4.3.8. Gastos de Ventas proyectados.....	198
4.3.9. Gastos financieros.....	199
4.3.10. Cuadro resumen de capital e interés anual.....	200
4.3.11. Amortizaciones.....	201
4.3.12. Depreciaciones.....	202
4.3.13. Resumen de costos y gastos.....	203
4.3.14. Estados financieros presupuestados.....	205
4.3.15. Evaluación financiera.....	215
4.3.17 Costo de capital (Ck).....	215
4.3.18. Tasa de Rendimiento Medio (TRM).....	215
4.3.19. Valor Actual Neto (VAN).....	216

4.3.20.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	217
4.3.21.	Relación Costo Beneficio.....	218
4.3.22.	Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).....	218
4.3.23.	Punto de Equilibrio (PE)	220
4.3.24.	Resumen de la evaluación financiera	222
4.3.25.	Conclusiones de la evaluación financiera	222
4.4.	Estudio organizacional	224
4.4.1.	Introducción	224
4.4.2.	Objetivo.....	225
4.4.3.	La Empresa.....	225
4.4.4.	Imagen corporativa.....	226
4.4.5.	Elementos de imagen corporativa	228
4.4.6.	Organigrama estructural	235
4.4.7.	Niveles administrativos	237
4.4.8.	Constitución jurídica	245
4.4.9.	Requisitos Legales para el Funcionamiento	246
4.4.10.	Conclusiones del estudio organizacional	250
CAPÍTULO V: Validación.....		251
5.1.	Introducción	251
5.2.	Descripción del estudio	251
5.2.1	Objetivo.....	252
5.2.2.	Equipo de trabajo	252
5.3.	Metodología de verificación.....	252
5.3.1.	Factores a validar	253
5.3.2.	Método de calificación	254
5.3.3.	Rango de interpretación	255
5.4.	Resultados	256
5.4.1.	Calificación e interpretación	258
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		262
Conclusiones		262
Recomendaciones.....		264
BIBLIOGRAFÍA.....		265
ANEXOS.....		268

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población Económicamente Activa	73
Tabla 2. Sectores económicos	73
Tabla 3. Distribución de la población por edad y genero.....	75
Tabla 4. Índice de analfabetismo.....	76
Tabla 5. Nivel de instrucción	77
Tabla 6. Condición de actividad.....	78
Tabla 7. Matriz AOOD.....	94
Tabla 8. Variables de segmentación.....	98
Tabla 9. Segmentos	99
Tabla 10. Demanda potencial.....	112
Tabla 11. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años	113
Tabla 12. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años.....	114
Tabla 13. Oferta actual de complejos turísticos en el cantón Quinindé	115
Tabla 14 . Proyección de la oferta para los próximos 5 años	116
Tabla 15. Demanda insatisfecha.....	117
Tabla 16. Análisis de precios	120
Tabla 17. Matriz de evaluación	133
Tabla 18. Proveedor de tecnología.....	135
Tabla 19. Materiales de restaurante.....	135
Tabla 20. Insumos de limpieza para el área de restaurante	136
Tabla 21. Insumos de limpieza para el área Camping.....	136
Tabla 22. Insumos de limpieza para el área de piscinas.....	137
Tabla 23. Insumos para el área de recreación	137
Tabla 24. Listado de proveedores de insumos y materiales	138
Tabla 25. Distribución y capacidad del restaurante	139
Tabla 26. Capacidad instalada en las piscinas.....	140
Tabla 27. Estimación de M.O.D restaurante	141
Tabla 28. Mapa de Procesos.....	144
Tabla 29. Simbología ANSI para diagramas de flujo	145
Tabla 30. Manual de procesos para plan estratégico.....	146
Tabla 31. Manual de procesos para plan administrativo	149

Tabla 32. Manual de procesos para la socialización de servicios del Centro Turístico	151
Tabla 33. Diagrama de flujo – Proceso de socialización de servicios del Centro Turístico	152
Tabla 34. Manual de proceso para la selección y compra de materia prima	154
Tabla 35. Diagrama de flujo – Selección y compra de materia prima	155
Tabla 36. Manual de proceso para la preparación de alimentos.....	157
Tabla 37. Diagrama de flujo – Preparación de alimentos	158
Tabla 38. Manual de proceso para el servicio de atención al cliente	160
Tabla 39. Diagrama de flujo – Servicio de alimentación	161
Tabla 40. Manual de procesos para mantener el registro de transacciones contables.....	163
Tabla 41. Diagrama de flujo – proceso de contabilidad.....	164
Tabla 42. Manual de procesos para el mantenimiento y limpieza de las instalaciones del complejo.....	166
Tabla 43. Diagrama de flujo – Mantenimiento y limpieza del complejo.....	167
Tabla 44. Manual de procesos para el mantenimiento de áreas verdes.....	169
Tabla 45. Diagrama de flujo – Mantenimiento de áreas verdes	170
Tabla 46. Instalaciones centro turístico.....	172
Tabla 47. Maquinaria y Equipo.....	173
Tabla 48. Equipos muebles y enseres.....	174
Tabla 49. Equipos de oficina.....	175
Tabla 50. Equipos de seguridad	176
Tabla 51. Resumen inversión tangible	176
Tabla 52. Gastos de constitución e instalación.....	177
Tabla 53. Unidades promedio producidos por mes	178
Tabla 54. Resumen de costos de materia prima	179
Tabla 55. Costo de mano de obra.....	180
Tabla 56. Costo mano de Obra Unitario.....	180
Tabla 57. Costos indirectos de fabricación	181
Tabla 58. Costo variable unitario	181
Tabla 59. Costo Total.....	182
Tabla 60. Proyección de costos de producción	182
Tabla 61. Gastos servicios básicos	183
Tabla 62. Remuneraciones del personal administrativo.....	184
Tabla 63. Suministros y materiales de oficina	184
Tabla 64. Materiales de aseo y limpieza	185
Tabla 65. Remuneraciones del personal operativo.....	186

Tabla 66. Gastos de publicidad	186
Tabla 67- Capital de trabajo	187
Tabla 68. Inversión total.....	188
Tabla 69. Financiamiento.....	188
Tabla 70. Ingresos por uso de instalaciones	191
Tabla 71. Ingresos por servicio de restaurante	193
Tabla 72. Costos de producción proyectados de MP, MO, CIF.....	194
Tabla 73. Variación del Salario básico unificado.....	194
Tabla 74. Remuneración del personal administrativo	195
Tabla 75. Proyección de la remuneración del personal administrativo.....	195
Tabla 76. Proyección de los servicios básicos	196
Tabla 77. Proyección de suministros y materiales de oficina	196
Tabla 78. Proyección de materiales de aseo y limpieza	197
Tabla 79. Resumen de gastos administrativos proyectados	198
Tabla 80. Proyección de los Gastos de publicidad y promoción.....	198
Tabla 81. Remuneración del personal de ventas	199
Tabla 82. Proyección de la remuneración del personal de ventas.....	199
Tabla 83. Datos para el cálculo de la amortización.....	200
Tabla 84. Cálculo de la amortización anual	200
Tabla 85. Cálculo del resumen de capital e interés anual	200
Tabla 86. Proyección de los gastos de constitución e instalación	201
Tabla 87. Depreciación de activos fijos	202
Tabla 88. Resumen de costos y gastos	203
Tabla 89. Estado de situación inicial.....	205
Tabla 90. Estado de resultados proyectado	207
Tabla 91. Estados de fuentes y usos de efectivo proyectado.....	209
Tabla 92. Estado de situación financiera proyectado	211
Tabla 93. Estado de Flujo de Efectivo proyectado.....	213
Tabla 94. Datos para el cálculo del CK.....	215
Tabla 95. Cálculo de la tasa de rendimiento medio	216
Tabla 96. Cálculo de la tasa interna de retorno	217
Tabla 97. Datos para el cálculo costo beneficio.....	218
Tabla 98. Flujos de caja para calcular PRI.....	219
Tabla 99. Punto de equilibrio en dólares y personas	221
Tabla 100. Resumen de indicadores financieros	222

Tabla 101. Manual de funciones gerente	238
Tabla 102. Manual de funciones contador	239
Tabla 103. Manual de funciones chef	240
Tabla 104. Manual de funciones auxiliar de cocina.....	241
Tabla 105. Manual de funciones mesero.....	242
Tabla 106. Manual de funciones cajero	243
Tabla 107. Manual de funciones jardinero.....	244
Tabla 108. Equipo de trabajo	252
Tabla 109. Factores a validar	253
Tabla 110. Criterios de calificación	254
Tabla 111. Rangos de Calificación	255
Tabla 112. Porcentaje de Calificación.....	255
Tabla 113. Matriz de validación 1.....	257
Tabla 114. Matriz de validación 2.....	258
Tabla 115. Matriz de validación 3.....	259
Tabla 116. Resultados	260
Tabla 117. Costo de materia prima porción 4 personas	270
Tabla 118. Costo de materia prima porción 4 personas	271
Tabla 119. Costo de materia prima porción 4 personas	271
Tabla 120. Costo de materia prima porción 4 personas	272
Tabla 121. Costo de materia prima porción 4 personas	272
Tabla 122. Costo de materia prima porción 4 personas	273
Tabla 123. Costos de M.P, M.O y CIF.....	273

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Proceso del estudio de mercado	37
Ilustración 2:Ubicación geográfica	67
Ilustración 3:Laguna de Cube	70
Ilustración 4:Reserva Ecológica Mache – Chindul	71
Ilustración 5:Complejo D'OREJUELA	72
Ilustración 6:Ejes del Plan Nacional de Desarrollo.....	82
Ilustración 7: Platos típicos	91

Ilustración 8: Esmeraldas provincia turística	102
Ilustración 9: Motivos de visita a la provincia de Esmeraldas	103
Ilustración 10: Preferencias al viajar	103
Ilustración 11: Tipos de transporte utilizados para viajes de turismo	104
Ilustración 12: Frecuencia de visitas a la provincia de Esmeraldas	105
Ilustración 13: Apreciación del cantón Quinindé.....	106
Ilustración 14: Conocimiento de atractivos turísticos en el cantón Quinindé	106
Ilustración 15: Aceptación del complejo turístico.....	107
Ilustración 16: Visitas al complejo turístico en el año	108
Ilustración 17: Interés en tomar el servicio de alimentación en el balneario	108
Ilustración 18: Disposición a pagar por persona y día en el centro.....	109
Ilustración 19: Promoción de destinos turísticos nacionales	110
Ilustración 20: Logotipo del complejo turístico	118
Ilustración 21: Diseño de la página web	123
Ilustración 22: Macro localización – Provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé	127
Ilustración 23: Plano arquitectónico del complejo turístico	143
Ilustración 24: Punto de equilibrio	222
Ilustración 25: Logotipo del complejo turístico	227
Ilustración 26: Vestimenta chef.....	228
Ilustración 27: Vestimenta auxiliar de cocina	229
Ilustración 28: Vestimenta para meseros.....	229
Ilustración 29: Individuales para mesas	230
Ilustración 30: Servilletas para el área de restaurante	230
Ilustración 31: Modelo carta de menú.....	231
Ilustración 32: Vestimenta del personal de mantenimiento	232
Ilustración 33: Organigrama estructural.....	235
Ilustración 34: Organigrama estructural.....	236

ANTECEDENTES

Quinindé, es un Cantón que se encuentra ubicado entre la Provincia de Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas. Posee gran reconocimiento por la región costera del Ecuador, debido a sus llamativas plantaciones de palma africana, variedad de sembradíos, atractivos naturales y gastronómicos.

La ciudad se encuentra con un crecimiento lentamente progresivo en destinos turísticos, sin embargo, su ubicación en plena selva del Chocó biogeográfico hace del Cantón su principal atractivo la naturaleza, dotada de una alta biodiversidad, los mismos que a través de los años han ayudado al desarrollo y crecimiento del pueblo quinindeño.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, (INEC, 2010), Quinindé representa el 24.6% del territorio de la Provincia de Esmeraldas, y se caracteriza especialmente por sus actividades destinadas a la agricultura, como lo es el sembradío de palma africana.

Debido a las óptimas condiciones en que se encontraban las tierras del sector, los habitantes tomaron la decisión de solicitar créditos a las instituciones financieras para así emprender los sembradíos de diversos cultivos, entre los cuales se identifica que más del 50% de la población prefirió la siembra de palma aceitera, lo cual se convirtió en su principal fuente de ingresos durante mucho tiempo.

Por lo antes mencionado, se refleja claramente que el sector turístico del cantón Quinindé se encuentra significativamente desatendido, debido a que los habitantes se han dedicado

a la producción de diferentes cultivos, mientras que, el turismo representa grandes oportunidades de mejoras económicas y sociales en el cantón.

En la actualidad, el cantón posee únicamente dos lugares turísticos, donde el visitante puede apreciar los atractivos naturales que posee el cantón, éstos son: Laguna de cube y Chiche, en ambos lugares se logra percibir los encantos naturales que ofrece el cantón, sin embargo, aún no se evidencia que exista un centro turístico que ofrezca mayor variedad de servicios como son: gastronomía, alojamiento, entre otros requeridos por el turista (PDyOT, 2012-2021, pág. 15).

Según, (Ministerio de Turismo, 2018) la provincia de Esmeraldas es visitada por aproximadamente 30.000 turistas durante cada trimestre del año, en busca de recreación familiar y social, por ello se considera justo y necesario la creación del complejo turístico en el cantón, ya que los lugares turísticos en la actualidad no cumplen con las expectativas, necesidades y requerimientos totales del turista visitante.

Por tanto, el presente estudio se enfocará especialmente en determinar las directrices y parámetros necesarios para la consecución efectiva del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

En vista de la pésima situación en la que se encuentran los Palmi cultores quinindeños se considera importante incentivar el cambio de la matriz productiva, es decir, recurrir a nuevas fuentes de ingreso, ya que la crisis económica que atraviesan impide la satisfacción de las necesidades que se presentan en la población.

El Ministerio de Turismo como ente responsable de la promulgación y estímulo del turismo en el país, a través de su objetivo menciona: “Incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en el Ecuador”, si bien es cierto, se han puesto en marcha varios proyectos de desarrollo turístico a cargo de la entidad antes mencionada, sin embargo, existe desatención hacia el sector Quinindeño, debido a que se presencia escasa infraestructura turística en óptimas condiciones para satisfacer las necesidades que requieren los habitantes del Cantón y aledaños, por ésta razón se considera importante fortalecer y atender ampliamente el turismo, ya que de éste se lograrían obtener beneficios significativos, no solo de interés personal, sino colectivo, ya que mediante la ejecución del proyecto se pretende aprovechar las oportunidades de atractivos naturales que posee el entorno, para alcanzar el fortalecimiento del desarrollo turístico, generación de oportunidades de empleo, y esto conlleva mejorar la calidad de vida como también contribuir al crecimiento socio económico del cantón.

Posterior a investigaciones de fuentes secundarias según (Telegráfo, 2014), se comprueba que el sector público no se ha hecho presente en proyectos de inversión turística, por tanto, se considera necesario la realización de un estudio de factibilidad, con el fin de determinar la viabilidad de la creación de un complejo turístico que brinde seguridad,

confianza y confort en los involucrados, ya que el cantón carece de lugares destinados a la recreación familiar y social.

Por otro lado según (Ministerio de turismo, 2017), se observa que los proyectos turísticos que se dan en el país se encuentran mayormente financiados por el sector privado, debido a la inyección de capitales externos, en vista de que el Ministerio de Turismo en el año 2017, confirma que los mejores aliados para la financiación de proyectos turísticos son los inversionistas extranjeros puesto que estos brindan estrategias efectivas de negocio, mayor seguridad, y aseguran consolidar un destino con calidad de servicios, que permita el posicionamiento nacional.

A través de este proyecto se desea cumplir con el objetivo cinco del Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, mismo que indica: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria” de esta forma se pretende valorar la biodiversidad del cantón como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora dando cumplimiento a lo mencionado en el objetivo cinco del Plan Nacional para el Buen Vivir, a través de la creación de un complejo turístico que permita fortalecer las potencialidades que posee el sector, para así conseguir la satisfacción plena de las necesidades de quienes conforman el cantón Quinindé y aledaños.

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas.

Objetivos específicos

- Determinar los referentes teóricos con el propósito de obtener una visión clara, que permita sustentar el proyecto a través de la revisión bibliográfica.
- Identificar la metodología apropiada que permita recopilar información específica y pertinente para asegurar la fiabilidad de los resultados y llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.
- Efectuar un diagnóstico situacional del cantón Quinindé, mediante una investigación descriptiva de carácter cualitativo para determinar la situación actual del entorno para la creación de un complejo turístico.
- Realizar los estudios de mercado, técnico, económico-financiero y organizacional para determinar la viabilidad técnica, económica-financiero del proyecto.
- Validar el estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico a través de la evaluación del entorno.

CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica

1.1.Introducción

Dentro de la fundamentación teórica se dará a conocer información documental estrechamente relacionada y vinculada con el tema de investigación, es decir, se expresa una descripción detallada de los elementos teóricos en los que se basa para el desarrollo de cada uno de los capítulos del presente proyecto, de forma que se indica cómo y qué información se utiliza, de qué forma se la analiza y generalmente en qué momento servirá de sustento en cada etapa de la realización del proyecto.

1.2.Objetivo

Lograr ampliar la comprensión del tema de investigación a través del análisis de diferentes teorías vertidas por científicos, acerca de los procedimientos y pasos para realizar cada etapa de la presente investigación para así alcanzar la integración y relación de la teoría con la investigación que se está llevando a cabo.

1.3.Problemática

1.3.1. Evaluación turística en la provincia de Esmeraldas

Según Gonzales (2016), menciona que la principal motivación para los visitantes a un centro turístico es incentivar al turista a viajar masivamente a una determinada zona y permanezcan en ella un periodo de tiempo más o menos largo. Por lo tanto, debido a que los turistas van a acudir y alojarse en ese lugar, justifican por sí solos la creación de

una infraestructura turística a su alrededor. Por consiguiente, se considera necesario la presencia de infraestructura acorde a los requerimientos solicitados por las personas que acuden a centros turísticos, con el fin de establecer una relación estrecha con el cliente y así alargar su estadía en el centro turístico.

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello por lo que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo con las instalaciones o servicios que este requiera (Andreu, 2016).

Como dice Morillo Moreno (2016), los centros turísticos no se encuentran limitados únicamente a temporadas vacacionales, debido a que los operadores turísticos pueden contar con una demanda fija, siempre y cuando, estos ofrezcan infraestructura de calidad, es decir, brinden a sus visitantes alojamiento, servicios de interés social, gastronomía, entre otros.

Según el Ministerio del Ambiente (2017), menciona que, la infraestructura turística es aquella que tiene una visión integradora hacia el impulso económico, desarrollo social, protección ambiental y correcto aprovechamiento de los recursos naturales; que asegura un crecimiento a largo plazo y que está enfocada en impulsar la competitividad.

Según Andreu (2017), para que un espacio protegido implemente con éxito el turismo hace falta que contemple e introduzca, entre otras medidas, dentro de sus estrategias de planificación la dotación de infraestructura y equipamiento necesarios, no sólo para permitir un desarrollo turístico adecuado sino para poder llevar a cabo otras tareas tanto

o más importantes como la conservación, vigilancia o investigación. Para poder desarrollar cada una de las funciones anteriores hay diferentes tipos de infraestructuras y equipamientos, para poder facilitar la tarea de análisis, se han agrupado en siete grupos que son:

1. Equipamiento de acogida e información dentro del cual se incluye a centros de visitantes, servicios de guías, servicio de información y museos.
2. Los equipamientos educativos que agrupan a los senderos y los miradores.
3. Un tercer grupo estaría formado por la infraestructura de alojamiento, que incluye hoteles, refugios, áreas para acampar, etc.
4. Equipamientos y servicios básicos entre los que se encuentran el agua potable, sanitarios y duchas.
5. El quinto grupo estaría formado por aparcamientos y muelles.
6. Los equipamientos recreativos, que engloban servicios de restauración, tiendas, áreas de recreo, etc.
7. Por último, el séptimo grupo estaría formado por el equipamiento de investigación, centrado básicamente en las estaciones de investigación.

La provincia de Esmeraldas se ha convertido en una amplia plaza de oferta turística en el país, debido a que posee variedad de atractivos tanto naturales como artificiales, es decir, la provincia verde ofrece bellas playas, complejos turísticos, balnearios, reservas naturales, entre otros, mismos que son atractivos y llamativos para el turista. Es por esto que la ciudad de Esmeraldas se encuentra en constante crecimiento y desarrollo del sector turístico con el fin de contribuir y fortalecer tanto el desarrollo económico como social

de la provincia, sin dejar de lado la demanda creciente que existe por el servicio turístico, lo cual ha generado oportunidades de inversión en centros de recreación y esparcimiento social, sin embargo, aún se evidencia que en la provincia faltan muchos lugares por explotar y aprovechar sus atractivos naturales, como lo es el cantón Quinindé, mismo que en la actualidad según Diario El Universo (2019), “la falta de una adecuada infraestructura es uno de los principales problemas para poder emprender en actividades turísticas, lo cual obstaculiza la generación y desarrollo del sector turístico y económico del cantón”, de tal forma que, no existe una gestión pertinente que ayude a aprovechar de manera óptima los recursos y principales atractivos naturales que posee el cantón, esto ha traído como consecuencia no solo la falta de gestión pertinente del turismo en el cantón, sino también la desinformación acerca de los actuales atractivos naturales que se pueden apreciar en el mismo por parte de los turistas que visitan la provincia. Cabe mencionar que el cantón cuenta con un alto potencial turístico, además de que el valor ecológico, recreativo y paisajístico hacen de este una oportunidad de inversión en infraestructura que brinde servicios de turismo. Por esta razón es importante tener presente los comentarios vertidos por expertos referente a una infraestructura de calidad, ya que de esta depende el progreso y desarrollo de las actividades turísticas que se deseen emprender.

1.3.2. Actividad emprendedora en Ecuador

En función de estudios realizados por investigadores del proyecto Global Entrepreneurship Monitor GEM, se reconoce que existe la oportunidad de emprender en actividades turísticas, ya que el sector turístico merece ser atendido, a través de la puesta en marcha de proyectos sostenibles con el fin de fomentar el desarrollo de este.

Según argumentos del Global Entrepreneurship Monitor GEM (2018), se identifica que la generación de nuevos emprendimientos de carácter innovador contribuye al incremento de mejoras, productividad y oportunidad laboral en diferentes sectores como pueden ser, industrial, comercial o de servicios y demás factores que figuran en el índice de competitividad.

Cabe recalcar, que toda acción emprendedora es sujeto de futuros beneficios, no solo para el ejecutor del proyecto sino también para sus colaboradores, tal como lo menciona Timmons (2017), La actividad emprendedora definida como un proceso de aprovechamiento de una oportunidad aun cuando los recursos sean controlados o limitados, sugiere el predominio de la oportunidad sobre los recursos. Para ello Global Entrepreneurship Monitor GEM (2018), indica que, el proceso emprendedor depende básicamente de dos factores, entornos nacionales que brinden oportunidades para gestar iniciativas emprendedoras y escenarios políticos, sociales y culturales apropiados para su exitoso desarrollo.

Según Global Entrepreneurship Monitor GEM (2018), se observa que la percepción de oportunidades y las habilidades para iniciar empresas, son las que mantienen una puntuación con mayor aproximación a 1. Es decir, la relación que generan estos pilares permite evidenciar el comportamiento de las actitudes emprendedoras en los ecuatorianos, lo cual resulta favorable, ya que la conformación de nuevos ideales de negocio constituye la generación de empleos a personas que carecen de este, logrando así brindar oportunidades de mejora en calidad de vida a todos los involucrados del proyecto.

Para el año 2017, Global Entrepreneurship Monitor GEM introduce el GESI o índice de espíritu emprendedor, en el cual se obtiene el segundo mejor puntaje de la región (0.28)

después de Perú, evidenciando una percepción positiva frente al emprendimiento y una alta autoconfianza en las capacidades o conocimientos necesarios para emprender. Sobre las motivaciones que tienen las personas para iniciar una actividad emprendedora, en el 2017 la proporción de la TEA que emprende por oportunidad supera a los de necesidad (57.31% vs. 42.33%), que es la más alta en todo el periodo estudiado para Ecuador. La tasa de cierre de negocios no ha variado respecto al 2016, pero sigue siendo más baja que para 2012-2015.

La realidad actual conlleva que un emprendimiento bien ejecutado podría convertirse en negocio potencial con muchas oportunidades que lo lleven a posicionarse en el mercado y por ende alcanzar éxito empresarial. Encontrar la clave para realizar esta oportunidad partiendo de la necesidad es la ventana que se pretende descifrar. En el caso ecuatoriano, se han llevado a cabo varios estudios, uno de ellos, el caso de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el cual se indica que Ecuador es el segundo país que más emprende en el mundo, alcanzando un índice de actividad emprendedora temprana del 33.6% a junio del 2016. Esto permite evidenciar que uno de cada tres adultos ha desarrollado un negocio (Pico, 2016).

De la información obtenida se conoce que si existe la oportunidad de emprender en proyectos de recreación y esparcimiento social como lo es en este caso la creación de un complejo turístico, con el propósito de fortalecer y atender ampliamente el sector turismo del cantón, donde se aprovechen los atractivos naturales, así como también las culturas, gastronomía y todos los encantos que posee el Ecuador como un país rico en flora y fauna, cabe mencionar que de esta forma se promueve valorar y conservar la biodiversidad del cantón como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora que permita

fortalecer las potencialidades que posee el sector, para así conseguir la satisfacción plena de las necesidades turísticas de quienes conforman el cantón Quinindé y aledaños.

1.3.3. Descripción técnica para el desarrollo de un estudio de factibilidad

- **Diagnóstico**

“El diagnostico hace referencia a recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición”. (Porto, 2015).

- **Proceso para realizar un diagnóstico**

- ✓ Selección de las variables principales como son geográfica, económica, sociodemográfica, político-legal, cultural y la sectorial.
- ✓ Establecer los indicadores de cada variable, dependerá de la calidad de información que se disponga y de la frecuencia de actualización para la consecución de dichos indicadores.
- ✓ Identificar y seleccionar las fuentes correctas de información (Velasquez, 2019)

Este análisis consiste en identificar la oportunidad diagnostica de la propuesta de negocio para la creación de un complejo turístico, igualmente conocer el micro y macro entono con el objetivo de validar la creación de este.

- **Estudio de Mercado**

Según Philip Kotler el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para una situación de mercado específica, este tiene cuatro etapas básicas:

- ✓ Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.
- ✓ Establecer el tipo de investigación.
- ✓ Búsqueda de información primaria.
- ✓ Análisis de los datos y presentación del informe.

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información relevante que ayude a enfrentar las condiciones en la que se encuentra el mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución de este, ello significa tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, la información deberá ser de calidad, confiable y concreta (Kotler, 2015).

- **Proceso para efectuar un estudio de mercado:**

Para el proceso de la investigación de mercados es necesario hacer una evaluación de los objetivos de corto, mediano y largo plazo, el cual implica hacer un diagnóstico de todo el sector en donde se pretende crear el complejo turístico, para identificar la demanda, oferta, y estrategias de marketing, de tal manera, aclarar la necesidad de crear el complejo, igualmente identificar el problema que se requiere solucionar mediante esta investigación (Prieto, 2016, pág. 72).

El diseño de la investigación es un esquema fundamental que orienta a la fase de recolección y análisis de datos de la situación encontrada y que será solucionada mediante una investigación exploratoria, donde se analizan los datos secundarios, se observan las conductas y se entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual (Prieto, 2016, pág. 84).

La búsqueda de información primaria se lleva a cabo mediante la elaboración de instrumentos de recolección de datos utilizando métodos para la elaboración de entrevistas, cuestionarios y otros instrumentos para obtener información relevante en la investigación (Prieto, 2016, págs. 88-89)

Se realiza el muestreo con el objetivo de conocer las características de la población ya que esta no puede ser examinada en su totalidad, esta investigación es menos costosa y rápida generando resultados más precisos que un censo. El proceso de muestreo tiene los siguientes pasos:

- ✓ Definir la población, el elemento muestral, la unidad muestral, la extensión y el tiempo
- ✓ Especificar el marco muestral
- ✓ Definir el método de muestreo
- ✓ Determinar el tamaño de la muestra
- ✓ Seleccionar los elementos de la muestra
- ✓ Recopilar datos de los elementos seleccionados (Prieto, 2016, págs. 111-112)

Luego de obtener la información recopilada mediante la tabulación, la cual se realiza electrónicamente, se debe hacer uso de la lógica para interpretarlos y a su vez hacer las recomendaciones pertinentes en el tema del objeto de estudio (Prieto, 2016, pág. 124)

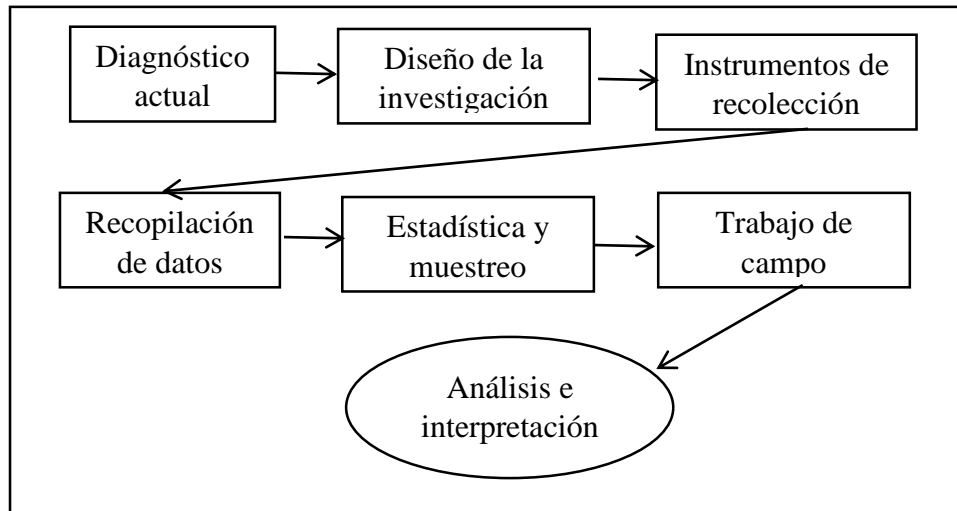


Ilustración 1: Proceso del estudio de mercado
Fuente: Libro Prieto
Elaborado: Prieto

Una vez terminada la investigación, con los resultados obtenidos se procede a obtener datos para determinar la demanda y oferta, misma que estará conformada por las personas que están interesadas en tomar servicios de recreación y esparcimiento social.

- **Los pasos para definir la demanda son:**

Recopilar información de fuentes primarias

Se lleva a cabo con los consumidores, mediante instrumentos de recolección de datos.

Segmentación:

La Asociación Americana de Marketing, define a la segmentación del mercado como el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización.

Para lo cual se consideran los siguientes pasos:

- 1) Identificación de las variables de segmentación y los segmentos de mercado, en función de nuestro producto o servicio.
- 2) Desarrollo de perfiles descriptivos de cada segmento.

Se deben considerar los siguientes criterios de segmentación:

- Generales-objetivos: Demográficos (edad, sexo), Socioeconómicos (renta, estudios) y geográficos (país, nación)
 - Generales-subjetivos: Personalidad del consumidor (líder, introvertido...) estilos de vida (actividades, intereses, opiniones)
 - Específicos-subjetivos: ventaja buscada, actitudes, percepciones o preferencias del consumidor respecto a la marca, el producto o el servicio.
 - Específicos-objetivos: Tipo de consumidor (grande, medio), tipo de uso, fidelidad, tipo de compra, situación de compra, lugar de compra, etc.
- 3) Determinar los servicios mayormente cotizados por el mercado del sector turismo.
 - 4) Selección del segmento o segmentos objetivo (target o público ideal). La elección de un segmento de mercado debe realizarse midiendo su potencial actual y futuro, así como la competencia existente en el mismo.

Posicionamiento:

Luego de obtener el mercado meta, se planifica para atraer a dicho mercado. Esto es un proceso de retroalimentación ya que los consumidores objetivos determinan el posicionamiento y viceversa.

Para esto se debe considerar las siguientes etapas:

- 1) Identificación de acciones para posicionarse en los segmentos escogidos: creación de una nueva línea de productos o servicios, adaptación o mejora de un producto, etc.
- 2) Selección y aplicación de las acciones de posicionamiento escogidas para cada segmento de mercado (Aguirre, 2017).

- **Para el análisis de la oferta se siguen los siguientes pasos:**

Recopilar información de fuentes primarias

Se lleva a cabo con los competidores, mediante instrumentos de recolección de datos.

Recopilar información de fuentes secundarias

Contienen información relacionada con los competidores y están disponibles para el acceso público. Como son:

- ✓ Libros, artículos publicados en revistas, folletos de ventas.

- ✓ Publicidad, que muestra el precio e información de los productos y, además, brinda un indicador del plan promocional de la competencia.
- ✓ Informes anuales que ofrecen información del volumen de ventas, aumento en ingresos y participación total en el mercado.
- ✓ Observación directa de los servicios que ofrecen los complejos.

Analizar la información de la oferta

Una vez recopilada la información, se analiza para establecer la información del producto/servicio y estrategias de mercadeo, y se identifica las fortalezas y debilidades de la competencia.

Determinar la posición competitiva

Finalmente, se evalúa el producto/servicio con el de la competencia, cuantos más atributos únicos tenga el producto/servicio, más sólida será la posición competitiva en el mercado (Corvo, 2019).

Marketing mix

Es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps. Se consideran como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. (Espinosa, 2014).

- **Variables del marketing mix**

Producto: Es la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta, es decir, se concreta el producto o servicio a ofrecer a los clientes.

Precio: Es la cantidad de dinero que una persona está dispuesta a pagar para poder gozar de la prestación de un bien o servicio.

Plaza: Conjunto de actividades que la empresa emprende para que el producto o servicio este a disposición de los clientes en el lugar y tiempo adecuado.

Promoción: A través de este medio las empresas dan a conocer su producto o servicio con sus respectivas características, de tal manera llegar al cliente objetivo. (Kotler, 2015).

- **Estudio Técnico**

Según Urbina (2014), un estudio técnico es aquel que permite proponer y analizar diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas identificando instalaciones, materia prima, costos de inversión y capital de trabajo. Los componentes esenciales que conforman un estudio técnico son:

- ✓ Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- ✓ Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- ✓ Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- ✓ Identificación y descripción del proceso
- ✓ Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio (Urbina, 2014).

Pasos para llevar a cabo un estudio técnico

- **Tamaño**

Estará definida por la capacidad de producción del servicio en el periodo de un año, para esto se medirá el tamaño óptimo que le permita al complejo turístico alcanzar los objetivos establecidos en el diseño tomando en cuenta factores como son la información de la demanda, el proceso, período, costos de producción, la disponibilidad de capital, los precios.

El tamaño mínimo del proyecto se define como la utilización mínima de los recursos al iniciar las actividades operativas de la propuesta de negocio, con el fin de cumplir con las necesidades y requerimientos solicitados por el cliente considerando la demanda disponible y el tamaño mínimo económico de la propuesta de negocio.

Se tomará en cuenta además la capacidad diseñada como meta principal del proyecto misma que depende de la disponibilidad del servicio, la capacidad instalada que es efectivamente la que se implementa y la capacidad real del complejo turístico (Lara, 2014, págs. 112-113).

- **Localización**

Se encuentra la ubicación más beneficiosa para la sostenibilidad de la creación de un complejo turístico en su operación y mantenimiento, esto debe minimizar los costos

de inversión y maximizar las ganancias mediante un análisis de factores estratégicos de la macro y micro localización:

Macro localización: Una localización general se la realiza a nivel nacional-provincial para lo que se toma en cuenta: facilidades para la eliminación de desechos, flujos de transporte, un análisis de costos y el conocimiento de la zona.

Micro localización: Es más específica mediante la ubicación de la materia prima, la mano de obra especializada y las vías de acceso (Lara, 2014, págs. 118-120).

Según Lara sugiere el siguiente proceso:

- ✓ Un análisis preliminar en el que se toman en cuenta las estrategias del proyecto como las necesidades de transporte, suelo, suministros, personal e infraestructura.
- ✓ La disponibilidad de materia prima en la que se determinan las características de esta y su distribución geográfica.
- ✓ Haber realizado el estudio de mercado en el que se obtienen las características de los productos ofertados.
- ✓ Se determinan los costos de transporte y su incidencia en el precio.
- ✓ Se determinan los posibles puntos de localización.
- ✓ Se determinan las distancias de transporte, así como sus facilidades o dificultades.
- ✓ Determinar el tamaño de la planta.
- ✓ Preselección de puntos alternativos de localización.

- ✓ Se analizan otros criterios como las leyes, reglamentos y condiciones generales de vida.
- ✓ Se evalúan las alternativas seleccionadas
- ✓ Se selecciona la alternativa óptima para el complejo turístico (Lara, 2014, pág. 121).

- **Ingeniería**

Estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, es decir, analizando todo el proceso productivo, determinando los suministros, los procesos para desarrollar el servicio del proyecto, el elemento humano, el tratamiento y almacenaje de los productos y las decisiones sobre los desechos productivos (Lara, 2014, pág. 125).

El proceso técnico para la ingeniería del proyecto es el siguiente:

- ✓ **Conocimiento de las características del servicio:** Deben estar detalladas claramente pueden ser: presentación, envase, empaque, sabor, olor, color, normas técnicas y de calidad, estas características están dadas a través de la investigación de mercado y permiten diseñar el servicio de acuerdo con las necesidades y preferencias de los turistas.
- ✓ **Descripción del proceso del servicio:** Permite detallar los costos de cada parte del proceso, así como: los implementos, la mano de obra especializada para ello se debe elaborar un diagrama de procesos que puede ser de bloques o de flujos, se determina el proceso del servicio, así como los requerimientos de los factores indicados, se diseña la planta en la cual se visualizan todas las áreas del proyecto y finalmente se elabora un cronograma de inversiones en el

que se visualiza el proceso de inversión a través del tiempo que puede ser realizado en un diagrama de Gantt.

- ✓ **Programa de producción:** Permite determinar el tipo de implementos que se van a usar, el diseño de la planta con las dimensiones de cada área (Lara, 2014, págs. 126-137).
- ✓ **Infraestructura:** Se toma en cuenta el proceso de producción, así como el requerimiento de instalaciones de las maquinarias y equipos, el diseño de la ingeniería debe ir de acuerdo con la zona y a sus condiciones climáticas y su grado de disponibilidad y sin afectar el medioambiente.
- ✓ **Disposición de la planta:** Hace referencia al acondicionamiento de la maquinaria y equipos dentro del espacio señalado a las operaciones, con el propósito de formar una unidad productiva en la que el esfuerzo humano se emplee en su máxima productividad.
- ✓ **Tecnología:** Permite definir la tecnología adecuada para realizar los respectivos mantenimientos que se requieran en el complejo turístico.
- ✓ **Capital de trabajo:** Capital necesario para el adecuado funcionamiento durante un ciclo productivo, depende de las características del producto o servicio, así como de las distintas fuentes de insumos. (Valdivia, 2017).

- **Marco legal**

Son los requerimientos legales y tributarios que se necesitan para el funcionamiento del complejo turístico, mediante el establecimiento de permisos legales conseguir la autorización para crear el complejo y se logre el funcionamiento adecuado

del mismo, además se establecen los tiempos de demora de estos trámites (Lara, 2014, pág. 161).

- **Estudio Financiero**

Un estudio financiero contiene la información esencial de los fondos con los que cuenta una empresa; un buen manejo financiero puede beneficiar el desarrollo de un negocio o empresa. Los elementos que se deben considerar en un estudio financiero son:

- ✓ Inversiones fijas
- ✓ Inversiones intangibles
- ✓ Inversiones de capital de trabajo
- ✓ Ingresos
- ✓ Recursos financieros suficientes para la inversión y gastos.
- ✓ Gastos de administración del negocio: el personal, papelería y artículos en general que se utilizarán.
- ✓ Gastos de financiamiento: son gastos que pueden presentarse durante la apertura de la empresa.
- ✓ Estado de resultados proyectado
- ✓ Impuestos: contemplar los pagos que se harán por concepto de impuestos.
- ✓ Presupuesto de caja: se elabora para conocer el movimiento del dinero y la cantidad con la que se cuenta.

- ✓ Balance general proyectado: permite conocer de manera anual cual es el costo de la empresa; también se puede hablar del balance inicial, en donde los primeros datos son muy recientes para que se pueda saber el estado real de la empresa.
- ✓ Riesgos: prever lo que sucedería en caso de un contratiempo o en caso de aumentos en cuentas.
- ✓ Flujo neto de efectivo: se refiere a la cantidad exacta que recibirá la empresa los años de vida que tenga se tendrá que restar el flujo de ingreso menos el flujo de egreso y así en el último año recuperar y pagar deudas.
- ✓ Finalmente se presentarán las conclusiones mostrando el beneficio real y lo que se obtendrá restando los gastos en los que se incurra.
- ✓ Indicadores financieros para determinar la viabilidad del proyecto
- ✓ Análisis de sensibilidad

Con este estudio se trata de reducir errores y se pretende observar el comportamiento de la empresa e identificar su viabilidad, así mismo conocer si la capacidad de una empresa puede ser sustentable, viable y rentable en el tiempo de tal manera que la administración tenga una visión clara de la salud financiera de la organización (Peralta, 2013).

Proceso para realizar un estudio financiero

Inversiones: Son los gastos que se efectúan en el periodo para adquirir los factores como la mano de obra, la materia prima y el capital productivo que se requieren

para la creación del complejo turístico, que genera beneficios en el periodo establecido como vida útil del proyecto, por lo tanto, su orientación es hacia el futuro cuyos beneficios son financieros, económicos, sociales y ambientales, además estarán sujetas a la inflación, devaluación, entre otras (Lara, 2014, pág. 163).

Inversiones fijas

Desembolsos de dinero para proceder con la adquisición de activos que se requieren para la producción de los bienes o servicios, las cuales se clasifican en:

- **Inversiones tangibles:** Son aquellas inversiones para realizar las adquisiciones de expresión física como: terreno, obras civiles, maquinaria, enseres entre otros.
- **Inversiones intangibles:** Son gastos en los que se incurre para la operación normal de la empresa como: estudios, gastos de organización, gastos de puesta en marcha, entre otros. (Valdivia, 2017).

Capital de trabajo preoperativo: Está formado por los costos fijos, variables y gastos administrativos, de ventas y financieros necesarios para el desarrollo del servicio que se realizan al inicio de las operaciones normales del proyecto.

Para determinar el capital de trabajo preoperativo, se puede seleccionar cualquiera de los siguientes métodos, el que más se adapte al proyecto.

Sumatoria de costos y gastos por periodo: Se realiza una sumatoria de todos los costos y gastos por periodo de operación, para que el negocio adquiera todo lo necesario para brindar sus servicios y empiece la venta de estos, las transacciones son al contado y el proyecto no dispone de inventarios.

Método contable: es decir los sueldos y salarios acumulados, proveedores, impuestos e intereses del activo corriente, es decir las inversiones temporales de corto plazo, los inventarios, las cuentas por cobrar, tomando consideraciones tales como las políticas del negocio sobre el tipo de crédito que se da a los clientes, el plazo y el monto estableciendo la variación de inventarios mes a mes.

Método de déficit acumulado máximo: se usa si los flujos iniciales de este proyecto son negativos, lo cual se debe a no tener ganancia de forma inmediata, para lo cual se establece la vida útil del proyecto, se determinan los flujos de caja positivos y negativos y su diferencia, sumándose solo los flujos negativos acumulándose, siendo el valor más alto el capital de trabajo.

Método del periodo de desfase: se establecen los costos y gastos por mes de actividad y se multiplica por los días necesarios para obtener ingresos por ventas para la operación normal del proyecto.

Costos de producción: Estos egresos se realizan en el proceso del servicio y se relacionan con el mismo, siendo estos directos en los que se incluyen los materiales directos y la mano de obra directa como los sueldos y salarios, y los indirectos siendo estos la mano de obra indirecta como los supervisores, los materiales indirectos, y los costos indirectos de fabricación como el alquiler y los seguros.

Gastos del proyecto: Son egresos del proyecto que no pertenecen al proceso de producción y le sirven de apoyo para su comercialización se divide en: gastos administrativos como los de planificación, control, evaluación, de servicios contratados, de personal como sueldos y horas extras, entre otros; gastos de ventas conformado por los que se destinan al proceso de vender el producto como la promoción, marketing,

atención al cliente, entre otros; gastos financieros formados por el pago de intereses provenientes del capital financiero de los préstamos.

Ingresos del proyecto: Son las entradas de dinero que el proyecto tiene, principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades, estos pueden ser operacionales es decir se producen por las actividades normales del proyecto y no operacionales que pueden ser ingresos por inversiones financieras, ventas de activos fijos.

Flujos de caja del proyecto: Los operacionales son resultantes de la operación del proyecto, los financieros provienen de los pagos y la adquisición de los préstamos y los de inversión procedentes de la compra y la venta de activos fijos, para esto se realiza el siguiente proceso: Se calcula los ingresos operativos y no operativos, se determinan los costos de ventas, se determinan todos los gastos operativos como los de administración, ventas y depreciación, así como también los no operativos como los financieros y se calcula el valor de la participación de los trabajadores e impuesto a la renta.

Balance de situación inicial proyectado al año uno de vida operativa del proyecto: Se debe disponer de la información de los activos, pasivos y del patrimonio, se determina la fecha de corte y se usa una estructura.

Estado de pérdidas y ganancias: Se determina la cantidad a ser vendida de cada uno de los productos del negocio, el precio para así calcular los ingresos, se determinan los costos y gastos, así como también los impuestos (Lara, 2014).

Indicadores financieros

Los indicadores financieros más destacados que serán utilizados para la evaluación financiera del proyecto y determinar la viabilidad de este son los siguientes:

Valor actual neto: Es un indicador financiero que compara los ingresos y egresos netos en los que incurre un proyecto, es decir en el periodo 0, lo cual sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.

Los criterios para determinar el valor actual neto son los siguientes:

- **VAN > 0:** Indica que la inversión ha generado ganancias o beneficios adicionales, por lo tanto, el proyecto es rentable.
- **VAN = 0:** El proyecto es viable e indica que se pudo cubrir la inversión en el tiempo estimado para el proyecto. Se debe hacer un estudio de sensibilidad y tomar en cuenta otros criterios antes de tomar una decisión.
- **VAN < 0:** Indica que la inversión generará pérdidas al final del proyecto. Se rechaza la inversión.

Tasa interna de retorno: Permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo, es decir, se conoce el rendimiento anual en porcentaje obtenido sobre el capital invertido.

Periodo de recuperación de la inversión: Es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial, y así, tomar decisiones y saber si es factible invertir en el proyecto.

Costo-beneficio: Este método consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Si se quiere que el método tenga una base sólida, tanto los costos como los beneficios deberán estar expresados en valor presente, lo cual permite conocer y decidir en cuanto, si los gastos son mayores que los

ingresos, significa que el proyecto no es viable, ya que no se obtendrán utilidades esperadas. (Benjamín & Fincowsky, 2014)

- **Estudio Organizacional**

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. La teoría clásica de la organización se basa en los principios de la organización propuestos por Henri Fayol, los cuales se refieren a:

- ✓ El principio de la división del trabajo para lograr la especialización.
- ✓ El principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tengan el mismo objetivo bajo la dirección de un solo administrador.
- ✓ El principio de la centralización, que establece el equilibrio entre centralización y descentralización.
- ✓ El principio de la autoridad y responsabilidad (Benjamín & Fincowsky, 2014).

El objetivo del estudio organizacional es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Del estudio anterior, se deben determinar los requerimientos de recursos humanos, de localización, muebles y enseres,

equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos (Benjamín & Fincowsky, 2014).

Para efectuar el estudio organizacional se llevan a cabo los siguientes pasos:

- **Análisis multietapa**

Esta herramienta se utiliza para determinar la vía para que el proceso administrativo articule el marco de actuación de la organización con su infraestructura y forma de gestión y medición de sus acciones.

Etapa 1. Planeación: Es el proceso sistemático y estructurado para utilizar la inteligencia de la organización en la búsqueda de respuestas a preguntas vitales para su diseño, estructura, dirección y control, que considera la dinámica del cambio social tanto en el entorno actual como en un escenario futuro.

- ✓ **Visión:** Declaración fundamental de valores, logro de aspiraciones comunes, nivel de compromiso y espíritu de equipo.
- ✓ **Misión:** Constituye en una guía de actuación que enlaza lo deseado con lo posible.
- ✓ **Objetivos:** Propósito o fin que orienta las acciones para traducir el objeto de una organización en resultados.
- ✓ **Metas:** Unidades de medida que relacionan recursos y acciones con objetivos.
- ✓ **Estrategias:** Conjunto de compromisos y acciones integrados, coordinados y diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva.

- ✓ Procesos: Conjunto ordenado de etapas que sistematizan las acciones de la organización para transformar insumos en productos y servicios de calidad.
- ✓ Políticas: Guías básicas de carácter general que orientan las acciones para normar la gestión de una organización.
- ✓ Procedimientos: Técnica que incorpora información sobre la sucesión cronológica y secuencial de operaciones concatenadas entre sí para cumplir con una función, actividad o tarea.
- ✓ Programas: Agrupación de diversas actividades a las que se asigna tiempo y recursos para su realización.
- ✓ Enfoques: Forma de visualizar áreas de influencia que relaciona procesos con funciones.
- ✓ Niveles: Definición del área de responsabilidad en función de la cadena escalar de autoridad.
- ✓ Horizonte: Recurso para definir la espacialidad y temporalidad de las acciones de una organización.

Etapa 2. Organización: Proceso que parte de la especialización y división del trabajo para agrupar y asignar funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía con el fin de contribuir al logro de objetivos.

- ✓ Estructura organizacional: Composición orgánica de una entidad.
- ✓ División y distribución de funciones: Delegación de autoridad y responsabilidad en un individuo, grupo o unidad administrativa.

- ✓ Cultura organizacional: Conjunto de valores, actitudes, hábitos y supuestos que definen a una organización.
- ✓ Recursos humanos: Elemento más valioso de una organización.
- ✓ Cambio organizacional: Capacidad de emprender acciones con otra óptica para innovar valor.
- ✓ Estudios administrativos: Iniciativas para mejorar la dinámica organizacional.
- ✓ Instrumentos técnicos de apoyo: Recursos que coadyuvan a la correcta realización de las acciones y al aprovechamiento racional de los recursos (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 12).

Etapa 3. Dirección: Proceso de guiar y proveer de soporte necesario a las personas para que contribuyan con efectividad al logro de las metas de la organización.

- ✓ Liderazgo: Poder de influir sobre las personas para lograr que las acciones se implementen de la mejor manera posible.
- ✓ Comunicación: Medio para transmitir información con un significado comprensible.
- ✓ Motivación: Recurso para generar conductas y hechos positivos para las personas y la organización.
- ✓ Grupos y equipos de trabajo: Núcleos de trabajo productivos que integran habilidades y conocimientos que atienden un fin común.

- ✓ Manejo del estrés, el conflicto y la crisis: Atención que ofrece la organización a las actitudes y conductas que influyen en el comportamiento y nivel de desempeño del personal de la organización.
- ✓ Tecnología de la información: Recurso de apoyo para alcanzar resultados en la organización.
- ✓ Toma de decisiones: Proceso estratégico para minimizar errores y maximizar resultados.
- ✓ Creatividad e innovación: Capacidad de encontrar formas de hacer las cosas de una manera diferente a la tradicional para crear un valor agregado.

Etapa 4. Ejecución: La etapa de ejecución se la define como el proceso dinámico de convertir en realidad la acción que ha sido planeada, preparada y organizada. Al respecto Ferry dice que “en la práctica muchos gerentes creen que la ejecución es la verdadera esencia de la administración”. Proceso:

- ✓ Asignación de tareas
- ✓ Efectuar las actividades programadas.
- ✓ Comunicación: Terminación de actividades, comunicar riesgos, sugerir cambios requeridos durante la ejecución de tareas.
- ✓ Promover la calidad en las actividades a realizar.
- ✓ Solicitar informes de avances en las tareas.

Etapa 5 Control: Utiliza una persona, un grupo o una organización para regular sus acciones y hacerlas congruentes con las expectativas definidas en los planes, en las metas y en los estándares de desempeño.

- ✓ Naturaleza: Técnica para regular las acciones de una organización de acuerdo con las normas de desempeño establecidas.
- ✓ Sistemas: Término de ejecución de los controles de acuerdo con los sistemas de trabajo.
- ✓ Niveles: Manejo de controles en los distintos estratos jerárquicos.
- ✓ Procesos: Aplicación de las normas de actuación para medir el desempeño.
- ✓ Áreas de aplicación: Nivel de delegación de controles en función de su área de influencia.
- ✓ Herramientas: Técnicas que la organización utiliza para implementar los controles.
- ✓ Calidad: Sistema para gestionar el logro de procesos, productos y servicios de calidad.

- **Análisis multinivel**

Sirve para identificar los niveles jerárquicos que la organización establece para lograr una ventaja competitiva mediante la elección y la administración de líneas de negocios en distintas dimensiones y ámbitos.

- ✓ Nivel 1: Examinar los niveles jerárquicos corporativos, funcionales, de negocio y globales.

- ✓ Nivel 2: Asociar los contenidos de los niveles jerárquicos con el perfil de la respuesta de los mandos superiores, mandos medios y base operativa.
- ✓ Nivel 3: Evaluar la alternativa de emplear unidades desconcentradas como alternativa para descargar el aparato administrativo de la organización mediante la asignación de facultades a distintos ámbitos territoriales para asumir funciones de soporte adjetivas y funciones sustantivas sobre las que es necesario ejercer un estricto control.
- ✓ Nivel 4: Ponderar la utilización de unidades descentralizadas como instancias responsables de consolidar la atención en los productos y servicios, diversificar las líneas de operación con un nivel de autonomía que respalde el manejo financiero, el cuidado de los aspectos normativos y sociopolíticos, la estrategia para enfrentar a la competencia y la vía para definir estrategias.
- ✓ Nivel 5: Considerar el desarrollo de una composición organizacional que combine estructuras función/proceso, estructuras estratégicas, estructuras en red y estructuras virtuales, como una plataforma para administrar en múltiples niveles la delegación de autoridad y responsabilidad, las líneas de oportunidad y las estrategias de la organización.
- ✓ Nivel 6: Valorar la incursión en mercados extranjeros para aumentar la rentabilidad, apalancar habilidades distintivas, explotar los efectos de la curva de la experiencia y dimensionar la escala de penetración para asumir compromisos estratégicos (Benjamín & Fincowsky, 2014, pág. 13).

El proceso antes mencionado permite tener una gestión estratégica dentro de una empresa, el cual permite integrar todos los elementos de operación y las acciones estratégicas, con

el fin de conseguir un nivel alto de desempeño para lograr los objetivos propuestos por una organización.

CAPÍTULO II: Procedimientos metodológicos

2.1.Introducción

El presente proyecto se enmarca en un estudio descriptivo en donde intervienen los enfoques cualitativo y cuantitativo, con el cual se busca conocer el entorno y determinar comportamientos y características principales que el mercado potencial tiene al momento de incursionar en actividades de recreación y esparcimiento social, lo cual se alcanzará mediante la recolección de información, por medio de fuentes primarias como entrevistas, encuestas, dirigidas a la competencia y posibles clientes. Así mismo, se utilizará fuentes secundarias, tales como artículos, libros y otros que ayuden a sustentar la puesta en marcha de la propuesta.

2.2.Objetivo

Identificar la metodología apropiada que permita recopilar información específica y pertinente para asegurar la fiabilidad de los resultados y llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

2.3.Tipo de investigación

El tipo de investigación al cual se alineará esta propuesta es descriptivo, mediante el cual se obtendrá información específica sobre la zona de estudio.

Según Sampieri, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri, 2014, pág. 92).

Por tal motivo se empleará una investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo, el mismo que permite conocer de una mejor manera el entorno y comportamientos, con información congruente y fiable mediante diversas técnicas e instrumentos de recolección de información para este proyecto.

2.4.Métodos

La presente propuesta de investigación se desarrollará mediante el método deductivo, el cual permite conocer estrategias de razonamiento y así deducir conclusiones lógicas a partir de la obtención de información pertinente para el proyecto.

El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos, es decir se fundamenta en un esquema deductivo y lógico, que busca formular pregunta e hipótesis para posteriormente aprobarlas (Sampieri, 2014, pág. 123).

2.5.Técnicas e Instrumentos

En la presente investigación de campo se utilizan técnicas e instrumentos para medir variables y recolectar información necesaria, para la cual se consideró el muestreo no probabilístico por conveniencia, lo que permite elegir aquellos casos que pueden ser incluidos, es decir donde los sujetos son seleccionados de acuerdo a la conveniencia del investigador (Manuel Otzen, 2017).

Las técnicas consideradas para la propuesta de investigación son: las encuesta, entrevista, observación y la investigación documental.

Encuesta: Es un cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, mismos que recogen información primaria, donde la información obtenida es analizada mediante métodos cuantitativos (Sampieri, 2014, pág. 115).

El cuestionario, también conocido como encuesta ayuda principalmente durante el estudio de mercado, es decir, permite el reconocimiento específico de las necesidades recreativas solicitadas por los habitantes del cantón y extraños al mismo.

Entrevista: La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra u otras, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Sampieri, 2014, pág. 117).

Esta técnica, también tiene influencia durante el estudio de mercado, ya que mediante la entrevista se obtendrá una percepción más amplia y clara de las condiciones y factores claves para emprender en actividades turísticas, así como también a identificar la oferta de la competencia mediante la información primaria que los mismos brinden.

Observación: es una acción sistematizada y lógica de que consiste en un registro visual de lo que se quiere conocer, lo que implica captar de la manera mas objetiva, lo que ocurre en el mundo real, con el fin de describir, analizar y explicarlo de una perspectiva clara y científica.

La observación se utilizó para reconocer la aptitudes y comportamientos de las personas que asisten a balnearios o centros de entretenimiento, de tal manera definir los gustos y preferencias que estos tienen al momento de contratar un servicio de recreación y esparcimiento social.

Investigación documental: La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información, basado en el análisis e interpretación de información secundaria (Sampieri, 2014, pág. 110).

A través de esta técnica se recopila información pertinente que ayuda a determinar la oportunidad diagnostica del proyecto, mediante el desarrollo de variables e indicadores referentes al macro y microentorno de la propuesta de negocio. Además, esta técnica es referente para la recopilación de información acerca de demografía del entorno donde se ejecutará el proyecto, con el fin de definir la demanda potencial de la propuesta de negocio.

2.6.Variables diagnósticas

Una vez determinado el tipo de investigación que se aplicará con el fin de analizar la realidad del sector en estudio, se han identificado las principales variables, con el propósito de reconocer las condiciones del macroentorno hacia el que está dirigido el

proyecto, estos se han considerado en función de los factores involucrados directamente con las necesidades y requerimientos del cantón.

A continuación, se detallan las siguientes:

2.6.1. Variables

- Aspectos Geográficos
- Aspectos Económicos
- Aspectos Socio – demográficos
- Aspectos Político – legal
- Aspectos Culturales
- Sector turismo

2.6.2. Indicadores

Aspectos Geográficos

- Ubicación
- Clima
- Vías de acceso
- Servicios Básicos
- Atractivos turísticos

Aspectos Económicos

- Población Económicamente Activa

- Sectores Económicos
- Tasa de Inflación
- Tasa de crecimiento Quinindé

Aspectos Socio – demográficos

- Población (edad, genero)
- Analfabetismo
- Nivel de instrucción
- Empleo y Desempleo
- Índice de delincuencia
- Servicios de seguridad

Aspectos Político – legal

- Plan Nacional de desarrollo (2017-2021)
- Ley de turismo
- Ley de solidaridad (Art. 13)
- Proyecto de Ley reformativa orgánica al código orgánico de la producción, comercio e inversiones, para zonas especiales de desarrollo económico para el sector turístico de las provincias de Manabí y Esmeraldas.

Aspectos Culturales

- Costumbres
- Gastronomía

Sector turismo

- Turismo en Ecuador
- Turismo en Esmeraldas

CAPÍTULO III: Diagnóstico

3.1. Introducción

El diagnóstico se lo realiza con el fin de reconocer la situación actual del sector en estudio, donde se ejecutará la presente propuesta, describiendo los aspectos más relevantes que contribuyan a la misma, tales como geográficos, demográficos, económicos, sociales, sector turismo, entre otros, considerando que todo proyecto debe ser influyente con su entorno. Para lo cual se desarrollan las variables con sus indicadores, con el objeto de conocer la factibilidad de crear el complejo turístico, mismo que brinde al turista un ambiente agradable y confort para disfrutar de los atractivos naturales que posee la zona.

3.2. Objetivo

Realizar un diagnóstico situacional del cantón Quinindé, mediante una investigación descriptiva de carácter cuantitativo para determinar la situación del entorno para la creación de un complejo turístico.

3.3. Desarrollo de variables

El desarrollo de variables es de gran importancia ya que permite reconocer, analizar, evaluar y conocer el entorno de la zona en estudio, para lo cual se desarrollan las siguientes variables con sus respectivos indicadores:

3.3.1. Aspectos geográficos

En los aspectos geográficos se observa el espacio físico en el que se desenvuelven los habitantes del cantón y su interrelación con el medio ambiente, para los cuales se han considerado los siguientes indicadores:

- **Ubicación**

El cantón Quinindé se encuentra ubicado a 100 Km de la provincia de Esmeraldas, éste cuenta con seis parroquias, por cuanto representa el 24.6% del territorio de la ciudad verde, sus coordenadas geográficas son: Latitud: 00°13'33" N y Longitud: 73°26'00" W. Limita al Norte con los cantones Esmeraldas y Rio Verde; al Sur con La Concordia; al Este con los cantones Eloy Alfaro (Prov. Esmeraldas) y Puerto Quito (Prov. Pichincha); y, al Oeste con los cantones Muisne (Prov. Esmeraldas) y Pedernales (Prov. Manabí) (PDyOT, 2012-2021, pág. 6).

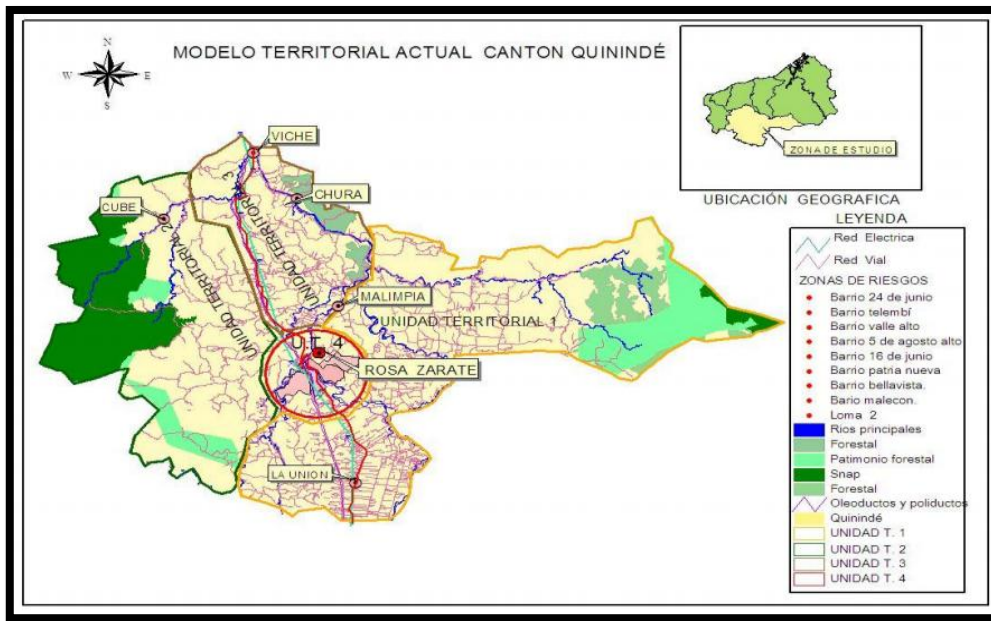


Ilustración 2: Ubicación geográfica

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quinindé 2012-2021.

Elaborado: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Quinindé

- **Clima**

“Quinindé presenta un clima cálido, con temperatura 21° a 31° C; la precipitación media anual es de 2300 mm con excepción de períodos anormales como el Fenómeno del Niño; Altitud: 115 msnm y Zona de Vida: Húmedo Tropical” (PDyOT, 2012-2021, pág. 9).

- **Vías de acceso**

La ciudad de Quinindé debido a la concentración de equipamientos de salud, educación entre otros, así como la concentración de las actividades comerciales e industriales; constituye un polo que atrae a población de parroquias rurales y demás. La red vial provincial comunica estratégicamente todo el sector productivo, poblaciones

importantes, en la zona centro occidental; Quinindé, La Sexta, Las Golondrinas, Zapallo y en la zona central; La Concordia, Plan Piloto, Monterrey y La Villegas. El sistema vial en el ámbito urbano del cantón Quinindé está constituido por calles y arterias. La carretera principal Quinindé – Santo Domingo es de cuatro carriles y está construida con hormigón armado, esta carretera es competencia del Estado. El tramo comprendido entre Quinindé y Esmeraldas está sometido a la ejecución de un proyecto de ampliación de dos a cuatro carriles con material de asfalto por parte de Estado. Quinindé tiene vías de segundo orden que la unen con otros centros poblados como Quinindé-Malimpia-Las Golondrinas, también está conectada con las carreteras de segundo orden La Unión-Playa del Muerto, La Unión-Cuatro Esquinas y la Viche-El Albe, estas son competencias de la municipalidad de Quinindé. La red vial interna, posee 2837,56 km de vías, que se distribuyen de la siguiente manera; 113,4 km de vías pavimentadas; 975,3 km de caminos lastrados; 1612,5 km corresponden a caminos de verano, senderos y herradura y 132,96 km de calles dentro de áreas poblada (PDyOT, 2012-2021, pág. 23).

En la actualidad, se evidencia claramente la presencia de amplias vías de acceso, como lo es principalmente la avenida 6 de diciembre, misma que se encuentra debidamente asfaltada, lo cual permite la accesibilidad a diversos atractivos que posee el cantón, además estas cuentan con iluminación para que las familias puedan disfrutar de los espacios embellecidos, luego de sus labores diarias, logrando que estas vías sean transitables todos los días del año.

- Servicios básicos

El cantón Quinindé es acreedor de los servicios básicos, estos servicios están compuestos por: agua, luz, alcantarillado, teléfono, transporte terrestre y fluvial, lo cual satisface las necesidades de los moradores de cantón y permite cumplir y fortalecer varios proyectos de desarrollo económico.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quinindé, (2012-2021), el agua potable tiene una cobertura del 87,3% de la ciudad de Quinindé. La recolección de desechos se realiza en el 50% de la ciudad y sus áreas cercanas, tiene frecuencia interdiaria; se proyecta la construcción de un relleno sanitario manejado técnicamente. EL alumbrado público tiene una cobertura del 60% en el área urbana. El acceso a estos servicios en las zonas urbanas es de moderado a alto, mientras que en las zonas rurales es bajo o limitado.

Hasta el mes de octubre del año 2016 los caminos eran sin estructura y los habitantes del área rural se encontraban aislados de los servicios básicos como educación, alimentación y salud. Actualmente pueden transitar por un corredor con una capa de rodadura lastrada y sobre todo estable para las temporadas de invierno (PDyOT, 2012-2021, pág. 53).

Posterior a un análisis de la investigación realizada, se determina que la situación respecto a servicios básicos en el cantón no cubría o abastecía la demanda latente que se vivía diariamente en las zonas rurales del mismo, sin embargo, gracias a la intervención de organismos municipales, en la actualidad la población puede hacer uso y disfrutar de servicios básicos de primera necesidad.

- Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos que posee el cantón Quinindé son varios, y cada uno cumple la función de crear en los turistas una serie de experiencias amenas e interesantes durante su estadía, a través de varias actividades de recreación, en las mismas que pueden observar maravillosos paisajes, degustar de gastronomía y conocer de la diversidad de atractivos que posee el cantón.

A continuación, se detallan los lugares turísticos que posee el cantón:

Laguna de Cube: El lugar turístico en mención, es uno de los más visitados por los turistas, tanto locales como nacionales, debido que cuenta con grandes atributos agradables a la vista y deseos del turista ecuatoriano, la laguna se caracteriza por tener una vegetación muy diversa, asociada con las principales actividades económicas del cantón, como son la agricultura, ganadería y pesca. Además, la laguna brinda varios servicios de alojamiento, alimentación y guías de turismo capacitados para realizar el recorrido que los turistas soliciten (PDyOT, 2012-2021, pág. 12).



Ilustración 3:Laguna de Cube

Fuente: Recuperado de <http://transport.ec/tag/laguna-de-cube/>
Elaborado: La geogúía

Reserva Ecológica Mache – Chinda: Otro de los centros turísticos apreciados y visitados por turistas del país es la Reserva Ecológica Mache – Chindul, ya que posee altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo, es decir, cuenta con varias especies de plantas y animales de distribución única y limitada. La Reserva también se ha convertido en la fuente que alimenta varios ríos de la zona costera, haciendo que el agua cristalina golpee con fuerza las rocas, por cuanto las cascadas, lagunas y ríos representan la mayor reserva forestal de la costa (PDyOT, 2012-2021, pág. 13).



Ilustración 4: Reserva Ecológica Mache – Chindul

Fuente: <http://www.quitoadventure.com>

Elaborado: Quito Adventure

Piscinas D'Orejuela, centro/balneario del cantón Quinindé, el establecimiento en mención brinda variedad de servicios a sus visitantes, entre los cuales se mencionan los siguientes: uso de las piscinas y tobogán, alimentación, bar-discoteca y oferta de licores. A través de una visita al lugar, se observa que estas piscinas tienen gran acogida por parte de los habitantes del cantón y turistas que visitan el mismo, lo cual genera atractivos beneficios para el propietario. A pesar de que es visible que el lugar se encuentra en constante crecimiento y desarrollo económico.



Ilustración 5: Complejo D'OREJUELA

Fuente: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=407514575999661&set=a.264891076928679&type=3&theater>.

Elaborado: Ramón Orejuela.

Quinindé, poseedor de grandes atractivos naturales en combinación con actividades forestales, se ha convertido en uno de los lugares con mayores fuentes y cuencas de agua cristalina en el país, lo cual genera diversas ventajas turísticas y competitivas a nivel local y nacional para el desarrollo económico y social de la zona. En conformidad al análisis realizado de los atractivos turísticos en mención, se identifica que el cantón es acreedor de infinidad de riquezas naturales, mismas que necesitan ser explotadas con el fin de aprovechar las oportunidades de desarrollo turístico y económico que garantizan las mismas, de modo que contribuyan al fortalecimiento y progreso del cantón, y así también mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

3.3.2. Aspectos económicos

Para identificar la situación económica actual del cantón se han tomado en cuenta los siguientes indicadores:

- Población económicamente activa.

La Población Económicamente Activa en el cantón es de 46.68%, es decir, suma 22024 personas que se encuentra en condiciones óptimas para ejercer un cargo o actividad laboral (PDyOT, 2012-2021, pág. 27).

Tabla 1. Población Económicamente Activa

Nombre del Cantón	Índice de Estructura de la Población Activa (%)
	50.88
ELOY ALFARO	51.13
MUISNE	50.47
QUININDÉ	46.68
SAN LORENZO	43.09
ATACAMES	44.42
RIOVERDE	52.21
LA CONCORDIA	47.82

Fuente: Obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010.

- Sectores económicos

Para la definición de los sectores económicos se ha tomado como referencia los datos establecidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Esmeraldas (2015-2025), debido a que no existe información específica del cantón que ayude a identificar sus principales actividades económicas.

Tabla 2. Sectores económicos

Sector Económico	Miles de dólares	Porcentaje
Sector primario	493.607	27,59%
Sector secundario	278.110	15,54%
Sector terciario	1.017.381	56,87%
	Total 1.789.097,6	

Fuente: Obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Esmeraldas 2015-2025

El gráfico expuesto permite identificar los principales sectores económicos de la provincia de Esmeraldas, siendo así el sector terciario el más relevante, es decir, la mayoría de la población efectúa actividades relacionadas a la prestación de servicios. Sin embargo, se observa que el sector primario ocupa el segundo lugar en las actividades económicas que caracterizan a la provincia, es decir, que un 27,59% de la Población Económicamente Activa se dedica a la producción agrícola, finalmente se encuentra el sector secundario, el cual está conformado por las personas que se dedican a actividades comerciales en la provincia.

- Tasa de inflación

“La tasa de inflación en un país hace referencia a un proceso económico caracterizado por alzas generalizadas y sostenidas de precios en el tiempo. Por alzas generalizadas de precios se entiende que aumentan todos los precios” (Marx, 2013).

Por tanto, debido a la carencia de información respecto a la inflación del cantón Quinindé, se ha tomado como referencia la tasa de inflación del país, misma que según el informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el 2018 terminó con una inflación anual de 0,27%, lo cual representa un aumento en el consumo.

3.3.3. Aspectos Socio – Demográficos

Los aspectos socio demográficos permiten conocer la situación y evolución social del cantón, por cuanto se describen los siguientes

- Población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018), el cantón Quinindé es mayormente rural, conforme a su perfil socioeconómico de ser un pueblo agricultor como se muestra en el siguiente recuadro.

Tabla 3. Distribución de la población por edad y genero

Grupos quinquenales	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	1342	1340	2682
De 1 a 4 años	1567	1256	2823
De 5 a 9 años	1628	1476	3104
De 10 a 14 años	1623	1432	3055
De 15 a 19 años	1678	1562	3240
De 20 a 24 años	1745	1546	3291
De 25 a 29 años	1798	1654	3452
De 30 a 34 años	1826	1673	3499
De 35 a 39 años	1890	1789	3679
De 40 a 44 años	1965	1876	3841
De 45 a 49 años	1656	1345	3001
De 50 a 54 años	1452	1234	2686
De 55 a 59 años	1345	1287	2632
De 60 a 64 años	1178	1056	2234
De 65 a 69 años	856	655	1511
De 70 a 74 años	524	424	948
De 75 a 79 años	452	367	819
De 80 a 84 años	189	134	323
De 85 a 89 años	117	92	209
De 90 a 94 años	52	65	117
De 95 a 99 años	12	14	26
De 100 años y más	5	4	9
Total	24900	22281	47181

Fuente: Obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2018

- Tasa de crecimiento Quinindé.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quinindé, (2012-2021), indica que la tasa de crecimiento del cantón Quinindé es de 2.3% lo cual significa un

crecimiento poblacional relativo, es decir, se mantiene de manera regular la demanda, sin embargo, aún no se logra abastecer y cumplir con los requerimientos de la sociedad.

Por lo antes mencionado se identifica que el cantón permanece en regular crecimiento poblacional, lo cual aún genera una situación desfavorable para el cantón ya que este necesita ser abastecido por mayores ofertas de diversos bienes o servicios de consumo permanente, así también como el acceso a actividades recreativas, es decir, brindar a la ciudadanía la oportunidad de vivir en un ambiente sano y recreacional.

- Analfabetismo

El índice de analfabetismo en Quindé es de 9,84% lo que significa que gran parte de la población del cantón poseen un nivel de instrucción.

Tabla 4. Índice de analfabetismo

Nombre del Cantón	Índice de analfabetismo
ESMERALDAS	4.81
ELOY ALFARO	14.71
MUISNE	12.1
QUININDE	9.84
SAN LORENZO	13.51
ATACAMES	7.96
RIOVERDE	12.42
LA CONCORDIA	8.79

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2018.

- Nivel de instrucción

Quinindé muestra un nivel de instrucción medio es decir que posee dificultades en el ámbito de educación como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 5. Nivel de instrucción

CANTÓN QUININDÉ: POBLACION DE 5 AÑOS Y MAS, POR SEXO Y AREAS SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	76880	19939	56941	40574	9889	30685	36306	10050	26256
NINGUNO	8722	1203	7519	4604	576	4028	4118	627	3491
CENTRO ALF	311	59	252	148	34	114	163	25	138
PRIMARIO	43828	10114	33714	23504	5227	18277	20324	4887	15437
SECUNDARIO	12577	5570	7007	6192	2610	3582	63855	2960	3425
POST BACH	227	106	121	112	51	61	115	55	60
SUPERIOR	1969	1082	887	947	511	436	1022	571	451
POSTGRADO	16	10	6	10	7	3	6	3	3
NO DECLARA	9230	1795	7435	5057	873	4184	4173	922	3251

Fuente: Obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos actualizada al 2019.

El presente gráfico permite conocer el grado de nivel de instrucción que poseen los moradores del cantón Quinindé, se puede observar que el 11% de la población carece en su totalidad de un nivel de instrucción, por otro lado, se observa que el 57% de la población cuenta con un nivel de instrucción primaria, mientras que el 16% de la población cuenta con estudios secundarios, además, se observa que un número mínimo de 16 personas disponen de un título de postgrado, lo cual equivale al 0,02% de la población. Referente a la información obtenida, se determina que el cantón posee mano de obra calificada para ejercer las actividades que se requieren dentro de un centro turístico.

- Empleo y Desempleo.

En la siguiente tabla se identifica la condición de actividades de los habitantes del cantón Quinindé.

Tabla 6. Condición de actividad

Variable	Categorías	Condición de Actividades				Total
		Ocupado	Cesante	Disponible para trabajar	Otro	
Grupo de edad	Niños/as de 4 a 5 años	29	-	1	3.068	3.098
	Niños de 6 a 11 Años	472	6	5	18.992	19.475
	Adolescentes de 12 a 17 años	3.360	22	122	13.144	16.648
	Jóvenes de 18 a 24 años	7.900	89	460	6.628	15.077
	Jóvenes de 25 a 29 años	5.885	95	216	3.310	9.506
	Adultos de 30 a 44 años	14.074	185	349	6.707	21.315
	Adultos de 45 a 64 años	10.764	111	174	5.461	16.510
	Adultos Mayores 65 a 74 años	1.996	26	-	1.946	3.968
	Adultos Mayores 75 años y más	509	12	-	1.291	1.812
Área	Urbana	10.744	134	598	14.114	25.590
	Rural	34.245	412	729	46.433	81.819
Sexo	Hombre	33.432	389	785	21.789	56.395
	Mujer	11.557	157	542	38.758	51.014
Total		44.989	546	1.327	60.547	107.409

Fuente: Obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quinindé 2021-2021.

Referente a empleo y desempleo en el cantón Quinindé, la Población Económicamente Activa (PEA) suma 22024 personas, es decir alrededor de 46,68% del total de los habitantes, lo que representa su tasa de participación, en tanto que la tasa de desocupación es igual a 4,0%, siendo el grupo etario de 18 a 24 años el más afectado con alrededor de 6.5% de su PEA desocupada según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

- Índice de delincuencia

El índice de delincuencia permite conocer de manera porcentual la cantidad de actos delictivos que se dan en un lugar determinado de interés social, por tanto, dado que no existen datos oficiales del cantón respecto al índice delincencial, se ha tomado como referencia el dato de la provincia, como en este caso lo es Esmeraldas.

Según datos oficiales de la Policía Nacional, (2019), menciona que el índice de delincuencia alcanzaba el 57%, por cuanto los organismos de control tomaron acciones preventivas como fueron creación de UPCs, y también unidades de auxilio inmediato (UAI), además, el PDyOT (2012-2021; pag 147), menciona que, en Quinindé, la Policía trabaja de manera conjunta con la Tenencia Política para dar charlas en los recintos alejados del casco cantonal. Allí se busca disminuir el alcoholismo y violencia intrafamiliar. El jefe policial señaló que en la zona no hay bandas delictivas organizadas, sino problemas de carácter social. Esta situación se pretende disminuir con estas charlas a la comunidad. De esta forma, la Policía Nacional afianza su trabajo preventivo y más apegada a la comunidad.

- Servicios de seguridad

El cantón Quinindé cuenta con servicio de la Policía Nacional que consta de 209 policías asignados al territorio, para la ciudad están destinados 70 dirigidos por un jefe y dos oficiales, como infraestructura existe un cuartel, tres unidades de Policía Comunitaria (UPC) ocho Unidades de Auxilio Inmediato (UAI) el mismo que es el encargado de resguardar las áreas como: DINAPEN, Dirección Nacional de Policía especializada para niños, niñas y adolescentes, migración, Policía Judicial, Investigación de los delitos de acción pública, por cuanto es un sector que no representa alta peligrosidad para los habitantes PDyOT (2012-2021; pag 149). Además, en el cantón existen 2 cuarteles de bomberos, un cuartel se encuentra dentro de la ciudad y el otro en una de sus parroquias como es Cupa, por cuanto se establece que es un área donde si existe la disposición de brindar seguridad a los ciudadanos.

De lo expresado aquí se infiere que el cantón Quinindé no es una zona en donde se presencia actos delictivos puesto que es un sector que posee y brinda protección a sus habitantes, con la intervención del organismo de la Policía Nacional quien contribuye a que la paz reine en él y sobre todo que exista seguridad social, ya que todos tienen derecho a gozar de estas prestaciones que ofrece el Estado.

3.3.4. Aspectos Político – Legal

A continuación, se define la legislación disponible que favorece a la realización y puesta en marcha de la propuesta.

- Plan Nacional de Desarrollo

Es un proyecto que presenta una estructura política definida y constituye una guía de gobierno que el país debe programar y ejecutar durante 4 años que corresponde al periodo 2017-2021.

Establece:

Con relación al Eje de la Economía al servicio de la sociedad, se discutió sobre la necesidad de reconocer la importancia del talento humano, la incorporación de actores de la economía popular y solidaria en los sistemas productivos, de contratación pública y encadenamientos comerciales nacionales, así como el fortalecimiento de los mercados locales y el incentivo a emprendimientos productivos de la pequeña y mediana empresa.

La creación de nuevos proyectos turísticos deberá enmarcarse en un concepto de respeto por la naturaleza, de igual manera se deberá concientizar sobre la utilización de recursos naturales utilizados para la generación de ingresos económicos.

Finalmente, se plantea la importancia de posicionar al país en el contexto internacional, aprovechando los potenciales mercados globales y regionales, así como la diversificación de servicios y productos para su inserción en los mismos.

Derechos para todos, durante toda la vida	Economía al servicio de la sociedad	Más sociedad, mejor Estado
Salud inclusiva y preventiva	Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria	Participación inclusiva de niños y jóvenes, mediante la generación de espacios públicos urbanos y rurales
Calidad de vida para las personas de la tercera edad	Garantías y sostenibilidad de la dolarización	Incidencia de la ciudadanía en toma de decisiones y construcción del poder popular
Acceso a vivienda, servicios básicos y espacio público	Incentivos a emprendimientos (créditos, incentivos tributarios, comercio justo)	Cohesión territorial
Priorización de mano de obra local y creación de fuentes de empleo, apoyando el emprendimiento	Turismo comunitario responsable	Formación y capacitación de autoridades locales
Facilidades de acceso a todos los niveles de educación	Dotación de crédito y capacitación	Combate al tráfico y consumo de drogas
Servicios de movilidad eficiente para la sociedad	Sistemas de prevención de la evasión fiscal	Formación en valores desde los hogares y en coordinación con las instituciones educativas
Violencia intrafamiliar, eliminación del femicidio	Fomento a la inversión en maquinaria agropecuaria e infraestructura	Acceso a la información

Ilustración 6: Ejes del Plan Nacional de Desarrollo

Fuente: Obtenido del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Elaborado: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

El presente Plan busca el bienestar tanto de la sociedad como de los recursos naturales, así como también incentivar a la comunidad a emprender en negocios los mismos que ayuden a mejorar la economía de todo un país aprovechando las potencialidades que brinda el mismo.

- Ley de turismo

La presente Ley determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Estipula:

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

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

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

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

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión

inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

La presente ley manifiesta que el turismo es una de las principales actividades que se debe promover y fortalecer ya que de tal manera se contribuye al desarrollo del país, así como también a la generación de ingresos económicos, empleos y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la satisfacción de necesidades tanto de turistas como de la sociedad en general.

- Ley de solidaridad

Contempla la reconstrucción y reactivación de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril de 2016.

Establece:

Artículo 13.- Se fomentará la concesión de crédito en la provincia de Manabí, el cantón Muisne y otras circunscripciones de la provincia de Esmeraldas afectadas que se definan mediante Decreto, destinando recursos de manera especial a inversiones productivas, construcción, vivienda, microcrédito, o educación. Para ello, las entidades financieras públicas, en función de sus competencias, otorgarán créditos a:

- Entidades del Sistema Financiero Nacional; y
- Personas naturales y jurídicas de dichas zonas.

Para que las entidades públicas financieras y no financieras dispongan de financiamiento para otorgar dichos créditos o realizar inversiones, respectivamente, el Ministerio de

Finanzas, con los recursos obtenidos por la aplicación de la presente ley podrá pre-cancelar inversiones, invertir o transferir dichos recursos, mediante los mecanismos previstos en la normativa vigente en dichas entidades o en sus recursos administrados, exceptuándose a la Seguridad Social y su respectiva entidad financiera.

Las entidades públicas no financieras, invertirán dichos recursos a una tasa de interés no mayor al rendimiento de las inversiones de las Reservas Internacionales, hasta con dos años de gracia y hasta treinta años plazo, en entidades financieras públicas de segundo piso. Si las entidades financieras de segundo piso colocan estos recursos en entidades del sistema financiero popular y solidario, éstas recibirán dichos recursos en las mismas condiciones financieras del inciso anterior. Se establecerán políticas públicas destinadas a incentivar el crédito para vivienda y para la reactivación de pequeños productores de las zonas urbanas y rurales, pescadores artesanales y comerciantes, para todas las zonas que hayan sido afectados por el terremoto.

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera establecerá las normas, condiciones y límites para la aplicación de este mandato.

Referente a la ley de solidaridad permite obtener microcréditos para realizar emprendimientos en donde se reactivarán las actividades económicas como el turismo, el comercio entre otros y con ello contribuir a la generación de empleos y explotar sectores que se encuentran desatendidos y así obtener beneficios económicos para el desarrollo social y nacional del país.

- Proyecto de Ley reformativa orgánica al código orgánico de la producción, comercio e inversiones, para zonas especiales de desarrollo económico para el sector turístico de las provincias de Manabí y Esmeraldas

Propone impulsar el turismo como sector básico y estratégico para conseguir el desarrollo económico ya que esto contribuirá a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y sobre todo a la generación de nuevos empleos, además desarrollar estrategias que permitan lograr la equidad de género, oportunidades y trato.

Cabe recalcar según el Observatorio legislativo, (2019), la iniciativa de este proyecto inicia en el año 2017 y fue aprobado el 10 de enero del 2019, por tal razón aún no ha sido publicado en el registro oficial.

3.3.5. Aspectos culturales

Para entender la situación cultural del cantón, es importante mencionar los principales hábitos que se detallan a continuación:

- Costumbres

Las costumbres son variadas, pero también comunes en el cantón y la provincia, entre las costumbres que se tiene a nivel provincial, cantonal y parroquial, tanto de los pueblos mestizos como afros se tiene:

- En el nacimiento de un niño

Por lo general acompañado y ayudado por una comadrona (la madre y/o amigas) es netamente cosa de mujeres. Mientras la mujer está dando a luz, el marido esperando o caminando con los amigos, teniendo listo el aguardiente para festejar el evento. Una vez

nacido el niño solían dar tres disparos si es varón y uno si es mujer. Las mujeres solían simplemente visitar a la madre, ver al bebe y comentar el nacimiento o darle algunos consejos.

- En el Bautizo

La fiesta se hacía en la casa del padrino o la madrina, que a través de este rito se hacían compadres de los padres del niño, una relación, que tiene un fondo religioso y era muy respetada por la población. El rito del bautizo mismo era sencillo: se rezan tres Credos echando el agua del socorro en la cabeza del niño después de cada Credo y diciendo: “N.N., Dios te bautiza en el nombre del Padre, del hijo y del Espíritu Santo”. El niño tenía que estar vestido de blanco de manera que estén tapados los pies, se decía que con este vestido le va a hacer la mortaja a la madrina cuando se muera. Después de que los padres servían una comida a los padrinos e invitados, por la noche -según los medios económicos de los padres y padrinos- se hacía un baile en la casa.

- En el matrimonio

Por una serie de razones históricas, poco suelen casarse por lo civil o eclesiástico, ni consideran el estado de pareja como definitivo o único. Cuando dos jóvenes se enamoran, cosa que a nivel rural a veces sucede sin que la comunidad se dé cuenta ya que no se conocen las manifestaciones de afecto en público, el joven se pone de acuerdo con los padres de la chica, los cuales generalmente no ponen ningún obstáculo. “Son cosas de la vida”. Se fija el día en el cual uno de los dos- generalmente la mujer- se cambia a la casa del otro. Ahí es que la comunidad se da cuenta y viene a visitar a la nueva pareja que

tiene que brindar algo a los visitantes. A veces -dependiendo de las mujeres- se realiza la ‘parranda’, acto comunitario que muchas veces se acostumbra en las fiestas de Santos.

- En el Velorio de un muerto

Evento de suma importancia es la muerte de una persona mayor, no solo por el vacío que causa social y económicamente sino porque del cumplimiento, con el ritmo funerario “depende del viaje del alma a su lugar”.

Se suele velar una noche en la casa, se viste al finado de blanco y con una faja con cinco nudos que le sirve para defenderse en “su viaje”, mientras los hombres en una casa vecina están fabricando el ataúd con tablas de madera, forrada de tela negra y blanca por dentro, las mujeres acompañan cantando alabados toda la noche ininterrumpidas tres veces por la oración o por el rosario, en lugares con mayor tradición religiosa se ora dos veces, interrumpen estas oraciones para servir una comida o café según las posibilidades económicas. Estas oraciones o alabados tienen una melodía triste se los cantan sin instrumentos y suelen tener contenido con respecto a la pasión de Cristo, la muerte, y de algunos Santos.

Al día siguiente luego de 24 horas cumplidas, ya que siempre se cuenta de que unos muertos antes de cumplirse las 24 horas volvieron a vivir, se los lleva a la iglesia en el ataúd cargado en los hombros de los conocidos, allí se despiden los familiares, se dirigen al cementerio acompañados por la mayoría de la comunidad.

Las nueve noches que siguen al entierro se acostumbra a reunirse en la casa del finado para rezar el rosario. En la última noche de la novena que es la despedida definitiva del alma del finado, “hasta ese momento se supone que el alma del finado se había quedado alrededor de la casa”. Para esta última novena se construye un altar con una

pequeña escalera al pie de esta se realiza con una apariencia de ataúd, se empieza cantando como en el velorio y se reza tres veces antes de las doce o dos de la madrugada, se desbarata el altar formando un callejón desde donde estaba el altar hasta la puerta para que pueda salir el alma a su viaje definitivo que tiene que terminar antes que el gallo cante. Este momento es de suma tensión y atención, lleno de gritos, llantos, dando origen a una serie de creencias. Aunque a nivel urbano ya no se cantan alabados y se ha perdido una serie de elementos de estos ritos. Al año se realiza una misa y se pone la cruz en la tumba.

- Idioma

La lengua que predomina en esta zona es el castellano con pocas excepciones que se practican en otro idioma.

- Fiestas de Parroquialización de Quinindé

Esta celebración tiene lugar el 22 de junio de cada año, dando lugar a la práctica de un sinnúmero de actividades organizadas por la municipalidad. Entre las actividades que se realizan están:

- Elección y coronación de la Reina de la Parroquia
- Bailes Populares
- Eventos culturales
- Desfile Cívico y Reunión Solemne entre las principales autoridades (GAD-PARROQUIAL Quinide, 2019).

Luego de conocer y apreciar las diversas y variadas costumbres que a lo largo del tiempo aún posee el cantón, se determina que se caracterizan por mantener vivas las tradiciones de sus antepasados en combinación con nuevos hábitos que se han adquirido con el tiempo de carácter familiar y social, lo cual crea un ambiente de estabilidad emocional entre los participantes.

- Gastronomía

Según Álvaro Muñoz, (2019), El cantón Quinindé oferta una variedad de platos típicos preparados a base de (mariscos, carne blanca, roja, entre otras) acompañados con una variedad de jugos de frutas como: guanábana, borojó, arazá, limón, maracuyá, naranja y mandarina. Entre ellos se tiene:

- Camarón de río
- Langosta
- Cangrejo
- Camarón de mar
- Tilapia
- Gallina criolla
- Fritada
- Encocao
- Tapao
- Tapao arrecho
- Encebollado
- Pollo asado
- Pescado frito

- Guatita
- Bolón de verde con chicharrón
- Guaña
- Empanadas de verde y harina
- Carne asada
- Tripa Misque
- Pipas heladas

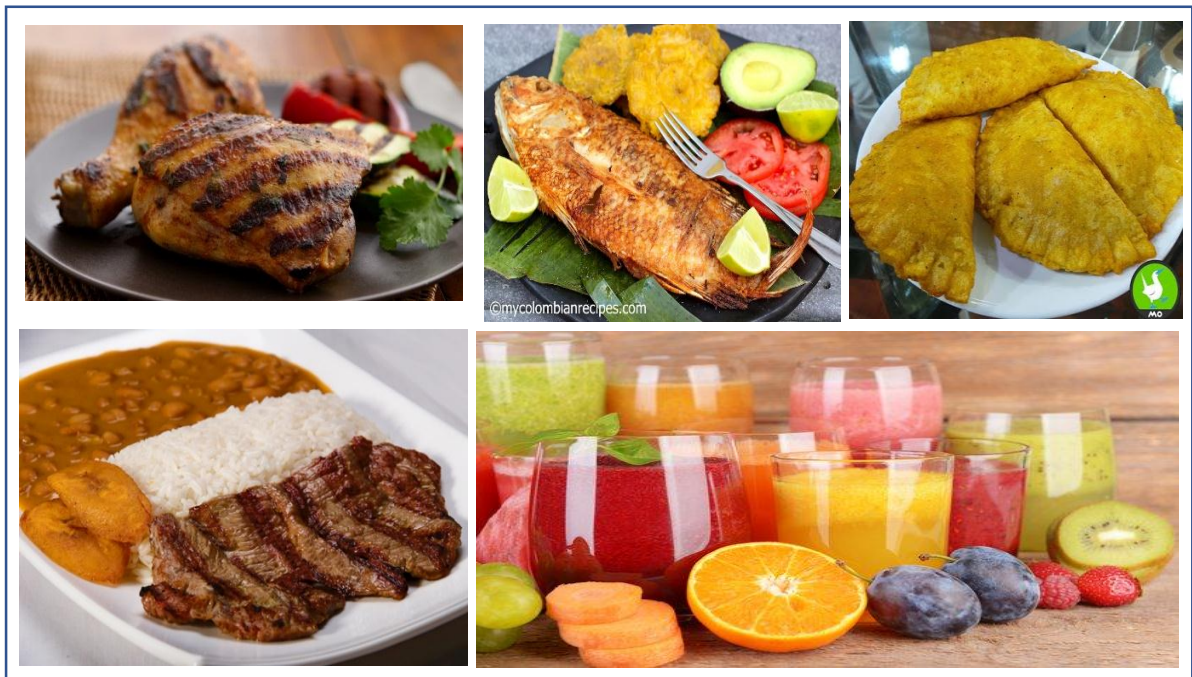


Ilustración 7: Platos típicos

Fuente: Recuperado de www.elcomercio.com

Elaborado: Vivir Ecuador

Hablar de la gastronomía del cantón Quinindé es abrir un abanico de opciones ya que es muy variada y apetecible tanto por sus habitantes como para quienes lo visitan, muchas personas se identifican con esta sazón porque es comida de casa, además los mariscos representan una de las potencialidades de la gastronomía esmeraldeña, y es ampliamente

conocida por su buen sabor y derivados, Igualmente su presentación es agradable, gustosa y deseable ante las personas.

3.3.6. Sector turismo

- Turismo en Ecuador

Ecuador un paraíso en el centro del mundo, multiétnico y multicultural. El mejor destino para realizar turismo en Sudamérica. Conoce Ecuador un país que encanta, Ecuador merecedor de diversos reconocimientos en el sector turístico, destacándose por ser el destino más elegido por los servicios y por la gastronomía que sin duda alguna este ofrece (Ministerio de Turismo, 2019).

Ecuador un país bello por sus innumerables zonas turísticas, cultura, gastronomía, edificaciones y ciudades patrimoniales conocidas por todo el mundo, mismas que la caracterizan como un país lleno de magia y encanto tanto para los propios y extraños que la visitan, por ser un paraíso que ha preservado los recursos naturales, sin duda alguna su diversidad es favorecida por las cuatro regiones que hacen de Ecuador un país enriquecido de flora y fauna.

A pesar de la crisis que vivió el país respecto a infraestructura turística a causa del terremoto del año 2016, se evidencia que el turismo se está recuperando de manera significativa, de tal modo que ya se registra un incremento de más del 30% en visitas de turistas al país, con relación al año 2017, En su artículo Bravo, (2018), menciona que el constante crecimiento demostrado por el turismo en el escenario mundial también ha impactado al Ecuador que es uno de los países que cuenta entre los de mayor

biodiversidad del planeta, lo que ha contribuido en los últimos años al incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales.

- Turismo en Esmeraldas

Esmeraldas, más conocida como la provincia verde debido a su exuberante vegetación, se ha convertido en un destino obligado de quienes desean conocer y recrearse con toda la calidez y riqueza de la cultura Afroecuatoriana. Dueña de playas y paisajes que descansan bajo el radiante sol y la fresca brisa marina, hacen que el turista se sienta en el paraíso. Se encuentra conformada por 7 cantones que a su vez brindan una infinidad de atractivos turísticos y gastronómicos para todos los gustos (GADME, 2018).

La provincia de Esmeraldas un rincón maravilloso de este país, acreedor de muchos lugares turísticos para visitar, se perfila como un pilar fundamental para el turismo, ya que sus hermosas playas y sus atractivos naturales siempre tiene una gran afluencia de turistas en fechas importantes para el país. Si bien es cierto, la provincia verde se recupera satisfactoriamente de la crisis producida después del terremoto del año 2016, no obstante, es eminente la gestión oportuna de las autoridades pertinentes, sean estas municipales o gubernamentales, y más aún el trabajo en conjunto de las mismas, con el fin de garantizar la movilidad y seguridad para que los visitantes disfruten y sean partícipes de experiencias gratificantes durante su estadía.

3.4. Análisis de la información

Una vez desarrolladas las variables con sus respectivos indicadores, se ha establecido la siguiente matriz AOOD que permite identificar los diferentes factores que influyen de manera significativa en la consecución de llevar a cabo la propuesta de creación de un complejo turístico, de tal forma que se reconozcan las oportunidades, aliados y limitantes en la ejecución del proyecto.

Tabla 7. Matriz AOOD

Aliados	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de Ley reformatoria orgánica al código orgánico de la producción, comercio e inversiones para la provincia de Esmeraldas. • Ley de solidaridad que incluye exención de impuestos para la provincia de Esmeraldas. • Ley de turismo que promueve el fortalecimiento de actividades turísticas. • Seguridad ciudadana, logrando bienestar social para garantizar la movilidad y estadía del turista. • Plan Nacional de Desarrollo que contribuye a la 	<ul style="list-style-type: none"> • Clima cálido, apto para la actividad turística y acogedor para los visitantes. • Flora y fauna - Atractivos naturales del cantón sin aprovechar. • Existencia de amplia variedad gastronómica. • Vías de acceso en óptimas condiciones para movilidad.

priorización de mano de obra local y creación de fuentes de empleo, apoyando el emprendimiento.

- Apoyo de la actividad turística por parte de habitantes.

Oponentes	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de gestión municipal en el desarrollo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Migración de mano de obra calificada al no tener fuentes de empleo.
<ul style="list-style-type: none"> • Especulación de precios. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de oferta de servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas afectadas por inundaciones en temporadas invernales.
<ul style="list-style-type: none"> • Cambios de lineamientos políticos al apoyo del desarrollo de sectores rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altas tasas de interés para financiamiento.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Conclusión diagnóstica

Para el presente proyecto se determinó la oportunidad diagnóstica de creación de un complejo turístico, puesto que se ampara, respalda y fundamenta por los elementos que se describen a continuación:

- Fortalecimiento de actividades turísticas a través de la aplicación de la siguiente normativa: Ley de Solidaridad que incluye exención de impuestos principalmente

para la provincia de Esmeraldas y Ley de Turismo que promueve el afianzamiento del sector turístico; por tanto, la creación del complejo está relacionado directamente al desarrollo económico, social y turístico del cantón.

- Disponibilidad de recursos viales, materiales y económicos, dado que el cantón presenta una adecuada infraestructura en acceso a las vías, lo cual facilita el tránsito tanto peatonal como vehicular, el cantón también dispone de materiales indispensables y requeridos para abastecer de productos que se necesitan en un centro de recreación social, y finalmente, con el análisis de la situación del entorno se identificó la presencia de entidades del sector financiero que apoyan con créditos a proyectos de desarrollo social, de manera que, se afianza la oportunidad y decisión de emprender en actividades turísticas en el cantón.

Por lo expuesto, se considera pertinente continuar con el “Estudio de factibilidad de creación de un complejo turístico” con el fin de conocer la situación del mercado, viabilidad técnica y económica-financiera del proyecto, y la estructura organizacional del mismo.

CAPÍTULO IV: Propuesta

Introducción:

A continuación, se diseña una propuesta de negocio en la cual se establecerá parámetros relevantes como son: identificación de la demanda potencial y oferta existente, monto de inversión, viabilidad financiera del proyecto y finalmente su estructura organizacional. La cual estará fundamentada en bases críticos, técnicos y operativos.

Objetivo:

Determinar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado, técnico, económico-financiero y organizacional para identificar la viabilidad de la propuesta de negocio.

4.1. Estudio de mercado

4.1.1 Introducción

Un estudio de mercado se considera como una inversión ya que proporciona información útil y relevante misma que se utiliza de base para tomar decisiones, además es de gran importancia ya que el mercado es cambiante en cuanto a gustos y preferencias, es decir, está lleno de incertidumbre para el desarrollo de proyectos, por tal motivo el estudio y análisis son importantes para implantar o crear un nuevo producto o servicio con éxito en el mercado.

La investigación de mercados actúa como herramienta la cual se basa en la recopilación y análisis de información relevante y necesaria, así mismo permite reconocer las necesidades existentes en el mercado, en el presente estudio se efectuó el trabajo de

campo, en donde se aplicó entrevistas a los propietarios de los establecimientos que prestan servicios de recreación en el sector y encuestas a las personas propias y ajenas del cantón, con el fin de conocer la situación actual del turismo en el cantón Quinindé y gustos - preferencias de las personas para brindar un valor superior al de la competencia, de tal forma promover el desarrollo turístico y brindar una estadía confortable al turista y población en general.

4.1.2 Objetivo del estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad recopilar información respecto a la aceptación de la creación del complejo turístico en el cantón Quinindé y perfiles del usuario, con el fin de determinar la demanda potencial y oferta existente para tomar decisiones frente a la puesta en marcha de la propuesta.

4.1.3 Segmentación de mercado

Variables de segmentación

Se identifican las variables de segmentación a utilizar para determinar el mercado objetivo, para lo cual se consideraron las siguientes:

Tabla 8. Variables de segmentación

VARIABLES	Características
Demográfica	Turistas locales que estén dentro de la PEA. Turistas nacionales e internacionales Edad: 20 y más de 50 años Género: Masculino y Femenino Estado civil: Soltero, casado, divorciado
Geográfica	País: Ecuador Turistas provenientes de la región costa, sierra y oriente Turistas provenientes de otros países
Cultural	Indiferente
Social	Clase social: Media y alta

Fuente:

Elaboración propia

4.1.4 Mercado meta

A partir de la identificación de las variables de segmentación, se procede a realizar un análisis cuantitativo y detallado específicamente de la cantidad de personas propias y ajenas del cantón que asisten a centros/balnearios turísticos en el cantón Quinindé.

Tabla 9. Segmentos

DETALLE	SEGÚN	DEMANDA
	PROPIETARIO	

SEGMENTO 1	Población Económicamente Activa	26.418 (PD y OT – 2012-2021)	80% de la población económicamente activa	20289 personas.
	Cantidad de Turistas	120.000 según informe emitido por la Policía Nacional al MINTUR (2018)	20% de turistas que visitan la provincia de Esmeraldas.	24000 personas.
SEGMENTO 2	TOTAL			44289 personas.

Fuente: Elaboración propia

Para determinar la cantidad de personas que visitan centros turísticos de recreación, se toma como referencia el aporte del Sr. Ramón Orejuela, propietario del centro/balneario D'OREJUELA, mismo que a través de una entrevista realizada el día 19 de mayo del presente año, a las 11h00 am; por cuanto menciona que, según cifras que mantiene en sus registros, acuden la cantidad de 24000 turistas al año, mientras que, propias del cantón alrededor del 80% de la población económicamente activa recurren a su establecimiento dando la cantidad de 20289 personas, siendo un total de 44289 personas en visitar dicho centro turístico.

4.1.5 Calculo de la muestra

A continuación, se despliegan los elementos para determinar la muestra:

- **Simbología**

Z: Nivel de confianza

P: Probabilidad de ocurrencia

Q: Probabilidad de no ocurrencia

N: Población

e: Nivel de error

- **4.5.2. Datos**

Z: 95% = 1.96

P: 50% = 0.5

Q: 50% = 0.5

N: 44289

e: 5% = 0.05

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 44289}{0.05^2(44289 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 381 encuestas

Aplicando la formula da como resultado, aplicar las encuestas a 381 personas de las cuales el 80% = 305 al cantón Quinindé y 20% = 76 a turistas.

4.1.6 Análisis e interpretación de resultados

Para el análisis de la información, los datos obtenidos de las encuestas son presentados en un gráfico demostrativo en el que se observa el comportamiento de las personas respecto a la oportunidad de crear un complejo turístico en el cantón Quinindé.

- **Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta**

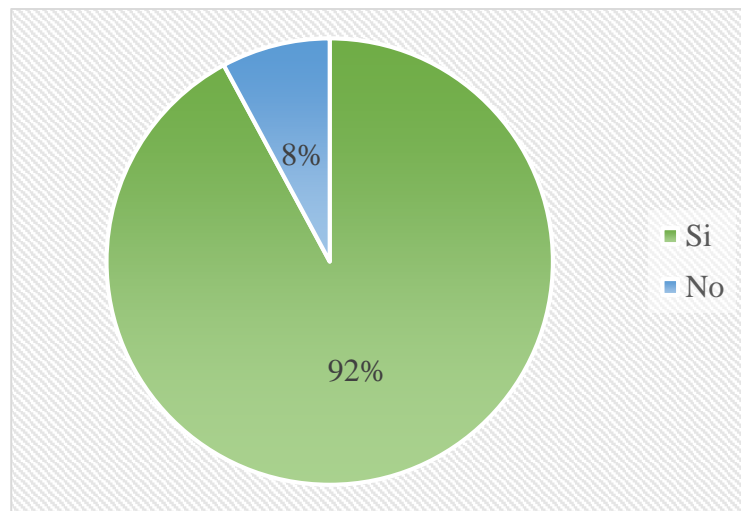


Ilustración 8: Esmeraldas provincia turística
Fuente: Elaboración propia

A partir de la investigación realizada, en la presente pregunta se comprueba que la provincia de Esmeraldas es altamente apreciada por la mayoría de las personas encuestadas, con un porcentaje del 92%, es decir, que gran cantidad de los encuestados toman como destino turístico a la provincia verde. Así mismo, se logra identificar que tan solo una minoría del 8% de encuestados no eligen a Esmeraldas como destino turístico.

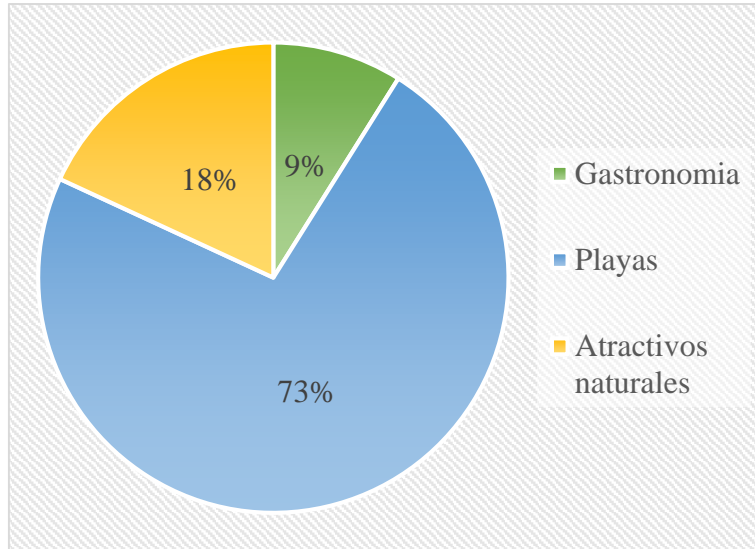


Ilustración 9: Motivos de visita a la provincia de Esmeraldas
 Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la encuesta, en esta pregunta se observa que más de la mitad de las personas encuestadas visitan la provincia de Esmeraldas con el fin de disfrutar de las playas ubicadas en la provincia, es decir, el 73% de encuestados eligen como actividad turística la recreación familiar y social en playas, también se observa que el 18% de los encuestados van Esmeraldas para conocer y deleitarse de los diversos atractivos naturales que la provincia posee, mientras que la minoría de encuestados, que son el 9%,

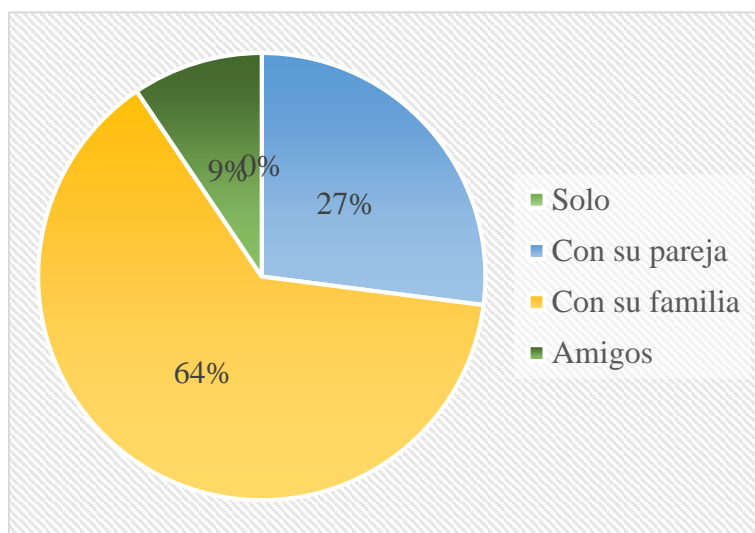


Ilustración 10: Preferencias al viajar
 Fuente: Elaboración propia

La presente pregunta expresada en la encuesta permite conocer que el 64% de los encuestados al viajar a la provincia de Esmeraldas deciden hacerlo en familia, en cambio, es visible que el 27% de las personas encuestadas optan por tan solo ir con su pareja, mientras que el 9% de las personas viajan a la provincia verde con amigos, y finalmente ninguna persona elige la provincia verde como destino turístico para viajar solo.

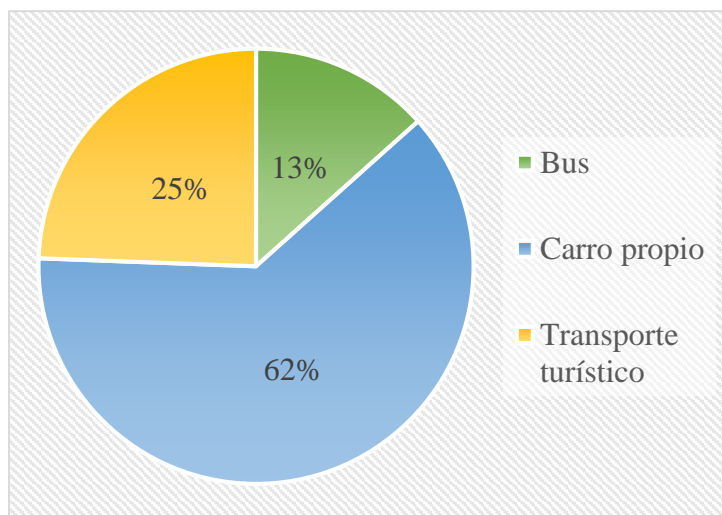


Ilustración 11: Tipos de transporte utilizados para viajes de turismo
Fuente: Elaboración propia

Generalmente, la mayoría de los encuestados visitan la provincia de Esmeraldas en un vehículo propio, ya que se observa que el 62% de los encuestados para movilizarse hacia un destino turístico lo realizan en carro personal, sin embargo, también se visualiza que el 25% de los encuestados acuden a agencias turísticas para que les sea facilitado un transporte turístico, mientras que un 13% de las personas mencionan que toman el transporte público para poder movilizarse a centros turísticos.

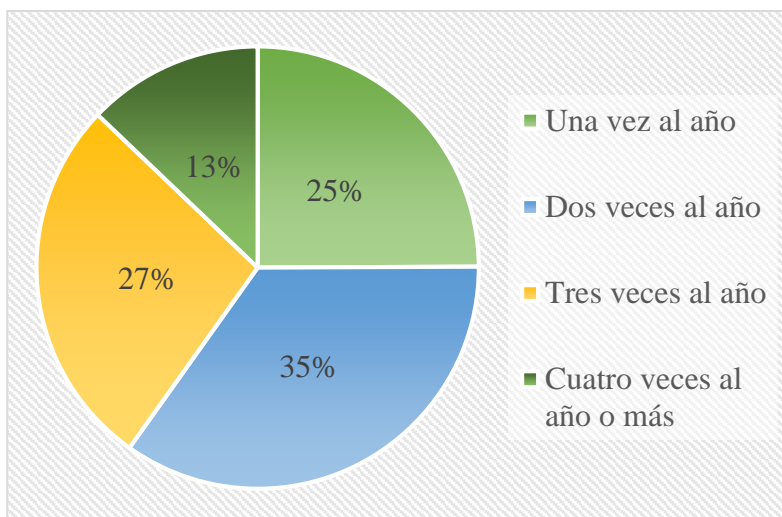


Ilustración 12: Frecuencia de visitas a la provincia de Esmeraldas

Fuente: Elaboración propia

A raíz de la investigación realizada, se puede observar que el 35% de personas encuestadas visitan la provincia de Esmeraldas dos veces al año, mientras que el 27% de las personas visitan Esmeraldas tres veces al año, además, se visualiza que el 25% de encuestados van a la provincia verde una vez al año, y finalmente se identifica que solo el 13% de las personas encuestadas viajan a Esmeraldas cuatro veces al año o más. Gracias a esta pregunta, se logra comprobar que la provincia de Esmeraldas mantiene gran afluencia de personas propias y ajenas a la misma, convirtiéndola en uno de los principales destinos turísticos del país.

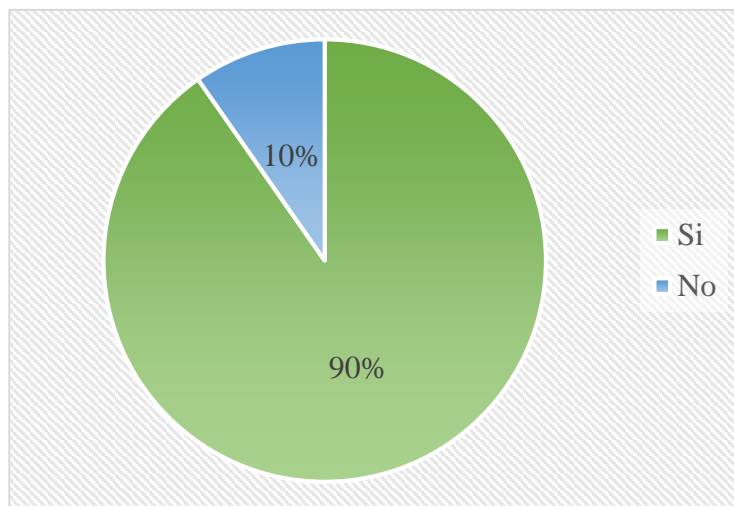


Ilustración 13: Apreciación del cantón Quinindé
Fuente: Elaboración propia

La presente interrogante permite reconocer y dar por sentado que Quinindé es parte de uno de los lugares mayormente visitados en la provincia de Esmeraldas, ya que el 90% del total de los encuestados indicaron que si toman la decisión de disfrutar de tiempos libres en el cantón Quinindé perteneciente a la provincia de Esmeraldas, mientras que el 10% de los encuestados, es decir, la minoría del total de encuestados mencionaron que no realizan actividades de recreación y entretenimiento en el cantón.

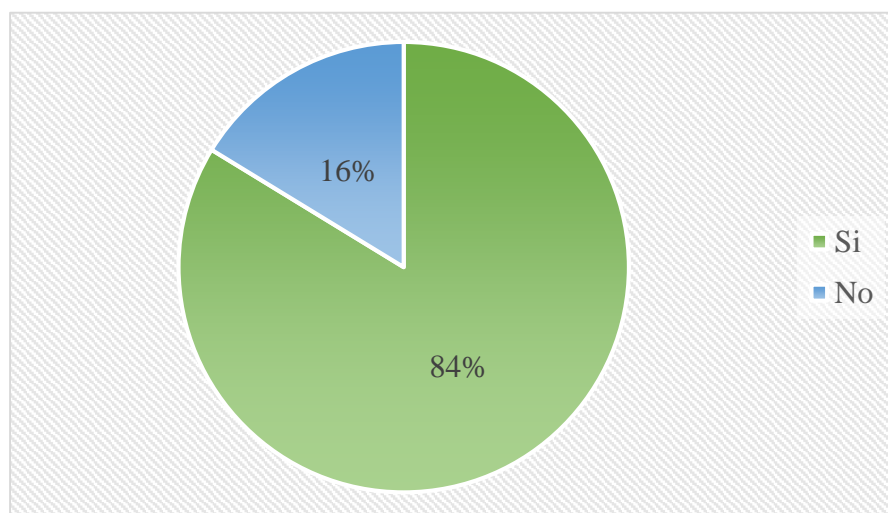


Ilustración 14: Conocimiento de atractivos turísticos en el cantón Quinindé
Fuente: Elaboración propia

Posterior al análisis del resultado de esta pregunta, se determina que el 84% de las personas encuestadas conocen atractivos turísticos en el cantón Quinindé, mientras que la menor parte de los encuestados, que es el 16% indican no conocer atractivos turísticos en el cantón, por tanto, este resultado permite reconocer que tanto los habitantes, como parte de los turistas que visitan Quinindé, si conocen lugares que ofertan servicios turísticos.

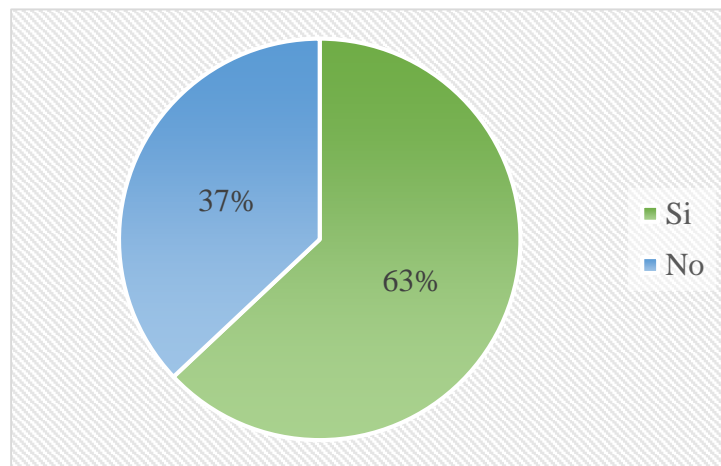


Ilustración 15: Aceptación del complejo turístico
Fuente: Elaboración propia

Al realizar el análisis de la presente pregunta se comprueba la oportunidad de creación de un complejo turístico, es decir, esta pregunta permite conocer el alto grado de aceptación por parte de las personas encuestadas, sean estas propias o ajenas al cantón, ya que el 63% de encuestados indicaron en su respuesta que, si les gustaría que Quinindé oferte un complejo turístico, mientras que, solo el 37% de encuestados mencionaron no estar de acuerdo en visitar un complejo turístico en el cantón. Sin embargo, al existir más de la mitad de encuestados en estar de acuerdo en visitar un centro turístico, es un resultado positivo para continuar con la realización del proyecto.

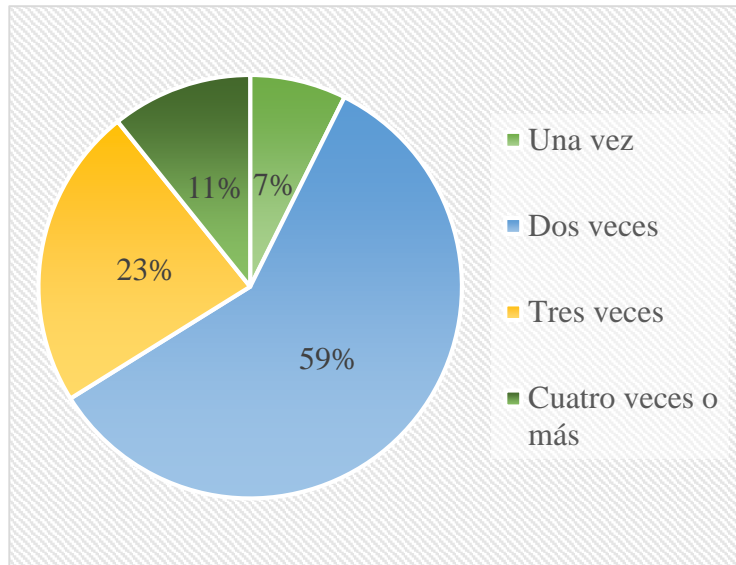


Ilustración 16: Visitas al complejo turístico en el año
Fuente: Elaboración propia

En esta interrogante, el 59% de los turistas y habitantes del cantón que fueron encuestados indicaron que visitarían el complejo turístico dos veces al año, mientras que el 23% de los encuestados dijeron que lo visitarían cuatro veces o más al año, también se observa un 11% de encuestados que visitarían el complejo tres veces año, y finalmente, existen encuestados que visitarían el complejo solo una vez al año, estos corresponden al 7% del total de los encuestados.

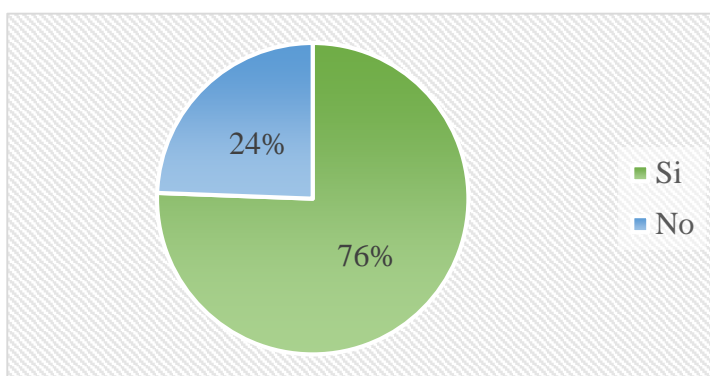


Ilustración 17: Interés en tomar el servicio de alimentación en el balneario
Fuente: Elaboración propia

Como resultado y análisis de esta pregunta se observa que el 76% de las personas que acuden a un complejo turístico desean adquirir el servicio de alimentación durante su estadía o residencia en el mismo, mientras que el 24% de encuestados muestran que no desean adquirir este servicio. Esto permite conocer que la mayoría de las personas, tanto habitantes del cantón como turistas requieren del servicio de alimentación al ir o visitar el complejo turístico.

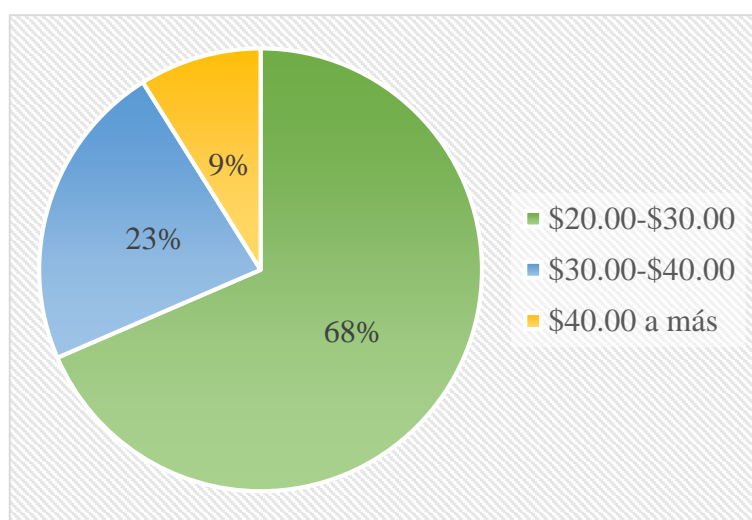


Ilustración 18: Disposición a pagar por persona y día en el centro
Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta se convierte en factor clave para el proyecto, debido a que se determina que el 68% de las personas encuestadas gastarían la cantidad de \$25,00 durante su estadía en el complejo turístico, incluyendo el servicio de alimentación doble, además se observa que el 23% de los encuestados se encuentran dispuestos en cancelar la cantidad de \$35,00; mientras que tan solo el 9% de las personas encuestadas mencionan que pagarían de \$40,00 o más por la permanencia en el complejo durante un día incluyendo alimentación.

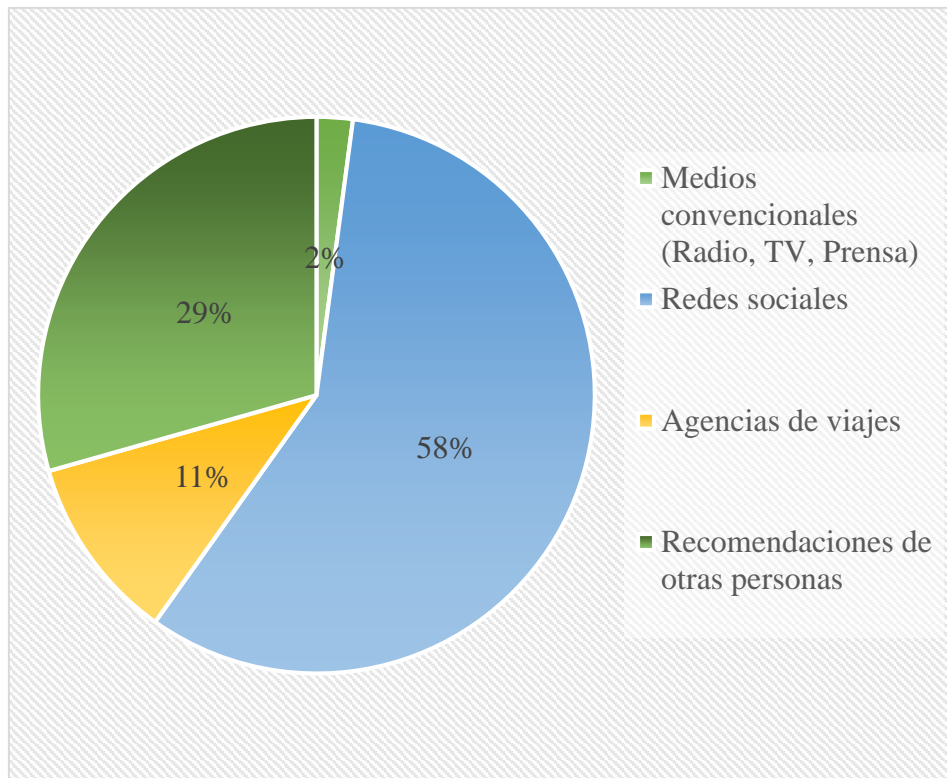


Ilustración 19: Promoción de destinos turísticos nacionales

Fuente: Elaboración propia

A través del análisis del resultado obtenido de esta interrogante se concluye que la mayoría de turistas y habitantes del cantón encuestados prefieren informarse sobre destinos turísticos nacionales mediante medios digitales, como pueden ser: redes sociales, páginas web, entre otras, éstos corresponden al 58% del total de encuestados, también se puede identificar que el 29% de las personas encuestadas eligen o se informan de un destino turístico a través de recomendaciones de otras personas ya que transmiten sus experiencias, sin embargo, aún se observa que un 11% optan por enterarse de destinos turísticos por medio de agencias de viajes, finalmente se encuentra que un 2% de encuestados eligen informarse a través de medios nacionales de comunicación como pueden ser: radio, prensa, tv.

4.1.7 Conclusión general de la aplicación de la encuesta

Una vez realizado el análisis de los resultados obtenidos a través de la encuesta se determina que existe una demanda latente que necesita de más opciones de recreación y esparcimiento social, puesto que en la actualidad el cantón Quinindé carece de variedad de infraestructura turística, por cuanto surge la oportunidad de creación de un complejo turístico, haciendo referencia a una de las interrogantes de la encuesta acerca del nivel de aceptación del mismo, siendo un 63% de las personas encuestadas indicando que está de acuerdo en que se cree un nuevo complejo turístico en el cantón.

4.1.8 Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista

Al realizar la entrevista al Sr. Ramón Orejuela, propietario de Piscinas “D’OREJUELA” el día 19 de mayo del presente año, a las 11h00 am, se concluye que existe gran demanda de personas que buscan lugares de recreación, al manifestar que cada fin de semana lo visitan alrededor de 800 personas propios del cantón y ajenos al mismo, igualmente durante cada feriado en el país, alrededor de 1500 a 1800 personas, por tanto, esto refleja una alta cantidad de visitantes que disfrutan de los servicios que ofrece Piscinas “D’OREJUELA” y a la vez genera atractivos beneficios para el propietario.

4.1.9 Demanda

El análisis de la demanda tiene como propósito dar a conocer la cantidad de turistas que requieren servicios de recreación y esparcimiento social, mismos que cumplan con sus gustos y preferencias.

- **Identificación de la demanda**

Es importante reconocer la demanda potencial en el presente proyecto, debido que esta permite conocer la cantidad de personas que están dispuestos a demandar el servicio turístico en el centro/balneario dentro del cantón Quinindé, por tanto, se ha tomado en cuenta datos significativos de la encuesta como son las preguntas 8, 9 y 11, mismas que hacen referencia a la aceptación del complejo turístico con un 63%, frecuencia de visitas al año que en este caso son 2 veces y disposición a pagar de \$25 dólares, así como también a la Población Económicamente Activa del cantón y turistas, dando lugar a 44289 personas, los cuales conforman el mercado meta, a partir de definir la demanda potencial se da cumplimiento a uno de los lineamientos necesarios para continuar la realización del proyecto, a continuación se puntualiza el proceso para obtener la demanda potencial en personas y dólares.

Tabla 10. Demanda potencial

Parámetros	Datos
Mercado meta	44289
% Aceptación del servicio	63%
Mercado potencial	27902
Frecuencia de visitas	2
Demanda potencial	55804
Disposición a pagar	\$25
Total	\$1'395.100

Fuente: Elaboración propia

- **Proyección de la demanda**

La proyección de la demanda sirve para identificar la cantidad de ingresos en términos monetarios que recibiría el complejo turístico, para el cálculo se consideró la demanda potencial que da un total de 55804 personas con la tasa de crecimiento poblacional del cantón Quinindé que se ubica en el 2.3% según el INEC y la disposición a pagar de \$25 dólares con la tasa de inflación anual 0,27% correspondiente al año 2018, para definir la demanda durante los próximos 5 años para la cual se aplicó la fórmula del monto.

$$D_n = D_o (1 + i)^n$$

Dónde:

D_n: Demanda futura

D_o: Demanda actual efectiva

I: Tasa de crecimiento

N: Año proyectado

Tabla 11. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

Servicio	Periodo	Años	Demanda proyectada en personas	Demanda proyectada en dolares
	0	2018	55804	\$1.395.100,00
Creación de un complejo turístico	1	2019	57087	\$1.431.040,71
	2	2020	59744	\$1.501.669,19
	3	2021	63962	\$1.612.026,53
	4	2022	70052	\$1.770.295,38
	5	2023	78487	\$1.988.817,44

Fuente: Elaboración propia

Se puede notar en la tabla 11, existe gran expectativa por la presente propuesta como es la creación del complejo turístico en el cantón Quinindé.

- **Demanda objetivo**

Para determinar la cantidad de personas que podrán ser atendidas dentro del complejo turístico, se realiza un análisis en función de la capacidad instalada que tendrá el restaurante o área de alimentación para brindar el servicio a personas que visitan el complejo.

Durante la investigación realizada se determinó que cada feriado asiste un promedio de 1380 personas al día, por tanto, para distribuir en que tiempos se va a atender a estas personas se considera las horas mayormente frecuentadas para ingerir alimentos, están son de 12h00PM a 15h00PM, es decir, el total de 1380 personas al día.

Finalmente, el mercado meta para la presente propuesta de negocio abarca un total de 1.380 turistas visitantes al día, lo que da un resultado anual de 45.540 turistas, cabe mencionar que esta operación se encuentra realizada en función de la cantidad de turistas que visitan centros turísticos únicamente en días feriados. Cabe resaltar que la demanda objetivo es superior a la demanda insatisfecha, es decir, que el complejo turístico suplirá de servicios turísticos no solo a la demanda existente o insatisfecha, sino que también atenderá a los turistas que visitan la competencia, y esto se lograra a través de correcto y efectivo uso de las estrategias de comercialización.

Tabla 12. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años

Producto	Periodo	Años	Demanda objetivo Proyectada
	0	2018	45.540
Creación de un complejo turístico	1	2019	46.587
	2	2020	48.755
	3	2021	52.197
	4	2022	57.168
	5	2023	64.051

Fuente: Elaboración propia

4.1.10 Oferta

El estudio de la oferta es de gran importancia ya que permite reconocer los establecimientos que por los servicios similares que ofrece, se convierten en una competencia directa para el complejo turístico en creación.

- **Identificación de la oferta**

La oferta constituye la cantidad de bienes y servicios que se ofertan en el mercado, por tanto, según datos de REDATAM, se logró determinar que, en la actualidad en el cantón Quinindé existen la cantidad de nueve lugares que ofrecen el servicio de recreación y esparcimiento social, los cuales tienen ingresos anuales generales de \$547.410, sin embargo, a raíz de investigaciones de fuentes primarias como es la entrevista al Sr. Ramón Orejuela, se reconoce como competencia directa solo al complejo turístico llamado D'OREJUELA, debido a que es el único centro/balneario que representa mayor influencia tanto es los habitantes del cantón como también de los turistas que lo visitan. Cabe recalcar que este complejo, representa el 20.23% de los ingresos anuales que figura la suma de \$110.722,50 mientras que el 79.77% pertenece a los demás destinos que brindan actividades de recreación. La oferta actual se la obtuvo multiplicando el número de visitas en personas por la disposición a pagar de \$2.50 de las personas.

Tabla 13. Oferta actual de complejos turísticos en el cantón Quinindé

Competencia	N° de visitas mensuales en personas	N° de visitas anuales en personas	Ingresos mensuales	Ingresos Anuales
Balneario D'OREJUELA	3691	44289	\$9226.88	\$110.722,50

Total	3691	44289	\$9226.88	\$110.722,50
-------	------	-------	-----------	--------------

Fuente: Entrevista al Sr. Ramón Orejuela

- **Proyección de la oferta**

Una vez establecida la oferta actual, se considera prudente y necesario la realización de la proyección de la oferta durante los próximos 5 años, para lo cual se consideró según el INEC la tasa de crecimiento sectorial que es del 3,64% referente a turismo y los ingresos de la competencia directa, como lo es el complejo turístico llamado D'OREJUELA, la cual permite establecer la estimación o previsión de la oferta y da a conocer la cantidad de ingresos en términos monetarios del complejo turístico, aplicando la siguiente fórmula.

$$O_n = O_o (1 + i)^n$$

Dónde :

O_n: Oferta futura

O_o: Oferta actual

I: Tasa de crecimiento

N: Año proyectado

Tabla 14 . Proyección de la oferta para los próximos 5 años

Servicio	Período	Años	Oferta Proyectada en personas	Oferta Proyectada en dolares
	0	2018	44289	\$110.723
	1	2019	44382	\$110.955,02
Creación de un complejo turístico	2	2020	44569	\$111.421,52
	3	2021	44850	\$112.124,95
	4	2022	45228	\$113.069,77
	5	2023	45705	\$114.262,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.11. Balance demanda y oferta

El balance consiste en la diferencia entre la demanda y oferta con el fin de identificar si existe o no demanda insatisfecha, para lo cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 15. Demanda insatisfecha

Producto	Periodo	Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
	0	2018	55804	44289	11515
Creación de un complejo turístico	1	2019	57087	44382	12705
	2	2020	59744	44569	15175
	3	2021	63962	44850	19112
	4	2022	70052	45228	24824
	5	2023	78487	45705	32783

Fuente: Elaboración propia

Una vez hecho el análisis del balance entre demanda y oferta se determina que en el cantón hay oportunidad para la creación de un complejo turístico, ya que existe una gran demanda insatisfecha, es decir, hay personas que no han sido participes en disfrutar de un centro turístico que brinde actividades de recreación social.

4.1.12. Estrategias de marketing

El diseño de estrategias es de vital importancia dentro de la creación o posicionamiento de un producto o servicio, ya que permiten cumplir objetivos y metas propuestos en una empresa u organización, para lo cual se desarrollan la variables del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.

4.1.13. Producto

Esta estrategia permite desarrollar la imagen del complejo, para lo cual se le ha asignado un nombre al establecimiento, denominado: complejo turístico “Don Monta”, el mismo que contará con un slogan “Descubre el placer de relajarte” con el fin de que las personas propias y ajenas al cantón reconozcan al establecimiento.



Ilustración 20: Logotipo del complejo turístico
Fuente: Elaboración propia

El complejo turístico en el que se desea invertir estará compuesto por áreas de recreación como son: piscinas, tobogán, canchas deportivas, restaurant-bar y pista de baile, además es acreedor de varios atractivos naturales como artificiales, en los cuales sirven para realizar agradables tomas fotográficas y paseos en compañía, entre otros servicios y regalías. En este lugar se pretende aprovechar de manera óptima y sostenible los recursos, con el fin de brindar un servicio de calidad y mitigar la posibilidad de deterioro o maltrato al ecosistema.

Dentro del plan de marketing turístico se requiere resaltar los siguientes servicios:

- Piscinas para niños y adultos: En la creación de un complejo turístico es esencial brindar el servicio de piscinas, tanto para niños y adultos con el fin de que su experiencia en las instalaciones del complejo sea totalmente agradable, al mismo tiempo, cada piscina para niños contará con la presencia de personal calificado para brindar seguridad física a los niños he incluso estimular al niño en técnicas y aprendizaje de natación.
- Tobogán: el tobogán es un factor clave para otorgar valor agregado al complejo turístico, es decir, la presencia de toboganes incrementa la imagen y atracción de la vista de los turistas, lo cual generará mayor afluencia de personas al complejo turístico.
- Restaurant – Bar: Aparte de incursionar en la explotación de recursos naturales con la creación del complejo turístico, también es necesario la existencia de un restaurante – bar; el propósito de este es brindar a los turistas tanto locales como nacionales e internacionales la oportunidad de disfrutar y degustar de la atractiva gastronomía que ofrece la provincia verde.
- Regalías: La implementación de regalías se convierten en una estrategia viable para el complejo turístico y para las personas que lo visitan, ya que posterior al análisis dirigido a los resultados de la encuesta y entrevista que se realizaron. Cabe mencionar que las regalías se encuentran encaminadas a familias y grupos de amigos que visiten el complejo.

4.1.14. Precio

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas la mayoría de los encuestados indicaron que su disposición a pagar para hacer uso de las instalaciones del complejo es de \$20,00 a \$30,00 incluido alimentación, este aspecto es relevante ya que se tomará en cuenta para determinar en base a la inversión propuesta para la ejecución del proyecto y de acuerdo con el poder adquisitivo de las personas que en este caso es \$25,00.

Igualmente, a través de la investigación de campo se pudo identificar los precios de servicios similares al proyecto, que ofrecen diferentes complejos turístico, mismos que se describen a continuación:

Tabla 16. Análisis de precios

Complejo turístico	Lugar	Servicios	Costo promedio por persona
Hillary Nature Resort	Arenillas	Piscinas	\$3,00
		Bar/Discooteca	\$2,00
		Sala de juegos	\$1,50
		Restaurante	\$10,00
		Actividades deportivas	\$1,00
		Servicio de lavandería	\$3,00
Hotel RC	Tonsupa	Piscinas	\$2,50
		Discooteca	\$1,00
		Bar/Restaurante	\$8,00
		Sala de eventos	\$1,50
		Juegos infantiles	\$1,00
Planeta azul	Tonsupa	Piscinas temperadas	\$3,00
		Bañera de hidromasaje	\$1,00
		Restaurante	\$10,00
		Pista de baile	\$1,50
		Actividades deportivas	\$1,00
Complejo turístico COAC	Atacames	Piscinas	\$2,00
		Actividades deportivas	\$1,50
		Áreas verdes	\$1,00
		Camping	\$2,00
		Juegos infantiles	\$1,00

Restaurante	\$10,00
Bar	\$1,50

Fuente: Investigación de campo

4.1.15. Plaza

Para comercializar los servicios del complejo turístico, se considera tomar los canales tanto directo como indirecto:

- ✓ Canal directo: se lo hará al tener un contacto directo con el cliente, al momento de visitar las instalaciones del complejo, por medio de preguntas como, cual fue la experiencia durante su estadía y la calidad del servicio, entre otras.
- ✓ Canal indirecto: Como para este caso la Agencia de Viajes “Suárez Travels “, misma que será un intermediario que permita difundir información acerca de las características y beneficios que tendrá el complejo turístico.

4.1.16. Promoción

Para promocionar el complejo turístico se considera como medios estratégicos de información a las redes sociales, es decir, a través de páginas en distintas plataformas web se dará a conocer cada una de las características y beneficios que posee el complejo turístico, así también como las promociones, descuentos, entre otros servicios de interés del visitante, se considera este medio, debido a que fue el que tuvo mayor preferencia por parte de los habitantes del cantón y turistas. También se realizarán actividades que beneficien a aquellas personas que recomienden el lugar, es decir, por cada tres personas recomendadas que asistan al complejo, aquella persona que los recomendó se hará merecedor de un día completo en las instalaciones del complejo turístico con todo totalmente gratis para dos personas, este método se ha considerado en función de los

resultados obtenidos de la encuesta, ya que un 29% de las personas encuestadas mencionaron que se informan de lugares de recreación a través de recomendaciones interpersonales.

Puesto que la mayoría de los encuestados indicaron que desean informarse del turismo a través de redes sociales, estos tendrán accesibilidad a las plataformas digitales del complejo, como es: página web, Facebook, Instagram y WhatsApp y Twitter.





Ilustración 21: Diseño de la página web
Fuente: Elaboración propia

4.1.17. Conclusiones del estudio de mercado

Al realizar el estudio de mercado se identificó que el sector turístico en el cantón Quindé presenta grandes oportunidades de desarrollo y crecimiento económico – social, dado que la naturaleza, pureza y demás potencial turístico del cantón lo convierten en un lugar de

frecuentes visitas por parte de los turistas. Por tanto, el cantón se constituye en un lugar geográficamente importante para promover el turismo. Según los resultados de la investigación de campo, el 92% del total de turistas encuestados son originarios de la provincia de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas, mismos que manifestaron visitar de manera frecuente la provincia de Esmeraldas, cabe resaltar que las visitas son concurrentes en días feriados del año, generalmente éstos días corresponden a carnaval en el mes de febrero, semana santa en el mes de abril, finados en el mes de noviembre y fin de año; además, de este resultado se destaca que el 72% de los turistas encuestados visitan el cantón Quinindé, para disfrutar y apreciar los diferentes atractivos naturales y turísticos que posee el mismo.

Al realizar la operación para determinar la demanda potencial, se obtuvo un resultado de 57.087 visitas de turistas, resultado que se da en función de la operación entre el mercado meta (44.209) y el porcentaje de aceptación de los servicios que se ofrecen en la presente propuesta de negocio (63%), frecuencia de visitas (2) y la disposición a pagar de los mismos (\$25,00).

Para la determinación de la oferta se tomó como referencia la información del Portal Web REDATAM, donde se reconoce la cantidad de 9 lugares que ofertan servicios de recreación social, lo cual constituye un total de \$547.410 ingresos anuales, sin embargo, mediante una investigación de campo con la ayuda del instrumento de la entrevista dirigida al Sr. Ramón Orejuela, se comprobó que tan solo un destino turístico denominado D'OREJUELA efectivamente ofrece servicios turísticos similares a los del presente proyecto.

La demanda insatisfecha para el año 2019 se identificó a través de un balance entre la demanda y la oferta, es decir, se tomaron los datos de 57.087 correspondiente a la

demanda potencial y 44.382 correspondiente a oferta, lo que indica una demanda insatisfecha de 12.705.

Para la determinación de la demanda efectiva del proyecto, inicialmente se estableció la capacidad instalada del mismo, considerando un total de 1.380 turistas visitantes al día, lo que da un resultado anual de 45.540 turistas, cabe mencionar que esta operación se define en función de la cantidad de turistas que visitan centros turísticos únicamente en días feriados. Cabe resaltar que la demanda efectiva es superior a la demanda insatisfecha, misma que se estableció en 12.705, es decir, que el complejo turístico suplirá de servicios turísticos no solo a la demanda existente o insatisfecha, sino que también atenderá a los turistas que visitan la competencia, dado que en la actualidad no existe un destino turístico que oferte servicios de recreación social de calidad, tal como los que se expresan en el presente proyecto, además, esto se logrará a través del correcto y efectivo uso de las estrategias de comercialización.

4.2. Estudio técnico

4.2.1. Introducción

El estudio técnico constituye parte fundamental para la evaluación del proyecto, puesto que durante su análisis se determina si existe viabilidad técnica para la puesta en marcha del mismo, además, en este se describe técnicamente la localización óptima del proyecto, misma que incluye la macro y micro localización, los costos de servicios que se estiman ofertar y permite definir la cantidad de los recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos requeridos para el funcionamiento óptimo del centro turístico.

Dentro del estudio técnico se contempla todos los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso efectivo de los recursos disponibles y que hacen parte de la puesta en marcha

del negocio. Cabe mencionar que la correcta elaboración de esta sección es clave para continuar con el estudio financiero, ya que en este se definen cada uno de los ingresos, costos y gastos que tendrá el centro turístico.

4.2.2. Objetivo

Determinar la viabilidad técnica relativa a la localización, tamaño, ingeniería e inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

4.2.3. Localización del proyecto

En esta sección se analiza cual es el punto idóneo donde se puede instalar el proyecto, considerando la optimización de los costos y la accesibilidad a recursos, entre otros.

4.2.4. Macro localización

El complejo turístico se encontrará situado en la provincia de Esmeraldas, considerando que es una de las provincias mayormente visitadas tanto por turistas nacionales e internacionales.

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Provincia:** Esmeraldas
- **Cantón:** Quinindé



Ilustración 22: Macro localización – Provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé
 Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Esmeraldas 2015-2025
 Elaborado: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la Provincia de Esmeraldas

El presente proyecto tendrá lugar en la provincia de Esmeraldas cantón Quinindé, debido a que éste presenta diversidad de atractivos naturales, mismos que se encuentran en condiciones óptimas para ser explotados y aprovechados por el visitante turista.

4.2.5. Ubicación a nivel provincia

- Ubicación de mercado

La ubicación seleccionada para la creación de un complejo turístico es en el cantón Quinindé, puesto que este es acreedor de variedad de atractivos naturales que en la actualidad no han sido aprovechados, además se considera la afluencia de turistas, debido a que en el cantón existe una importante afluencia de turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, mismos que desean que en el cantón se ofrezca mayor variedad de servicios de recreación y esparcimiento social.

a) Costos de factores de producción:

- Costos de materiales e insumos

Los costos de adquisición de materiales e insumos son determinantes para la puesta en marcha del proyecto, debido a que se debe contar con proveedores que faciliten estos, y a la vez cumplan con las características y especificaciones requeridas de los productos.

Para ello se ha seleccionado a las empresas como:

- **Pronaca:** Se toma a consideración esta empresa como proveedor, puesto que es una procesadora nacional de alimentos, caracterizada especialmente por ofrecer productos alimenticios de calidad y en condiciones óptimas. En base, de que en el complejo se brindará alimentos de carácter típico o propios de la provincia, Pronaca es el proveedor indicado para la compra de los insumos para elaborar los alimentos requeridos en el centro turístico.
- **Hidro Solar Instalaciones y Mantenimiento:** Al contar con áreas húmedas en el centro turístico es importante contar con proveedores que suministren el servicio de mantenimiento a las áreas en mención, a fin de que estas se mantengan en condiciones óptimas y adecuadas para ofrecer un servicio de calidad al turista visitante. Además, esta empresa en la provincia es ampliamente reconocida por realizar un buen trabajo respecto a piscinas, aseo y mantenimiento e instalaciones.

Al escoger un proveedor que se encuentre situado en el cantón es un factor relevante para la propuesta de negocio, puesto que así los costos de adquisición de materiales e insumos no se verán afectados por el motivo de transporte, lo cual también está a favor del proyecto gracias a que las vías de acceso del cantón se encuentran en óptimas condiciones para ser transitadas, por ende facilita el traslado de los productos requeridos en el complejo y ayuda al fácil acceso de los turistas a las instalaciones del complejo.

- Personal calificado

Para la realización del presente proyecto se considera la utilización de mano de obra calificada para la planificación, preparación, dirección y ejecución de diversas tareas clave a efectuarse dentro del complejo turístico, por lo cual el personal a considerar debe ser profesional, es decir, contar con título de tercer nivel en Ingeniería en Gestión Hotelera y Turística o áreas afines. Cabe mencionar que la provincia de Esmeraldas posee Instituciones de Educación Superior, mismas que preparan a personas en diferentes áreas, sin embargo, sobresalen en preparar profesionales que destaquen en el ámbito turístico, lo cual se convierte en una oportunidad para llevar a cabo la presente propuesta de negocio, debido a que en la provincia existe amplia mano de obra calificada para ejercer las funciones propias y requeridas de un complejo turístico.

- Servicios básicos:

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2021, el cantón Quinindé en la actualidad mantiene a su disposición los servicios básicos requeridos y necesarios para satisfacer las necesidades requeridas por quienes visitan la provincia, aquí se refleja el porcentaje de 87,3%, mismo que corresponde a la totalidad de cobertura de uno de los servicios más importantes como lo es el agua, siendo este el servicio con mayor influencia en la ejecución de actividades del complejo, lo cual se convierte en una oportunidad de emprender en la creación del complejo turístico. Debido a que se tiene a disposición los servicios necesarios para mantener continuidad en los procesos o tareas a realizar en un complejo turístico, lo cual permite mitigar el riesgo de paralización de actividades o tareas clave que se realizan en el centro de recreación y esparcimiento social. Por tanto, se convierte en un factor positivo para llevar a cabo la propuesta de negocio.

b) Costos de transporte:

Se considera que los costos de transporte son mínimos, es decir, este costo no es relevante ni afecta de manera significativa durante la puesta en marcha del negocio, puesto que en el cantón y la provincia existen centros comerciales que ofertan productos y servicios requeridos para el correcto funcionamiento de un complejo turístico, y así poder cumplir y brindar un servicio de calidad a los clientes que buscan recreación familiar y social.

c) Infraestructura básica:

La provincia de Esmeraldas cuenta con variedad de lugares aptos para emprender en actividades de apoyo al turismo, es decir, en la actualidad existen terrenos que cumplen los requisitos necesarios para empezar la constitución de un complejo turístico amplio que acapare la demanda existente para recreación familiar y social, además, cumpla con los requerimientos solicitados por los turistas locales, nacionales e internacionales. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que durante temporadas invernales en la provincia suelen ocurrir afectaciones en la vía, no obstante, las autoridades mantienen vigiladas las mismas a través de monitoreo GPS, por cuanto acuden de manera inmediata a aplicar las debidas acciones para regular el paso en cualquiera que sea la entrada a la provincia (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2019).

d) Riesgos de desastres e impactos ambientales

Puesto que la ciudad de Esmeraldas es propensa a sufrir daños o desastres naturales tales como tsunamis, en la actualidad se maneja el plan de contingencia frente a tsunamis, con el objetivo de *“Establecer una guía de procedimientos coordinados que permitan la diseminación de alertas y manejo adecuado de crisis por tsunamis, asegurando una respuesta rápida y eficiente de las autoridades y la población de Esmeraldas”* (COE

cantonal Esmeraldas, 2018), este plan ha sido compartido y socializado tanto con autoridades como con los habitantes de la provincia, para así evitar y mitigar riesgos o pérdidas. Siendo esta la particularidad más influyente en la macro localización del proyecto respecto a riesgos, se tiene presente la formulación y aplicación de medidas y acciones preventivas frente a los posibles daños que podrían ocasionar las actividades y tareas que se realizan dentro del complejo turístico, con esto se logra mantener y preservar un ambiente sano y agradable para el turista y la sociedad en general. Por lo antes mencionado, es importante resaltar que para la construcción del complejo turístico se utilizaran materiales de mayor firmeza y soporte, es decir, que en caso de que se presente un desastre natural, las instalaciones del complejo no se vean afectadas por tal suceso.

4.2.6. Micro localización

La micro localización se refiere a la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido (Cherovi, 2015). Para la ubicación específica y estratégica se toman a consideración los siguientes factores:

a) Accesibilidad (Afluencia de público)

Quinindé constituye el cantón con más concentración de habitantes en la provincia de Esmeraldas, a causa de su ardua labor en diferentes actividades tales como, la agricultura, el comercio, asociaciones productivas y de transporte, entre otras, sin embargo, el cantón a menudo es visitado por turistas tanto nacionales como internacionales, mismos que llegan al lugar con el fin de apreciar y disfrutar de los atractivos naturales que posee el cantón, a pesar de que este carece de suficiente infraestructura que brinde servicios de recreación y esparcimiento social, por tanto se lo considera un lugar apto y pertinente

para la creación de un complejo turístico, que a más de ofrecer al turista disfrutar de la naturaleza, también pueda recibir servicios de calidad y lograr cumplir y superar las expectativas de quien visita el cantón.

b) Costo de terreno

Dentro del cantón Quinindé, a través de un análisis situacional se determina que existen variedad de terrenos disponibles y en óptimas condiciones para ser destinados a la construcción de infraestructura turística, sin embargo, se reconoce que los costos de este varían acorde a su ubicación, es decir, un terreno en la Parroquia Rosa Zarate es valorado a mayor costo debido a su cercanía con la población y a las vías principales a la provincia de Esmeraldas, sin embargo, el costo de un mismo terreno y en las mismas condiciones en la parroquia Malimpia tiene un menor costo, ya que el sector tiene mayor distancia para con la población, además, las vías de acceso no siempre se encuentran disponibles para ser transitadas.

c) Ubicación estratégica

Para la efectiva elección del lugar donde se creará el complejo turístico se procede a realizar una matriz de evaluación de opciones, esta va a contener criterios influyentes y determinantes para escoger el lugar idóneo en función de los argumentos anteriormente planteados, para lo cual se asignó un peso a cada factor de acuerdo a la importancia que tiene cada uno de ellos para la propuesta de negocio y una escala determinada del 1 a 5, siendo 1 el menos adecuado y 5 el más adecuado, la matriz a la vez permite reconocer los beneficios que se obtendrán al elegir el lugar con mayores oportunidades para los grupos de interés del proyecto.

Tabla 17. Matriz de evaluación

Factores	Peso	Malimpia		Rosa Zarate		Viche	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Afluencia de turistas.	10%	2	0,2	4	0,4	3	0,3
Seguridad.	10%	4	0,4	5	0,5	5	0,5
Vías de acceso en óptimas condiciones.	24%	3	0,72	4	0,96	3	0,72
Costo de terreno	26%	2	0,52	5	1,3	1	0,26
Disponibilidad de Terreno	30%	3	0,9	5	1,5	1	0,3
SUMA	100%	14	2,74	23	4,66	13	2,08

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quinindé 2021-2021.

Puesto que Rosa Zarate, parroquia de Quinindé es lugar que cumple con todos los factores relevantes que influyen para la creación del complejo turístico, se toma la decisión de emprender la presente propuesta de negocio en aquel sitio, ya que Quinindé es el lugar con mayor accesibilidad a servicios básicos, y los más importante que estos no son interrumpidos durante el día o la semana, otro factor importante que confirma la decisión de emprender en el cantón es la accesibilidad a las vías, puesto que en la actualidad la municipalidad de Quinindé ha priorizado la inversión en carreteras, lo cual facilita el acceso a los turistas a distintos lugares que el desee, y finalmente la disponibilidad de terreno es clave para la toma de decisión de la micro localización del proyecto ya que este debe encontrarse en óptimas condiciones y cumplir con los estándares previamente

establecidos, para ejercer las actividades del complejo turístico sin ocasionar daños o sucesos negativos en la sociedad.

4.2.7. Tamaño del proyecto

Expresa la cantidad de producción de bienes o prestación de servicios que pueden ser ofertados y definir la demanda a cubrir durante un periodo de tiempo determinado.

4.2.8. Factores condicionantes del tamaño:

A continuación, se detallan cada uno de los factores condicionantes para determinar el tamaño óptimo del proyecto.

- El Mercado:

Define la cantidad de productos o número de servicios que van a entregar al mercado durante la vida útil del proyecto, así como sus precios.

La demanda insatisfecha es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.(Raza, 2014). Por lo tanto, a través de la investigación de mercado se determinó que la demanda insatisfecha para el año 2019 se estableció en 12705 turistas, lo que da como resultado que no solo se cubrirá esa parte sino el mercado de la competencia lo que da un total de 45540 turistas que visitarían el complejo turístico anualmente.

- Tecnología

La tecnología es parte fundamental para la operatividad óptima del complejo turístico, ya que de esta depende la realización efectiva de las actividades de forma eficaz y eficiente, dentro de la tecnología se detallan los siguientes materiales:

Tabla 18. Proveedor de tecnología

TECNOLOGÍA	PROVEEDOR	CIUDAD	TELÉFONO
Generador de luz			
Tobogán	Fábrica Great	Santo Domingo	0991604026
Bomba de filtración	Park	de los Tsáchilas.	
Bomba para efectos de olas			
Bomba de centrifugado			

Fuente: Investigación propia

- Disponibilidad de recursos

La disponibilidad de recursos dentro del complejo turístico se refiere a la existencia oportuna de materiales, insumos y demás requerimientos para el buen funcionamiento del complejo turísticos, logrando la provisión de insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto durante los años de vida útil de este.

Tabla 19. Materiales de restaurante

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Insumos generales					
Harina Ya	Quintal	1	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 252,00
Arroz	Quintal	3	\$ 31,00	\$ 93,00	\$ 1.116,00
Azúcar san Carlos	Quintal	1	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 312,00
Sal	Funda	4	\$ 0,65	\$ 2,60	\$ 31,20
Aceite el Cocinero	Caneca	1	\$ 27,28	\$ 27,28	\$ 327,36

Achiote la favorita	Caneca	1	\$	25,02	\$	25,02	\$	300,24
Condimentos	Funda	3	\$	0,90	\$	2,70	\$	32,40
Mantequilla girasol	Tarrina	3	\$	2,75	\$	8,25	\$	99,00
Toallas de cocina	Paquete	4	\$	3,45	\$	13,80	\$	165,60
Fósforos el sol	Paquete	2	\$	1,43	\$	2,86	\$	34,32
Sobres de té aromáticas	Paquete	4	\$	0,76	\$	3,04	\$	36,48
Café colcafé	Frasco	5	\$	7,45	\$	37,25	\$	447,00
Subtotal					\$	262,80	\$	3.153,60
10% Imprevistos					\$	26,28	\$	315,36
	TOTAL				\$	289,08	\$	3.468,96

Fuente: Investigación propia

Tabla 20. Insumos de limpieza para el área de restaurante

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Estropajos	Paquete	6	\$ 0,55	\$ 3,30	\$ 39,60
Desengrasantes	Caneca	1	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Lavavajillas	Tarro	3	\$ 3,60	\$ 10,80	\$ 129,60
Desinfectante	Galón	2	\$ 9,64	\$ 19,28	\$ 231,36
Limpiador multisuperficies	Galón	1	\$ 4,12	\$ 4,12	\$ 49,44
Pato tanque	Paquete	4	\$ 2,32	\$ 9,28	\$ 111,36
Funda de basura	Paquete	3	\$ 1,43	\$ 4,29	\$ 51,48
Guantes	Paquete	1	\$ 1,23	\$ 1,23	\$ 14,76
Jabón de manos	Galón	2	\$ 5,35	\$ 10,70	\$ 128,40
Cloro	Galón	1	\$ 6,34	\$ 6,34	\$ 76,08
Toalla de manos	Paquete	3	\$ 4,64	\$ 13,92	\$ 167,04
Papel higiénico industrial	Paquete	3	\$ 8,98	\$ 26,94	\$ 323,28
Subtotal				\$ 142,20	\$ 1.706,40
10% Imprevistos				\$ 14,22	\$ 170,64
	TOTAL			\$ 156,42	\$ 1.877,04

Fuente: Investigación propia

Tabla 21. Insumos de limpieza para el área Camping

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
-------------	--------	----------	----------------	---------------	-------------

Papel higiénico industrial	Paquete	2	\$ 8,98	\$ 17,96	\$ 215,52
Toallas de mano	Paquete	3	\$ 4,64	\$ 13,92	\$ 167,04
Jabón de mano	Galón	1	\$ 5,35	\$ 5,35	\$ 64,20
Fundas de basura	Paquete	2	\$ 1,43	\$ 2,86	\$ 34,32
Subtotal				\$ 40,09	\$ 481,08
10% Imprevistos				\$ 4,01	\$ 48,11
	TOTAL			\$ 44,10	\$ 529,19

Fuente: Investigación propia

Tabla 22. Insumos de limpieza para el área de piscinas

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo Mensual	Costo anual
Detergente	Quintal	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Jabón de piscinas	Galón	2	\$ 5,35	\$ 10,70	\$ 128,40
Cloro	Galón	4	\$ 6,34	\$ 25,36	\$ 304,32
Subtotal				\$ 66,06	\$ 792,72
10% Imprevistos				\$ 6,61	\$ 79,27
	TOTAL			\$ 72,67	\$ 871,99

Fuente: Investigación propia

Tabla 23. Insumos para el área de recreación

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Papel higiénico industrial	Paquete	2	\$ 8,98	\$ 17,96	\$ 215,52
Toallas de mano	Paquete	2	\$ 4,64	\$ 9,28	\$ 111,36
Jabón de mano	Galón	1	\$ 5,35	\$ 5,35	\$ 64,20
Subtotal				\$ 32,59	\$ 391,08
10% Imprevistos				\$ 3,26	\$ 39,11
	TOTAL			\$ 35,85	\$ 430,19

Fuente: Investigación propia

Una vez detallado cada uno de los insumos y materiales que se necesita dentro del complejo turístico se procede a mencionar cada uno de los proveedores electos para el abastecimiento de los recursos necesarios para cumplir con los requerimientos del turista.

Tabla 24. Listado de proveedores de insumos y materiales

DETALLE	PROVEEDOR	CANTÓN	TELÉFONO
Materiales			
requeridos para el restaurante	Pronaca	Quinindé	(593-2) 2754857
Insumos para la limpieza de cada una de las áreas	Hidro Solar Instalaciones y Mantenimiento	Quinindé	0957324021

Fuente: Investigación propia

- El financiamiento:

Para la ejecución del proyecto es indispensable el recurso financiero, puesto que de esta forma se puede cumplir y cubrir monetariamente las actividades y tareas del complejo turístico expresadas en la planificación y presupuesto del proyecto. Dado el caso que no se obtenga el recurso financiero el proyecto no se podrá ejecutar.

Cabe mencionar, que es importante tener socios capitalistas, es decir que la responsabilidad del complejo turístico no recaiga sobre una sola persona, con el fin de compartir tanto el riesgo como los beneficios, es por eso que, para la puesta en marcha de este proyecto van a intervenir dos socias, que son las autoras legítimas del mismo.

Para obtener el financiamiento del presente proyecto se solicitará los recursos económicos en las instituciones financieras destinadas a apoyar el emprendimiento, tales como el Banco BanEcuador, que cuenta con una tasa de interés nominal entre 11 al 15%, ya que esta oferta productos y servicios financieros de calidad con un claro enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad financiera. (BANECUADOR, 2019).

Otra de las entidades financieras que se elige para captar los recursos económicos es la Corporación Financiera Nacional (CFN), puesto que ofrece accesibles tasas de interés como es una tasa de interés efectiva de 11,83%, para emprender en diversas actividades tanto de servicios como comerciales.

4.2.9. Capacidad Instalada

Para determinar la cantidad de personas que podrán ser atendidas dentro del complejo turístico, se realiza un análisis en función de la capacidad que tendrá el restaurante o área de alimentación para brindar el servicio da personas que visitan el complejo.

Puesto que en la capacidad instalada se establece la cantidad máxima a atender en el complejo turístico, se considera la afluencia de turistas durante el feriado, debido a que son los días con mayor presencia y visita de personas a lugares de recreación y esparcimiento social.

Durante la investigación realizada se determinó que cada feriado asiste un promedio de 1380 personas al día, por tanto, para distribuir en que tiempos se va a atender a estas personas se considera las horas mayormente frecuentadas para ingerir alimentos, están son de 12h00 p.m. a 15h00 p.m., es decir, el total de 1380 personas se distribuye para este lapso, lo que da como resultado atender aproximadamente a 460 personas cada hora. Siendo esta la estimación, se procede a realizar la distribución y capacidad del restaurante de la siguiente manera:

Tabla 25. Distribución y capacidad del restaurante

DETALLE	CANTIDAD	m²
Área de cocción	1	120 m ²
Mesas	115	1,20m ²
Sillas	460	0,60 m ²

Distancia para circular en el restaurante.	-	0,60 m ²
TOTAL		2,40 m² * 2,40 m² = 5,76 m²

Fuente: Elaboración propia

Al determinar que el espacio por cada mesa, incluido sillas y distancia para que las personas puedan circular por el restaurante da un total de 6,76 m², por tanto, al realizar la operación entre los metros cuadrados por cada mesa y el total de estas, da como resultado un total de 757,12 m², además se incluye el espacio que ocupara el área de cocción, esto corresponde a 120 m², finalmente esto da como resultado un total de 877,12 m².

Es así como se determina que un espacio de 877,12m² es lo necesario e indispensable en el complejo turístico para poder satisfacer a los turistas en el área de restaurante. Para consolidar la capacidad instalada también se realiza un análisis sobre las piscinas, lo cual se expresa de la siguiente manera:

Tabla 26. Capacidad instalada en las piscinas

DETALLE	CANTIDAD	m²	AFORO ESTIMADO
Piscina olímpica.	1	(60 x 35)	135
Piscina efecto de olas.	1	(100 x 30)	180
Piscina con tobogán.	1	(45 x 25)	95
Piscina para niños.	1	(25 x 25)	50
TOTAL, DE TURISTAS			460

Fuente: Elaboración propia

Durante el análisis y estimación de la cantidad de personas que podrán hacer uso de las áreas húmedas dentro del complejo turístico, se hizo la distribución óptima de estas para poder cubrir la demanda del servicio turístico, es decir, el tamaño y medida de las piscinas se encuentra desarrollado en función de la demanda de cada servicio por parte de los visitantes, mismo que asciende a un total de 460 personas, considerando que la atención

dentro del complejo será desde las 10h00 hasta las 18h00, las piscinas se encuentran en total disponibilidad para que los visitantes puedan hacer uso de ellas en el momento que estimen y consideren conveniente.

Tabla 27. Estimación de M.O.D restaurante

DETALLE	CANTIDAD	AFORO DE PERSONAS ATENDIDAS POR HORA
Cocinero	2	230 x Trabajador
Mesero	4	115 x Trabajador
Polifuncional	4	
TOTAL	10	

Fuente: Elaboración propia

Para definir la cantidad de personas que atenderán en el restaurante se tomó como referencia la mano de obra del restaurante del Hillary Resort en temporada de feriados, por tanto, la cantidad de personas que se requieren para atender de forma óptima los servicios de alimentación se determinó en función de la capacidad que tiene cada colaborador del área de restaurante para cubrir eficazmente sus labores; es decir, la responsabilidad del cocinero es, preparar los platos solicitados por el turista de forma ágil y rápida considerando la presentación y calidad del mismo, por lo que se estima que éste cumpla con un aproximado de 460 platos cada hora, correspondientes al horario de alimentación comprendido entre las 12h00 a 15h00; así mismo, es compromiso del mesero tomar el pedido y considerar las características y especificaciones del mismo, con el fin de que éste lleve al turista la orden en las condiciones requeridas. Además, es

importante que en el área de cocción se disponga de personal polifuncional para que ejerza diversas actividades necesarias en el área.

Finalmente, la capacidad instalada máxima de la presente propuesta de negocio abarca un total de 1.380 turistas visitantes al día en feriados, lo que da un resultado anual de 45.540 turistas, cabe mencionar que esta operación se encuentra realizada en función de la cantidad de turistas que visitan centros turísticos únicamente en días feriados.

4.2.10. Ingeniería del proyecto

Dentro de este punto se procede a realizar la descripción técnica del complejo turístico, es decir, la distribución de cada una de las áreas del centro.

4.2.11. Diseño y descripción técnica del producto

El complejo turístico será construido sobre una base de 25.000m², se recalca que el complejo estará situado en el cantón Quinindé, parroquia Rosa Zarate, a pocos minutos de la panamericana vía a Esmeraldas, sean estos de 4 a 6 minutos. Cabe destacar que estratégicamente se escoge este sitio ya que este cuenta con atractivos naturales que aún no han sido aprovechados, ni mucho menos explotados, lo cual abre paso a la oportunidad de emprender en actividades turísticas puesto que presentan condiciones necesarias para poder ofertar al turista servicios de recreación y esparcimiento social, logrando así satisfacer sus necesidades de ocio. En específico, el complejo brindará servicios de piscinas, áreas de relajación (sauna y turco), canchas deportivas, alimentación, bar, juegos infantiles y parqueadero, igualmente el complejo contará con personal altamente capacitado para así ejecutar las actividades del complejo y a la vez generar una experiencia agradable en el turista visitante.

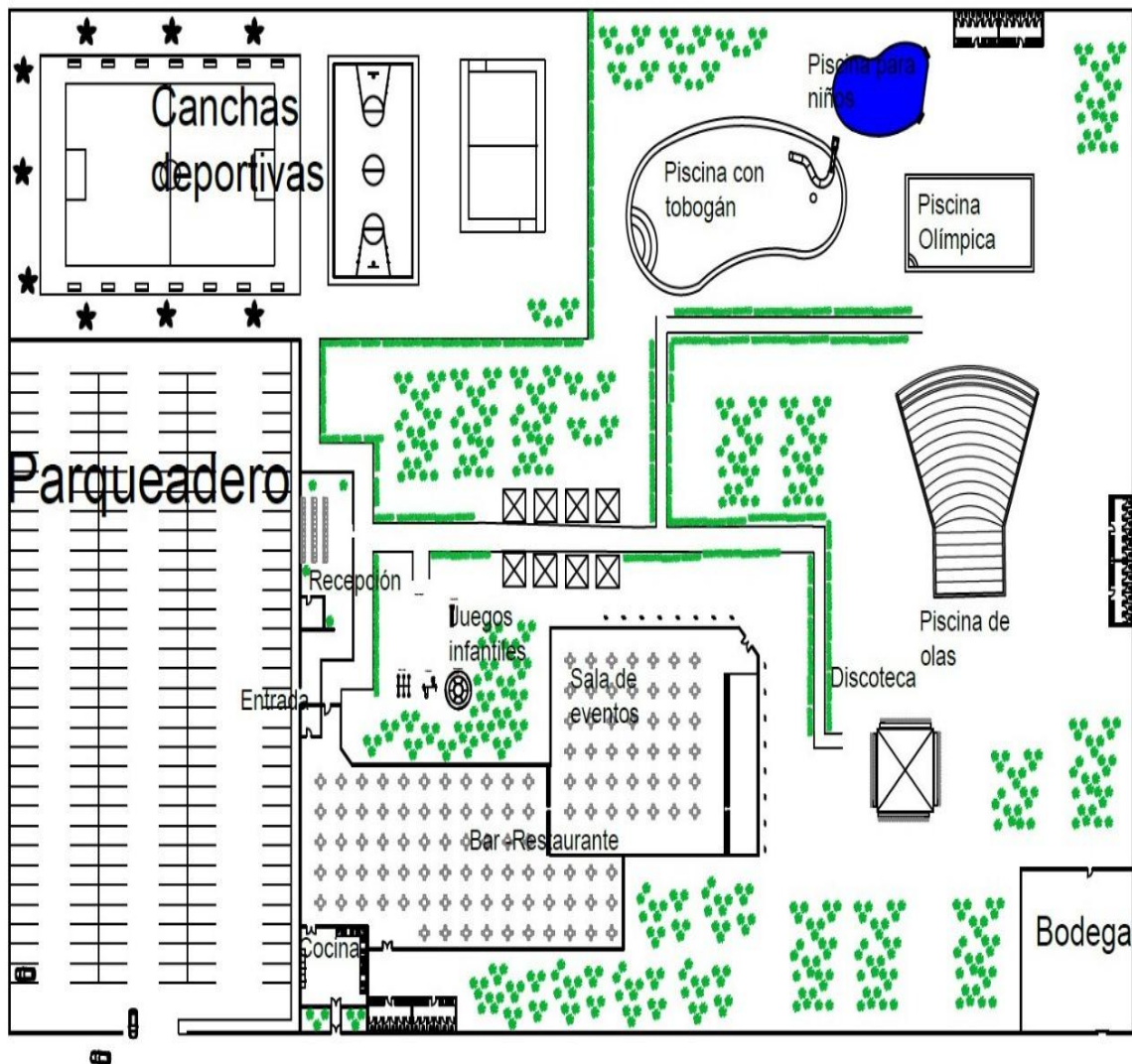


Ilustración 23: Plano arquitectónico del complejo turístico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Arq. Diego Defaz

4.2.12. Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo




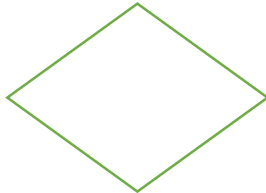
Tabla 28. Mapa de Procesos

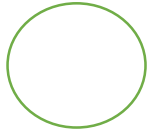
CÓDIGO	PROCESOS GENERAL	SUB PROCESO
		Planificación estratégica
		Misión Visión Políticas Valores Corporativos
ESTRATÉGICOS	E.1	Planificación
		Administración
		Plan Operativo Anual Gestión de Recursos Humanos Presupuesto Financiamiento Estructura orgánica Manual de funciones
OPERATIVOS	O.1	Proceso operativo
		Socialización de servicios del Centro Turístico Selección y compra de materia prima Preparación de alimentos Atención al cliente
APOYO	A.1	Proceso de apoyo
		Contabilidad Caja Servicios generales

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se definen cada uno de los procesos anteriormente expuestos, para lo cual es preciso describir secuencialmente cada una de las tareas que se llevarán a cabo por cada proceso, mismos que serán representados gráficamente en diagramas de flujos, de forma que se tenga una comprensión clara de cada uno de los procesos, la simbología que se utiliza en los diagramas de flujo está basada en la Normativa ANSI- American National Standards Institute y es la siguiente:

Tabla 29. Simbología ANSI para diagramas de flujo

SÍMBOLOS	NOMBRE	SIGNIFICADO
	Inicio – Fin	Inicio o terminado, es decir, indica el comienzo y fin de las actividades.
	Actividades o tareas	Representa las actividades o tareas llevadas a cabo por cada proceso.
	Documentos	Simboliza los documentos que entren o salgan durante todo el proceso.
	Decisión	Indica que se debe tomar una alternativa o decisión, para continuar con las actividades, que conlleva cada proceso.



Conector

Son conectores, que indican una conexión entre las actividades de un mismo proceso.

Fuente: Normativa ANSI

Procesos estratégicos

Los procesos estratégicos van directamente relacionados con la parte administrativa y organizacional del proyecto, por esta razón y con el fin de brindar un servicio de calidad a través de un personal altamente calificado y preparado, se consideran los siguientes procesos:

-Planificación estratégica

-Administración

○ **Planificación estratégica**

La realización de la planificación estratégica se encuentra vinculada directamente con el propósito y deseos que la empresa desea alcanzar, es decir, aquí se define de forma estratégica una serie de acciones dirigidas al cumplimiento de la misión, visión, objetivos, entre otros componentes de acción descritos en el plan.

Tabla 30. Manual de procesos para plan estratégico

	MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO	Planificación estratégica	CÓDIGO	P01

Fuente: Elaboración propia.

PROPÓSITO	Definir componentes necesarios para la correcta operatividad del negocio a corto, mediano y largo plazo.	
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo.	
REFERENCIAS	Se basará en la misión, visión, políticas y valores corporativos de la empresa.	
RESPONSABLE	Gerente, colaboradores de cada área y autoras del proyecto.	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES
1	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Conformar equipos de trabajo para elaborar la planificación estratégica.
2	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Distribuir trabajo para la recolección de información acerca del giro del negocio.
3	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Reunión de trabajo para revisión y análisis de la información obtenida.
4	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Estructurar y diseñar la matriz FODA.
5	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Analizar la matriz FODA y determinar los aspectos relevantes.
6	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Definir la misión de la empresa que responda a la interrogante de: ¿propósito o razón de ser de la empresa?
7	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Definir la visión de la empresa, donde responda la interrogante de: ¿Qué queremos ser?
8	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Formular objetivos que permitan lograr la misión, capitalizar las oportunidades externas y fortalezas

		internas, y superar las amenazas externas y debilidades internas.
9	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Prescribir las políticas y valores de la empresa, mismos que representen la identidad, esencia y razón de ser del negocio.
10	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar los objetivos.
11	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Evaluación de: <ul style="list-style-type: none"> • Situación del entorno • Recursos y capacidad de la empresa • Elementos del plan estratégico
12	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Diseño de estrategias factibles considerando el análisis del resultado de la evaluación prescrita en la actividad anterior.
13	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Evaluación de las estrategias propuestas y determinar ventajas, desventajas, costos y beneficios de cada una.
14	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Selección de estrategias a implementar.
15	Gerente, colaboradores de cada área y autoras	Elaboración del plan estratégico.
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

○ **Administración**

Para la efectiva dirección de las actividades administrativas, en cualquier empresa o institución es indispensable el diseño de un plan operativo, en el que se detallen los objetivos de corto plazo, las actividades operativas a ejecutar con la descripción de los materiales e insumos requeridos, que permitan estructurar el presupuesto anual de la organización, por tal razón, para la presente propuesta de negocio se describe de forma objetiva el proceso de planificación, presupuesto y financiación, aquí se expresará de forma monetaria el detalle de los materiales e insumos que se necesitan para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 31. Manual de procesos para plan administrativo

		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO		Administración	CÓDIGO	P02
PROPÓSITO		Disponer de talento humano calificado y obtener una efectiva planificación de entradas y salidas monetarias requeridas en el negocio.		
ALCANCE		Se aplicará en el nivel directivo y operativo.		
REFERENCIAS		Se basará en la administración de la empresa.		
RESPONSABLE		Gerente, colaboradores de cada área y contadora		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
	Gerente	Tomar como referencia el plan estratégico para la elaboración del POA.		
1	Gerente, colaboradores de cada área y contadora	Organizar un equipo de trabajo con personal clave del área para formular el POA.		

Fuente: Elaboración propia.

2	Gerente, colaboradores de cada área y contadora	Disponer de información base que fundamente los compromisos que se adquieran en el POA a través de las actividades, mismas que pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de estados financieros • Presupuesto de la empresa, entre otras. 	
3	Gerente, colaboradores de cada área y contadora	Definir actividades de tipo: <p>Estratégicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr el posicionamiento e imagen de la empresa • Mayor agilidad en la prestación de servicios. • Inducir el desempeño en aspectos éticos y administrativos • Alcanzar niveles de rentabilidad que garanticen la solvencia y sostenibilidad financiera de la empresa. • Fortalecer la infraestructura de la empresa <p>Misionales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir y hacer cumplir los compromisos establecidos en el plan • Dar fiel cumplimiento al presupuesto. • Gestionar las quejas de los turistas visitantes para mejorar la atención al cliente. 	
4	Gerente, colaboradores de cada área y contadora	Reunión de trabajo para el análisis y validación del plan operativo anual de la empresa	
5	Gerente General	Aprobación del plan operativo anual	
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

A continuación, se detallan los procesos clave en los cuales se presenta en esencia las actividades a realizar en el complejo turístico:

- Socialización de servicios del Centro Turístico

-Selección y compra de materia prima

-Preparación de alimentos

-Atención al cliente

- **Socialización de servicios del Centro Turístico.**

Para ofrecer un servicio de calidad a los turistas que visitan el complejo turístico, inicialmente se les dará unas emotivas palabras de bienvenida y agradecimiento por su visita. Posterior a eso, se les mencionará las ventajas y beneficios de visitar el complejo. Una vez que el turista tome la decisión de quedarse a disfrutar de los atractivos que ofrece el complejo, se lo direccionará a caja a realizar el pago respectivo de los servicios que éste desee ocupar a excepción del restaurante donde el cliente cancelará una vez que este reciba el servicio de alimentación.

Tabla 32. Manual de procesos para la socialización de servicios del Centro Turístico

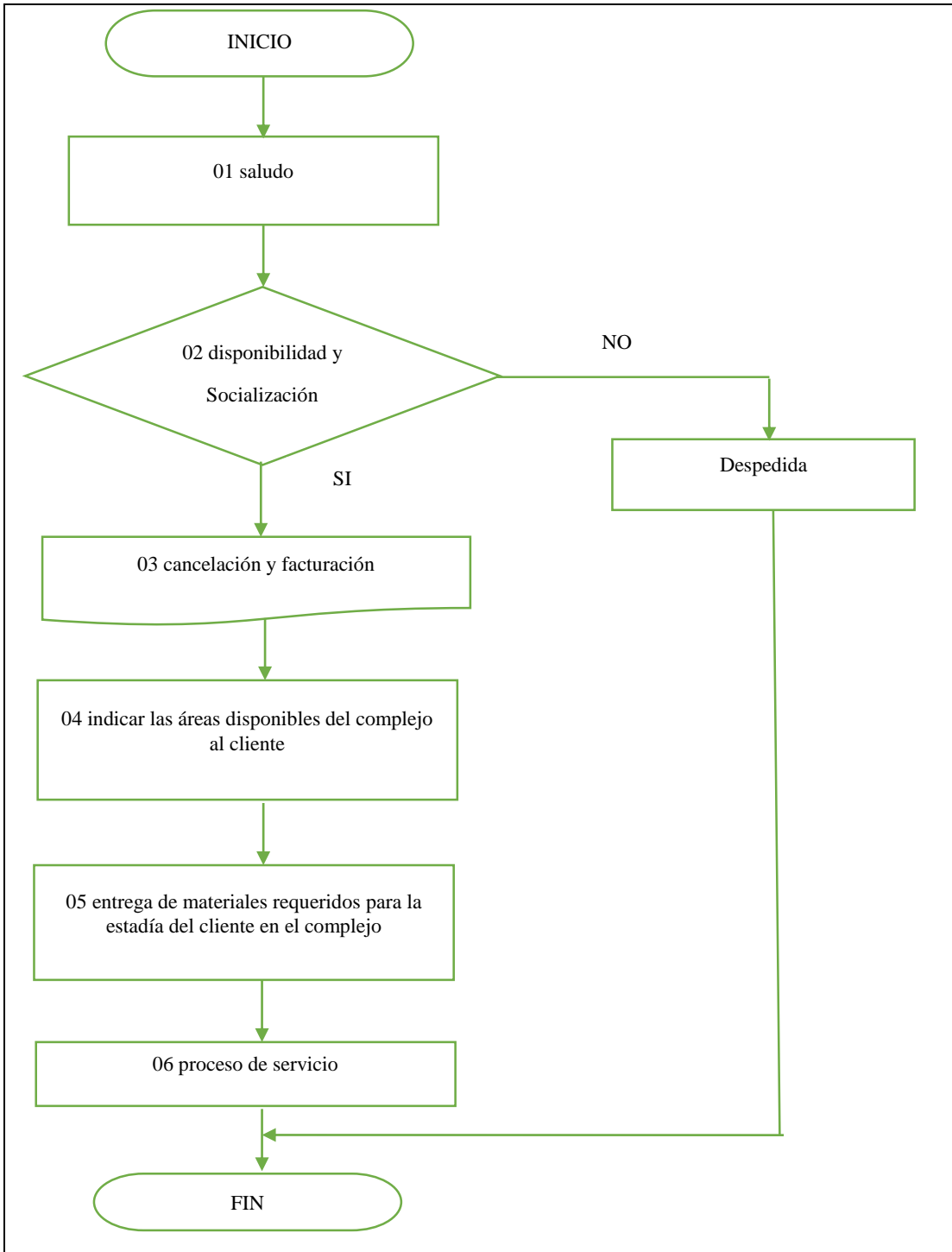
	MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO	Socialización de servicios del Centro Turístico	CÓDIGO	O 01
PROPÓSITO	Establecer actividades claves para la efectiva socialización de los servicios que ofrece el complejo turístico.		
ALCANCE	Se aplicará en el nivel operativo.		

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS	Se basará en la misión y visión de la empresa.	
RESPONSABLE	El cajero será el encargado de recibir los turistas que visitan el complejo e indicarles lo beneficios que este ofrece.	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES
1	Cajero	Saludar amablemente al turista visitante.
2	Cajero	Indicar los servicios que ofrece el complejo con su respectivo precio: <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso a las instalaciones y uso de piscinas \$5 por persona • Uso de canchas deportivas \$80 c/h. • Área de camping \$2 por persona
3	Cajero	Cancelación y facturación del ingreso a las instalaciones del complejo
4	Cajero	Indicar las áreas disponibles en el complejo de las cuales pueden hacer uso.
5	Cajero	Entrega de los materiales requeridos para la estadía del cliente en las instalaciones del complejo.
6	Cajero	Proceso de recreación del turista.
FECHA:	ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

Tabla 33. Diagrama de flujo – Proceso de socialización de servicios del Centro Turístico

Cajero



Fuente: Elaboración propia

- **Selección y compra de materia prima**

En el restaurante del complejo turístico se debe tener a disposición materia prima requerida para la efectiva elaboración de los platos que se van a ofertar, es por ello que, inicialmente se seleccionan los proveedores que cumplan con las características y especificaciones en los productos que necesita el área, para así proceder a la compra de los mismos.

Tabla 34. Manual de proceso para la selección y compra de materia prima

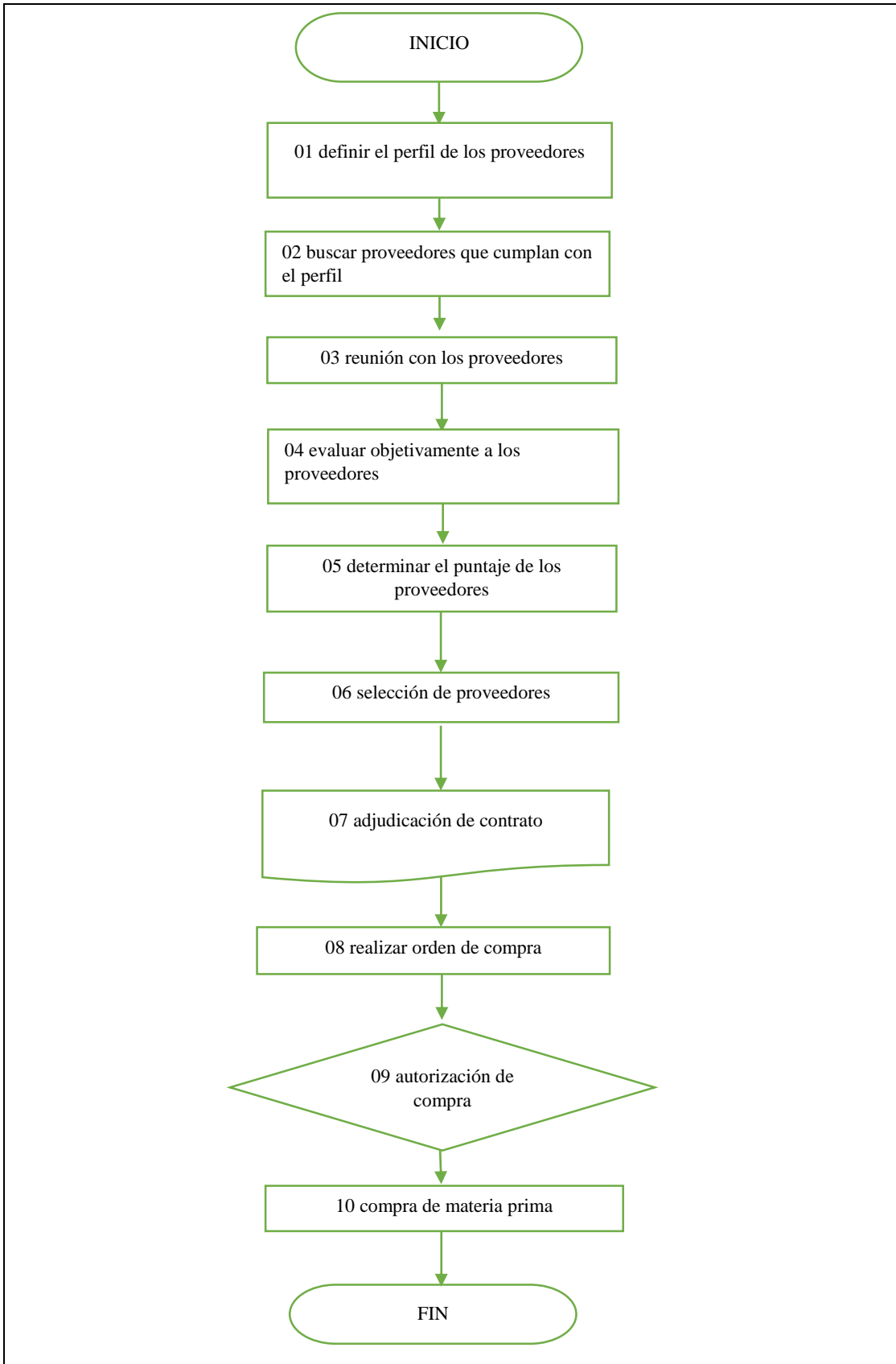
		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO		Selección y compra de materia prima	CÓDIGO	O 02
PROPÓSITO		Establecer actividades claves para la efectiva selección y compra de materia prima.		
ALCANCE		Se aplicará en el nivel operativo.		
REFERENCIAS		Se basará en la misión y visión de la empresa.		
RESPONSABLE		Gerente, Supervisor del Restaurante y Chef		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
1	Gerente, Supervisor del Restaurante y Chef	Definir objetivamente el perfil de los proveedores que se necesiten en el restaurante.		
2	Gerente, Supervisor del Restaurante	Buscar los proveedores que cumplan con el perfil antes mencionado.		
3	Gerente, Supervisor del Restaurante	Reunión con los proveedores.		
4	Gerente, Supervisor del	Evaluar objetivamente a los proveedores en criterios de: <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Experiencia • Disponibilidad 		

	Restaurante y Chef	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión de calidad • Imagen • Cumplimiento • Precio • Servicio al cliente 	
5	Gerente, Supervisor del Restaurante	Determinar el puntaje de los proveedores.	
6	Gerente, Supervisor del Restaurante	Seleccionar los proveedores que presenten mayores oportunidades económicas y de calidad en un tiempo determinado.	
7	Gerente y Proveedor	Adjudicación de contratos para la pertinente realización de compra.	
8	Chef	Realizar una orden de compra en la que se detalle la materia prima que se requiere en el restaurante.	
9	Supervisor del Restaurante	Solicitar la autorización para la compra de materia prima.	
10	Gerente, Supervisor del Restaurante y Chef	Compra de materia prima cada semana.	
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Diagrama de flujo – Selección y compra de materia prima

Gerente, Supervisor del Restaurante y Chef
--



Fuente: Elaboración propia

- **Preparación de alimentos**

Para conseguir un resultado exitoso de la preparación de alimentos es fundamental cumplir con normas de higiene y aseo durante la elaboración del plato, es decir, tanto el cocinero como los demás involucrados en el área de cocción se deben lavar las manos y usar oportunamente los materiales de desintoxicación antes, durante y después de la cocción de los alimentos, ya sean estos: gorros, guantes, tapa bocas, entre otros; además, se debe separar los alimentos conforme su origen con el fin de evitar propagar la contaminación, finalmente cocinar a temperatura que amerite el plato a preparar.

Tabla 36. Manual de proceso para la preparación de alimentos

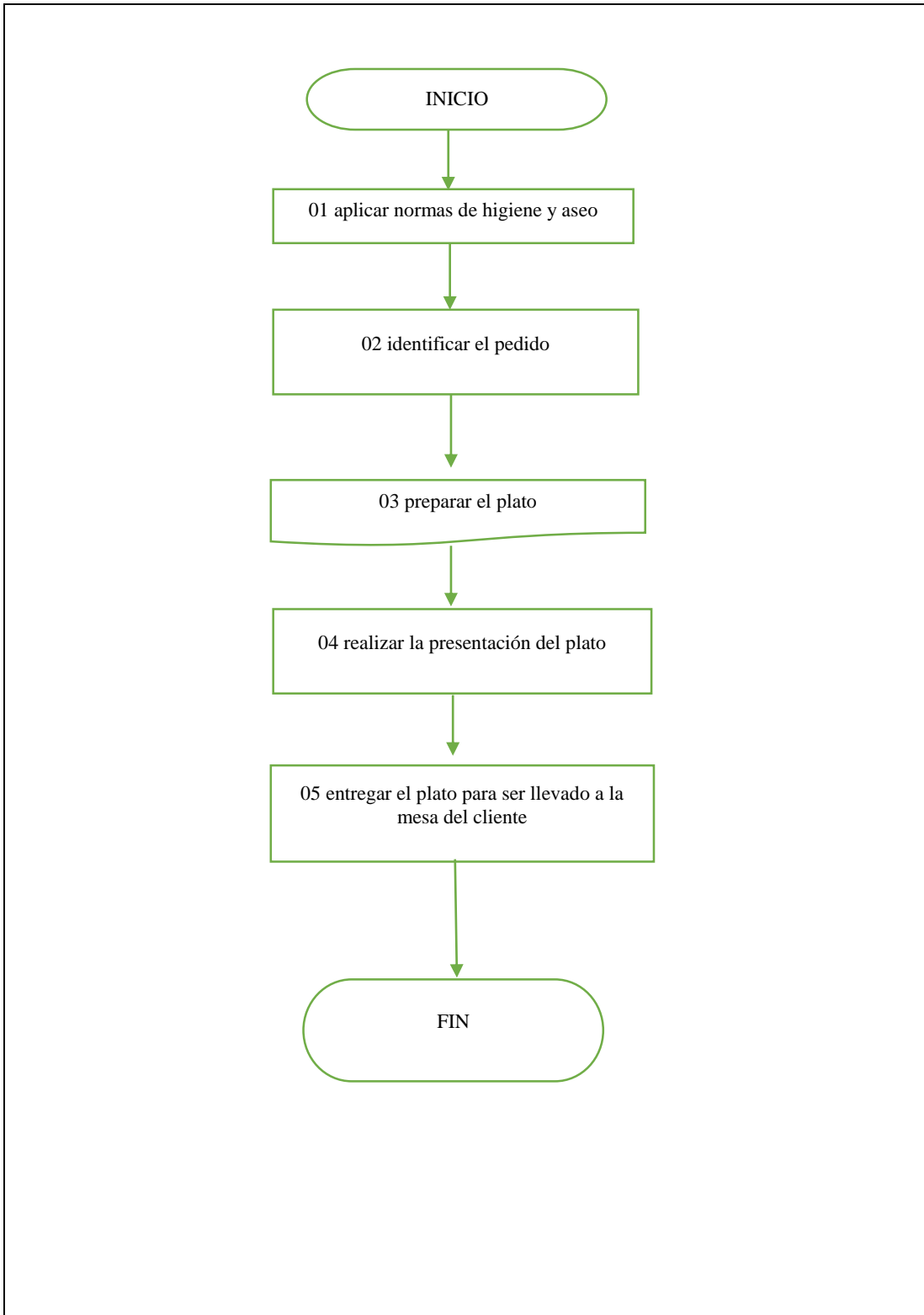
		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO		Preparación de alimentos	CÓDIGO	O 03
PROPÓSITO		Establecer actividades claves para la efectiva preparación de alimentos.		
ALCANCE		Se aplicará en el nivel operativo.		
REFERENCIAS		Se basará en la misión y visión de la empresa.		
RESPONSABLE		Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
1	Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina	Aplicar normas de higiene y aseo personal, como son: <ul style="list-style-type: none"> • Lavar las manos correctamente • Uso de guantes, gorro o mallas para el cabello, tapa bocas, entre otros 		
2	Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina	Identificar el pedido del plato requerido por el cliente.		
3	Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina	Preparar el plato en las condiciones solicitadas.		

Fuente: Elaboración propia.

4	Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina	Realizar una creativa presentación del plato.
5	Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina	Entregar el plato para ser llevado a la mesa del cliente
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

Tabla 37. Diagrama de flujo – Preparación de alimentos

Chef, supervisor de restaurante y auxiliar de cocina
--



Fuente: Elaboración propia.

- **Atención al cliente**

Para ofrecer el servicio de alimentación en el complejo turístico, se empieza por recibir al cliente en el restaurante y asignarle una mesa en función de la cantidad de personas que le acompañen, luego se da conocer el menú o la carta junto a los precios para que el turista elija que alimentos se va a servir, una vez que el cliente y sus acompañantes elijan los alimentos de su preferencia, el mesero se dirige al área de cocina para hacer el pedido, posteriormente ya listo el pedido el mesero se dirige nuevamente a la mesa del turista con los alimentos para que este se sirva, una vez que hayan terminado de comer los clientes el mesero se vuelve acercar con la cuenta en su totalidad de los alimentos consumidos para que la misma sea cancelada, finalmente se agradece al turista por su visita y preferencia.

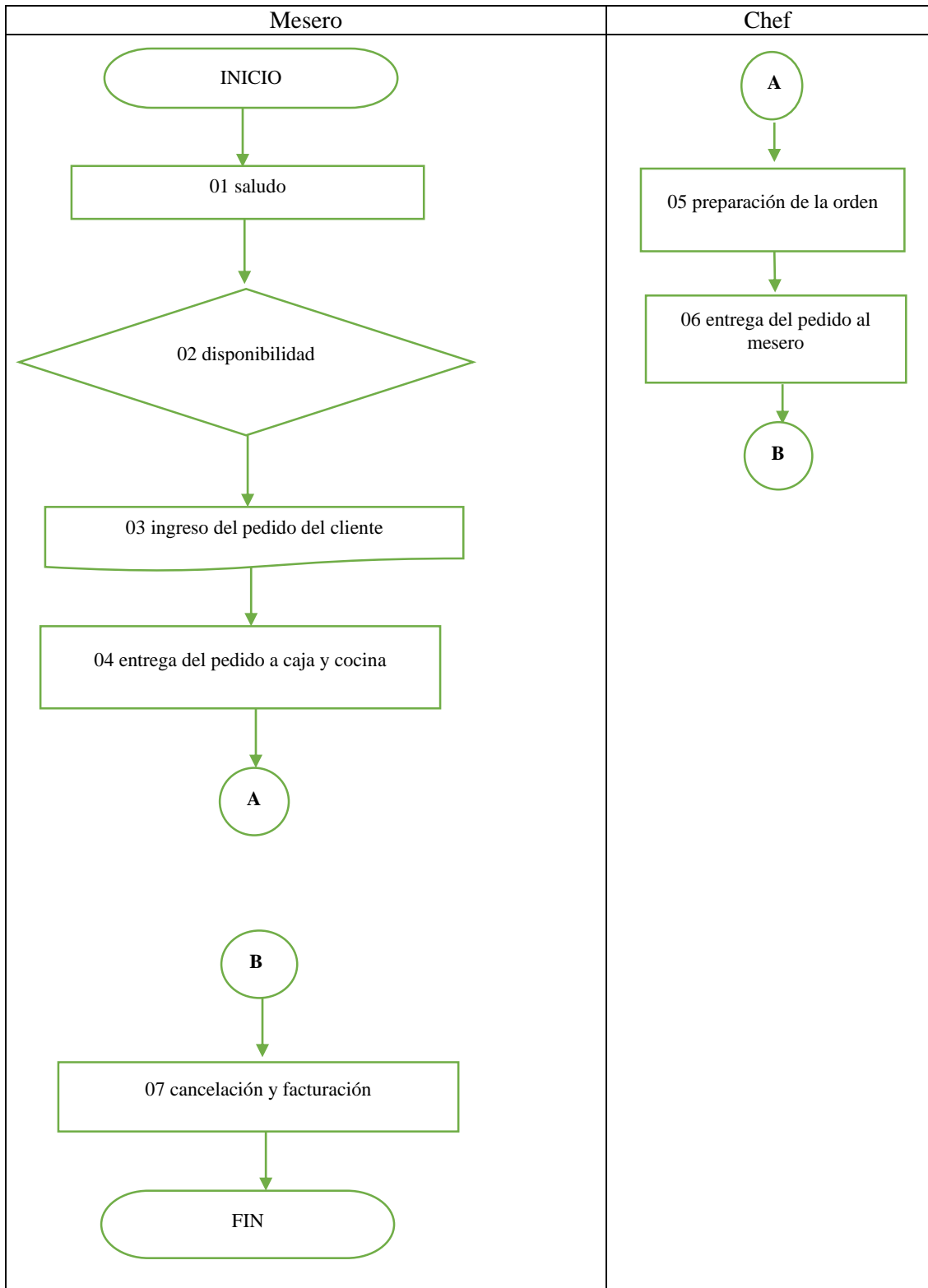
Tabla 38. Manual de proceso para el servicio de atención al cliente

		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO		Atención al cliente	CÓDIGO	O 04
PROPÓSITO		Establecer actividades claves para la efectiva operatividad del restaurante.		
ALCANCE		Se aplicará en el nivel operativo.		
REFERENCIAS		Se basará en la misión y visión de la empresa.		
RESPONSABLE		Supervisor del Restaurante		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
1	Mesero	Saludo y bienvenida al turista.		
2	Mesero	Indicar si hay disponibilidad en el restaurante y dirigirlo a una mesa.		
3	Mesero	Tomar el pedido en las condiciones requeridas por el turista.		

4	Mesero	Entrega del pedido en la caja y cocina.
5	Chef	Preparación del pedido solicitado por el turista.
6	Chef	Entregar el pedido al mesero para hacer llegar el pedido al cliente.
7	Mesero	Entregar el pedido al turista.
8	Mesero	Entregar la factura del pedido y solicitar la cancelación.
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39. Diagrama de flujo – Servicio de alimentación



Fuente: Elaboración propia.

Los procesos de apoyo se encuentran involucrados directamente con las áreas claves del proyecto, es decir, aquí se define aquellos departamentos que permitirán que el negocio funcione eficazmente y en total cumplimiento con las normativas legalmente vigentes en el territorio del país como son:

-Contabilidad

-Caja

-Servicios generales

- **Contabilidad (Registro de transacciones contables del complejo)**

El área contable cumple la función específica de realizar oportunamente el registro de todas las transacciones contables que se generen antes, durante y después de la operatividad del negocio en un orden cronológico y aplicando la normativa que le rige a cada procedimiento contable. Además, este se encargará de dar a conocer al Gerente de la empresa la situación económica del negocio de manera periódica.

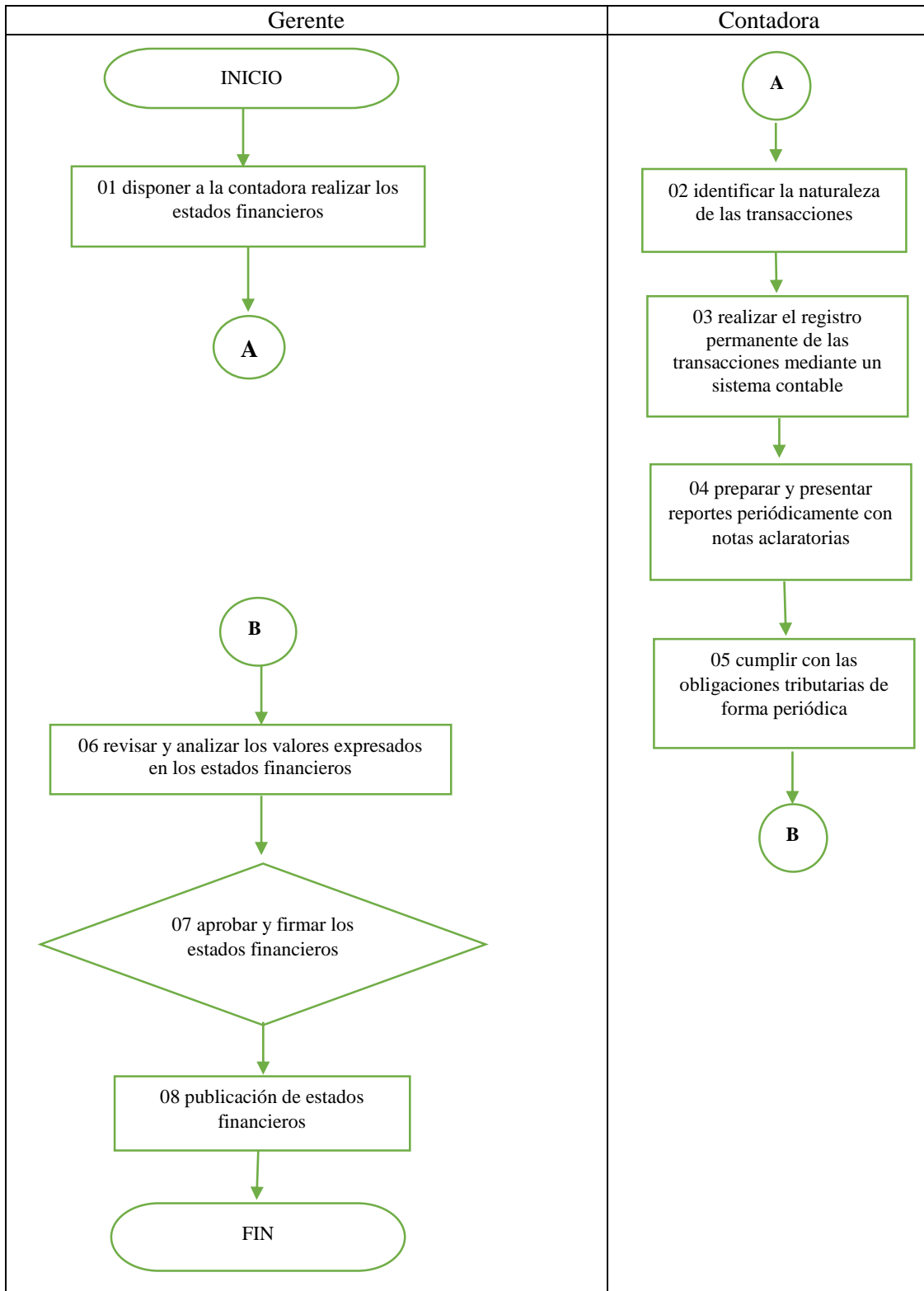
Tabla 40. Manual de procesos para mantener el registro de transacciones contables

	MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO	Contabilidad	CÓDIGO	A01
PROPÓSITO	Mantener al día el registro y transacciones contables procedentes de las diversas actividades que se realizan en el complejo turístico. .		
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo.		

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS		Se basará en la administración.
RESPONSABLE		Gerente y Contadora
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDADES
1	Gerente General	Disponer a la contadora la realización de estados financieros que refleje la situación económica de la empresa.
2	Contadora	Identificar la naturaleza de las transacciones que se realizan en el negocio.
3	Contadora	Realizar el registro permanente de las transacciones a través de un sistema contable.
4	Contadora	Preparar y presentar reportes contables (Estados de resultados, de situación financiera, flujo de caja, etc.) mensuales a la Gerencia con las respectivas notas aclaratorias.
5	Contadora	Realizar las declaraciones de manera puntual y oportuna.
6	Gerente General, contadora	Revisar, identificar y analizar objetivamente los valores expresados en los estados financieros para la correcta toma de decisiones acerca del negocio.
7	Gerente General	Aprobar y firmar los estados financieros.
8	Gerente General	Realizar la publicación de los estados financieros en la prensa cada año.
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

Tabla 41. Diagrama de flujo – proceso de contabilidad



Fuente: Elaboración propia.

- **Mantenimiento y limpieza de instalaciones del complejo turístico**

Puesto que los servicios que se ofrecen en el negocio son de uso público, es indispensable el correcto mantenimiento de forma permanente, con el fin de mantener la buena imagen y presentación del negocio, y, a la vez ofrecer al turista un ambiente sano y favorable durante su estadía en el complejo turístico.

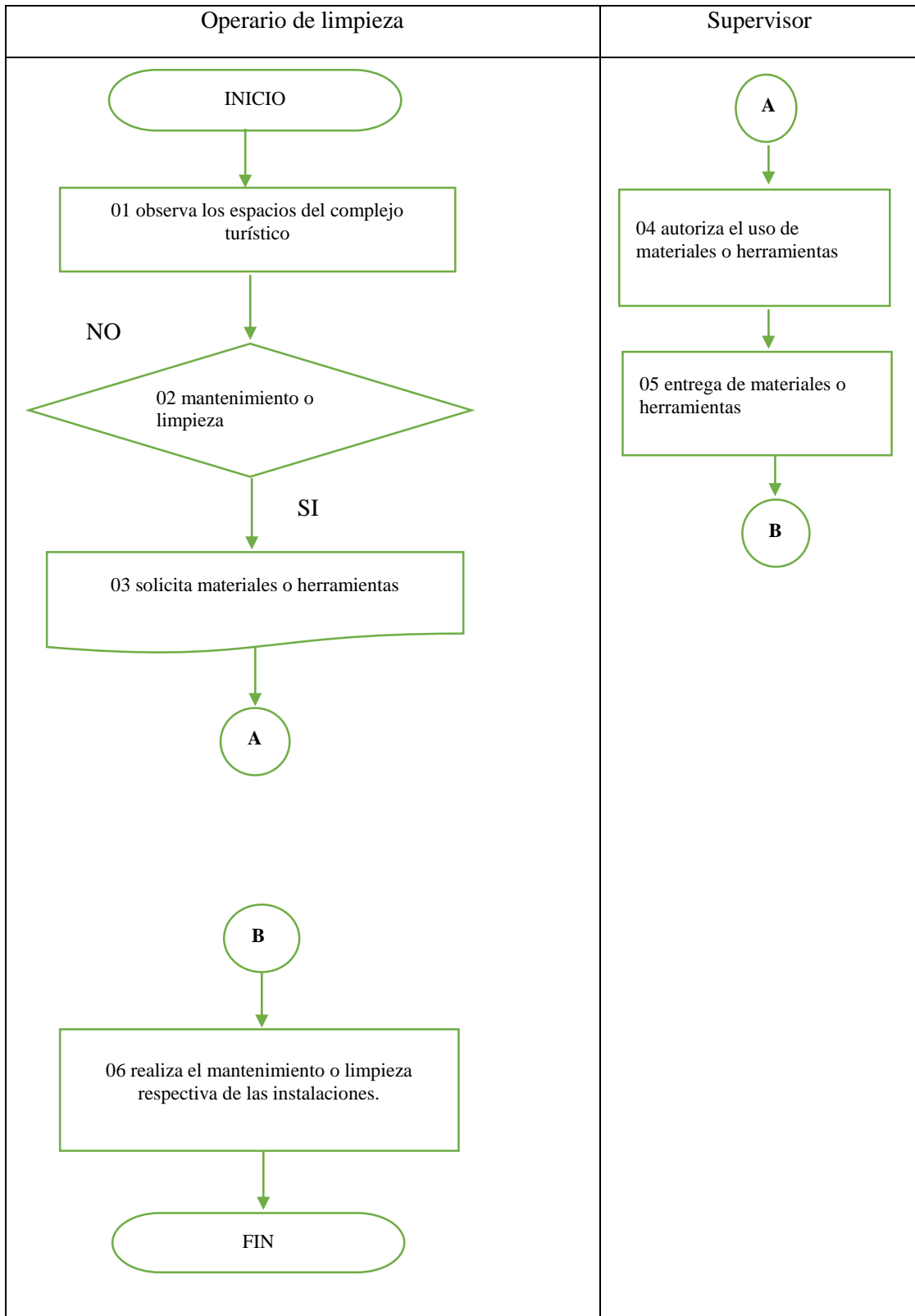
Tabla 42. Manual de procesos para el mantenimiento y limpieza de las instalaciones del complejo

		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO	Mantenimiento y limpieza de instalaciones del complejo turístico	CÓDIGO	A02	
PROPÓSITO	Establecer actividades claves para mantener las instalaciones del complejo en buen estado.			
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo.			
REFERENCIAS	Se basará en la misión y visión de la empresa.			
RESPONSABLE	El operario de limpieza será el encargado de realizar la limpieza y mantener en buen estado las instalaciones del complejo turístico.			
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
N.º	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
1	Operario de limpieza	Inspecciona cada una de las áreas del complejo turístico.		
2	Operario de limpieza	Verificará continuamente si las instalaciones del complejo turístico están limpias o necesitan mantenimiento.		
3	Operario de limpieza	Solicita los materiales o herramientas para su uso.		

Fuente: Elaboración propia.

4	Supervisor	Autoriza el uso de los materiales o herramientas requeridos por el personal de limpieza.
5	Supervisor	Efectúa la entrega de los materiales o herramientas requeridos para la limpieza.
6	Operario de limpieza	Realiza el respectivo mantenimiento y limpieza del complejo.
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

Tabla 43. Diagrama de flujo – Mantenimiento y limpieza del complejo



Fuente: Elaboración propia.

- **Mantenimiento de áreas verdes**

El complejo turístico es acreedor de una amplia diversidad de atractivos naturales, siendo sus plantaciones una de las más relevantes, es por ello que, el personal encargado de las áreas verdes tiene la responsabilidad de velar por el cuidado, mantenimiento y buen estado de éstas, esto se realiza con el fin de contribuir y mantener una relación amigable con el medio ambiente. Teniendo presente no generar afectaciones ni consecuencias desfavorables para quienes habitan alrededor del centro turístico.

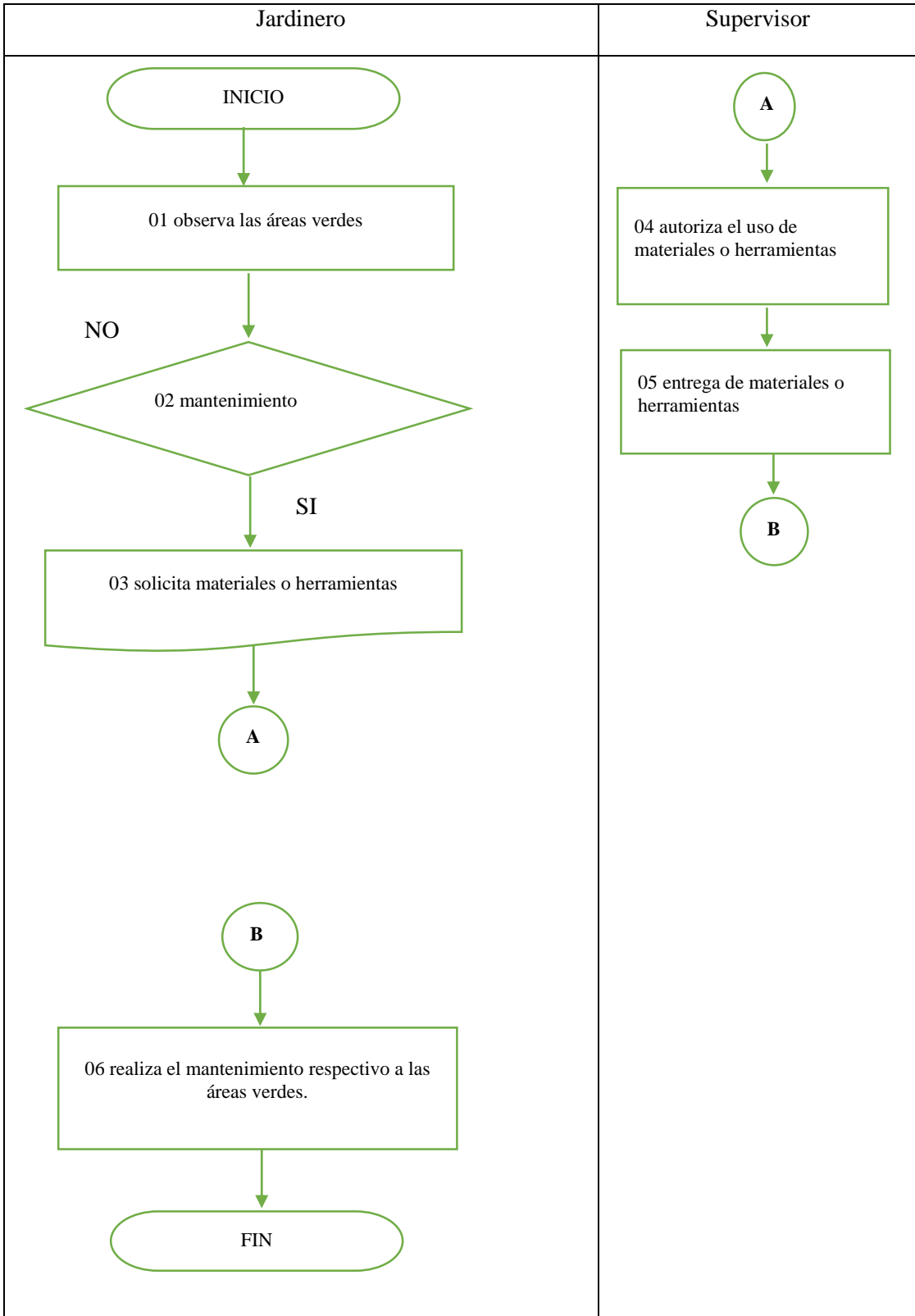
Tabla 44. Manual de procesos para el mantenimiento de áreas verdes

		MANUAL DE PROCESOS		Pág.
PROCESO	Mantenimiento de áreas verdes	CÓDIGO	A03	
PROPÓSITO	Establecer actividades claves para mantener las áreas verdes del complejo en buen estado.			
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo.			
REFERENCIAS	Se basará en la misión y visión de la empresa.			
RESPONSABLE	Supervisor			
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
N.º	RESPONSABLE	ACTIVIDADES		
1	Jardinero	Inspecciona cada una de las áreas verdes del complejo turístico.		
2	Jardinero	Verifica si las áreas verdes del complejo turístico necesitan mantenimiento.		
3	Jardinero	Solicita los materiales y herramientas para su uso.		

Fuente: Elaboración propia.

4	Supervisor	Autoriza el uso de los materiales o herramientas requeridos por el personal de limpieza.
5	Supervisor	Efectúa la entrega de los materiales o herramientas requeridos para el mantenimiento.
6	Jardinero	Realiza el respectivo mantenimiento de las áreas verdes.
FECHA:		ÚLTIMA REVISIÓN:
		FIRMA:

Tabla 45. Diagrama de flujo – Mantenimiento de áreas verdes



Fuente: Elaboración propia.

4.2.13. Inversión del proyecto

El monto de inversión del proyecto constituye un plan al que se le asigna recursos materiales, económicos y técnicos, estos corresponden a la inversión fija, inversión intangible y capital de trabajo.

- **Inversión tangible**

Para la ejecución del proyecto es indispensable invertir en activos fijos, puesto que con estos se podrá realizar las diferentes actividades que se requieren en el complejo turístico y así atender eficientemente a turistas. Para lo cual se ha considera los siguientes:

-Instalaciones

-Maquinaria y equipo

-Muebles y enseres

-Equipos de oficina

-Equipos de seguridad

- **Instalaciones**

A continuación, se presenta la infraestructura en equipos e instalaciones para el complejo turístico, así como también la capacidad estimada de cada área.

Tabla 46. Instalaciones centro turístico

DESCRIPCIÓN	AFORO ESTIMADO	COSTO
1 piscina olímpica (60 x 35)	135	\$ 8.300,00
1 piscina con tobogán y alrededor hidromasaje (45 x 25)	95	\$ 11.500,00
1 piscina con efectos de ola (100 x 30)	180	\$ 35.000,00
1 piscina para niños (25 x 25)	50	\$ 5.000,00
Spa – Sauna – turco (60 x 40)	100	\$ 2.500,00
3 canchas deportivas		\$ 850,00
Vóley (20 x 15)	20	

Básquet (35 x 20)	35	\$	2.600,00
Futbol (50 x 70)	75	\$	3.200,00
Restaurante y sala de eventos (150 x 120)	450 x 1hr.	\$	25.000,00
Mesas	115	\$	2.530,00
Sillas	460	\$	1.610,00
Bar y pista de baile (80 x 50)	125	\$	6.700,00
Sanitarios, vestidores y duchas (40 x 25)	55	\$	13.000,00
Juegos de recreación infantiles (50 x 50)	65	\$	4.500,00
Garita y parqueadero (100 x 100)	85	\$	2.400,00
Áreas verdes – Zona Camping (100 x 80)	200	\$	4.300,00
TOTAL			\$ 128.990,00

Fuente: Arq. Diego Defaz

○ **Maquinaria y Equipo**

Con el fin de otorgar valor agregado al complejo turístico, se estima necesario la adquisición de maquinaria y equipo, mismos que están conformados por bombas, cocina industrial, congeladores entre otros, ya que estos van a permitir mejorar la imagen del negocio y a la vez generar una experiencia agradable para el turista, haciéndolo participe de los múltiples beneficios que el complejo ofrece.

Tabla 47. Maquinaria y Equipo

Descripción	Unidad	Costo unit.	Total, anual
Congelador	2	\$ 523,00	\$ 1.046,00
Cocina industrial	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Microondas	1	\$ 112,00	\$ 112,00
Licadoras	2	\$ 54,50	\$ 109,00
Generador de luz	1	\$ 455,00	\$ 455,00
Bomba de filtración	4	\$ 354,00	\$ 1.416,00
Bomba de centrifugado	4	\$ 456,00	\$ 1.824,00
Bomba para afectos olas	1	\$2.560,00	\$ 2.560,00
Subtotal			\$ 8.422,00
10% Imprevistos			\$ 842,20
TOTAL			\$ 9.264,20

Fuente: Investigación propia.

○ **Equipos muebles y enseres**

En el complejo será importante contar con el mobiliario suficiente y pertinente que cumpla con los requerimientos necesarios para tener un correcto funcionamiento del negocio, específicamente en el área administrativa, canchas deportivas y áreas verdes.

Por tal razón, se detallan los siguientes:

Tabla 48. Equipos muebles y enseres

Descripción	Unidad	Costo unit.	Total, anual
Escritorio	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Silla giratoria	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Archivador y cajonera	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Sillas plásticas	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Sombrillas para mesa	5	\$ 22,00	\$ 110,00
Mesa de billar	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Mesas redondas	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Carpa Coleman	4	\$ 134,00	\$ 536,00
Mesa de picnic para jardin	4	\$ 57,00	\$ 228,00
Mesa de madera lacada de vidrio	10	\$ 87,00	\$ 870,00
Mueble para TV	2	\$ 54,00	\$ 108,00
Muebles de cocina	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Juegos para niños	2	\$ 599,99	\$ 1.199,98
Bancas de madera	7	\$ 45,00	\$ 315,00
Balones	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Juego de ollas	3	\$ 54,23	\$ 162,69
Duchas	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Lavamanos	12	\$ 34,00	\$ 408,00
Puertas	12	\$ 64,00	\$ 768,00
Servicios higiénicos	12	\$ 58,00	\$ 696,00
Olla presión	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Cubertería	4	\$ 23,00	\$ 92,00
Juego de cedazos	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Juego de sartenes de teflón	2	\$ 78,00	\$ 156,00
Tablas de picar	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Recipientes para condimentos	3	\$ 2,43	\$ 7,29
Afilador	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Abrelatas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cucharones	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Charoles	2	\$ 8,50	\$ 17,00
Pinzas	2	\$ 1,34	\$ 2,68
Rallador	2	\$ 3,25	\$ 6,50
Vajillas	6	\$ 85,00	\$ 510,00

Jarras	4	\$ 3,56	\$ 14,24
Subtotal			\$ 7.427,88
10% Imprevistos			\$ 742,79
TOTAL			\$ 8.170,67

Fuente: Investigación propia.

○ **Equipos de oficina**

Los equipos de oficina constituyen a aquellos artefactos que ayudan a realizar las actividades o tareas del complejo de forma más óptima; tales como, un teléfono convencional para promover una comunicación efectiva sobre cualquier situación que se requiera en el complejo, igualmente, se considera necesario contar con sistemas informáticos, de tal forma que se mantenga la operatividad del complejo turístico totalmente sistematizado, lo cual permite mantener un control objetivo de las tareas a realizar, por tal razón estos equipos se encontrarán localizados en áreas claves del complejo como son: Recepción, departamento administrativo restaurante.

Tabla 49. Equipos de oficina

Descripción	Unidad	Precio	Total, anual
Teléfono Panasonic	4	\$ 45,00	\$180,00
Impresora Epson	1	\$ 187,00	\$187,00
Computador Dell	3	\$ 643,00	\$1.929,00
Televisor Smart de 55	5	\$ 699,99	\$3.499,95
Calculadora Casio	3	\$ 28,50	\$85,50
Subtotal			\$ 3.003,47
10% Imprevistos			\$588,15
TOTAL			\$6.469,60

Fuente: Investigación propia.

○ **Equipos de seguridad**

En todo lugar que se ofrezca servicio ya sea público o privado es indispensable contar con las normas de seguridad, es decir, prevenir tanto a las instalaciones como a las

personas que en ella habitan de cualquier riesgo o siniestro. Con el fin de cumplir con esto, se detallan los siguientes equipos de seguridad:

Tabla 50. Equipos de seguridad

Descripción	Unidad	Precio	Total, anual
Cámara de seguridad kit 6	2	\$ 202,68	\$ 405,36
Extintores	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Botiquín	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Subtotal			\$ 755,36
10% Imprevistos			\$ 86,04
TOTAL			\$ 946,40

Fuente: Investigación propia.

4.2.14. Resumen de la inversión tangible

En la siguiente tabla se detalla un resumen general de la inversión fija como es de las instalaciones, maquinaria y equipo entre otros.

Tabla 51. Resumen inversión tangible

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Instalaciones	\$ 128.990,00
Maquinaria y equipo	\$ 9.264,30
Muebles y enseres	\$ 8.170,67
Equipos de oficina	\$ 6.469,60
Equipos de seguridad	\$ 946,40
TOTAL	\$ 153.840,87

Fuente: Investigación propia.

- **Inversión intangible**

Como lo indica la Norma Internacional de Contabilidad 38, el activo o inversión intangible corresponde a aquel activo identificable de carácter no monetario y sin apariencia física. Es por lo que se han considerado los siguientes gastos que son parte de la inversión intangible.

- **Gastos de constitución e instalación**

Para definir la inversión intangible se deben considerar aquellos gastos de constitución e instalación, ya que son necesarios y hay que incurrir de forma obligatoria en ellos para el inicio de las actividades, cabe mencionar que estos no se cargaran directamente al gasto, sino al grupo de activos diferidos.

Tabla 52. Gastos de constitución e instalación

DETALLE	COSTO
Gastos de constitución	\$ 1.850,00
Gastos de instalación	\$ 1.494,80
TOTAL	\$ 3.344,80

Fuente: Investigación propia.

- **Interés del préstamo año 0**

los interés del préstamo para el año 0 del periodo de instalación que se desprenden del presente proyecto es de \$10.367,60.

4.2.15. Resumen de la inversión intangible

En la siguiente tabla se detalla un resumen general de la inversión intangible como es de los gastos de constitución e instalación y los interés del préstamo.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de constitución e instalación	\$ 3.344,80
Interés del préstamo	\$10.367,60
TOTAL	\$13.712,40

Fuente: Investigación propia.

4.2.16. Costos de operación

- Estimación de unidades a producir en el año durante días feriados

Tabla 53. Unidades promedio producidos por mes

MES	DÍAS FERIADOS	N° DE PLATOS X FERIADO	N° DE PLATOS POR MÊS PROMEDIO
1			
2	3	\$4.140,00	
3			
4	3	\$4.140,00	
5	2	\$2.760,00	
6	1	\$1.380,00	
7	4	\$5.520,00	3795
8	8	\$11.040,00	
9	4	\$5.520,00	
10	2	\$2.760,00	
11	3	\$4.140,00	
12	3	\$4.140,00	
TOTAL		\$45.540,00	

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se expresa una estimación de la cantidad de unidades que serán producidas cada mes del año, sin embargo, con el fin de realizar las proyecciones en términos monetarios se opta por determinar un promedio de unidades producidas para así distribuir las durante todo año, es así que se obtiene un total de 3.795 unidades producidas cada mes.

- Materia prima

Para determinar el costo unitario de los productos ofertados en el complejo turístico se procede a realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de la materia prima e insumos a utilizar (**Ver anexo 1**) para la elaboración de los productos referentes al servicio de alimentación.

Inicialmente, en el restaurante del complejo se brindará platos a la carta, y estos serán únicamente relacionados a la oferta gastronómica de la provincia de Esmeraldas, es decir, se ofertarán platos típicos como:

Tabla 54. Resumen de costos de materia prima

RESUMEN DE COSTOS DE M. P				
	Unidades x		Costo	Costo
Materia prima	mes	Costo Unit por plato	mensual	anual
Encocado normal	632	1,41	891,12	10.693,44
Encocado mixto	632	2,41	1523,12	18.277,44
Ceviche normal	632	1,14	720,48	8.645,76
Ceviche mixto	632	2,14	1352,48	16.229,76
Pescado frito	632	1,54	973,28	11.679,36
Arroz marinero	632	2,04	1289,28	15.471,36
TOTAL	3795	10,68	6749,76	80.997,12
COSTO PROMEDIO		1,78		

Fuente: Elaboración propia

- Mano de obra

Son aquellos costos que se fijan al personal que está involucrado directamente en la elaboración y comercialización de los platos típicos que ofertará el complejo turístico en el servicio de alimentación, cabe mencionar que el personal que constituye la mano de obra se encuentra altamente calificado y especializado en la preparación de los diferentes platos.

Tabla 55. Costo de mano de obra

DETALLE	SUELDO+ BENEFICIO S	COSTO DIARIO MOD	RENDIMIEN TO MOD POR DÍA
CHEF	\$552,16	\$18,41	100
AUX. COCINA	\$520,01	\$17,33	100
AUX. COCINA	\$520,01	\$17,33	100
MESERO 2	\$520,01	\$17,33	100
MESERO 3	\$520,01	\$17,33	100
TOTAL	\$2.632,20	\$87,73	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56. Costo mano de Obra Unitario

SUELDO + BENEFICIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO UNIT. M.O. D
AL MES		
\$2632,20	3795	\$0.69

Fuente: Elaboración propia

- Costos indirectos de fabricación

Son todos los costos en los que se incurren para el buen funcionamiento del complejo turístico, es decir, sirven de apoyo para brindar un servicio de calidad.

Tabla 57. Costos indirectos de fabricación

DETALLE	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	COSTO ANUAL	COSTO UNITARIO CIF
Servicios Básicos (40%)	317,70		1588,5	
Mano de obra indirecta (15%)	59,10	3795	709,2	
COSTO UNITARIO CIF	\$376,80		\$2.297,70	\$0,10

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se expresa el costo de servicios básicos utilizados en el área de cocción que pertenece al centro turístico, misma que representa el 40% del total de consumo en energía eléctrica, agua y gas. Además, se considera como mano de obra indirecta al personal que garantiza un efectivo proceso de producción aun sin mantener relación directa con el mismo, por tanto, se consideró al supervisor del restaurante con un 15% de participación durante la operatividad del restaurante.

Tabla 58. Costo variable unitario

COSTO VARIABLE UNITARIO	
COSTO M. P	\$ 1,78
COSTO M.O. D	\$ 0,69
COSTO C.I. F	\$ 0,10
TOTAL C.V. U	\$ 2,57

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado el cálculo del costo unitario de los elementos del costo de operación se determina que el costo variable unitario es de \$2,57 es decir, este valor representa el costo

unitario de producción de cada unidad (plato). Para mayor comprensión del detalle de costos de operación (**Ver anexo 2**).

- Costo variable total

Tabla 59. Costo Total

UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	COSTO UNITARIO	COSTO VARIABLE MENSUAL
3795	\$2,57	\$9.753,15

Fuente: Elaboración propia

- Proyección de costos de producción de unidades

Tabla 60. Proyección de costos de producción

AÑO	UNIDADES	NIVEL DE PRODUCCIÓN	UNIDADES A VENDER	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
1	45540	80%	36432	2,57	\$93.630,24
2	47134	80%	37707	2,58	\$97.168,95
3	48784	85%	41466	2,58	\$107.143,99
4	50491	100%	50491	2,59	\$130.815,81
5	52258	100%	52258	2,60	\$135.759,93

Fuente: Elaboración propia

4.2.17. Gastos de Operación

A continuación, se desagregan algunos gastos en los que se incurre para la operatividad del complejo como son: para el área administrativa, de ventas y publicidad - promoción.

- **Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos son necesarios para el efectivo funcionamiento de la empresa, aunque estos no mantengan relación directa con la producción o fabricación de un producto, además, se los considera parte fundamental para el éxito institucional.

- Servicios básicos:

El funcionamiento efectivo de las actividades del complejo depende arduamente de los servicios básicos, puesto que estos ayudan a efectuar las tareas de manera eficiente y en las condiciones óptimas cumpliendo así con los estándares de calidad.

Tabla 61. Gastos servicios básicos

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	\$ 15,00	\$180,00
Agua potable	\$ 10,00	\$120,00
Servicio telefónico	\$ 12,00	\$144,00
Internet	\$ 25,00	\$300,00
TOTAL	\$ 62,00	\$744,00

Fuente: Elaboración propia.

- Gastos de Arriendo:

El arriendo corresponde al pago por el uso del terreno o instalaciones de una infraestructura, sin embargo, para la presente propuesta de negocio no se considera el arriendo, ya que se cuenta con un terreno que será destinado para construir las instalaciones que amerita el complejo turístico.

- Remuneraciones del personal administrativo:

Aquí se detalla en expresión monetaria el pago que se realizará a cada uno de los que conforman el personal administrativo, claramente se toma en cuenta la normativa laboral vigente para establecer las respectivas remuneraciones.

Tabla 62. Remuneraciones del personal administrativo

Detalle	Salario mensual	Salario anual	Aporte patronal	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Total, anual
Gerente general	\$520,00	\$6.240,00	\$695,76	\$520,00	\$394,00	\$260,00	\$8.109,76
Contadora	\$420,00	\$5.040,00	\$561,96	\$420,00	\$394,00	\$210,00	\$6.625,96
Secretaria	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.240,17
Jardinero	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.240,17
Personal de limpieza	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.240,17
Supervisor (85%)	\$334,00	\$4.018,80	\$448,10	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$5.451,90

Fuente: Elaboración propia.

Es importante recalcar que el área administrativa prestará los servicios durante 5 días a la semana, mismo que corren desde el miércoles hasta el domingo ya que son los días con mayor afluencia turística en el cantón.

○ Suministros y materiales de oficina:

Se consideran los materiales de oficina, ya que con la ayuda de los mismos se realizarán las actividades administrativas y comerciales que requiera el negocio, para esto se detallan los siguientes:

Tabla 63. Suministros y materiales de oficina

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	C / Total Anual
Esferos	Caja	10	\$ 4,00	\$ 160,00

Grapadora	Caja	6	\$	2,50	\$	60,00
Perforadora	Caja	6	\$	3,00	\$	72,00
Corrector	Paquete	4	\$	1,50	\$	24,00
Hojas papel bond	Resmas	20	\$	4,50	\$	360,00
Borradores	Caja	6	\$	1,80	\$	43,20
Marcadores	Caja	4	\$	3,00	\$	48,00
Clips	Caja	8	\$	2,80	\$	89,60
Sacapuntas	Caja	6	\$	1,20	\$	28,80
Tableros	Paquete	5	\$	2,10	\$	42,00
Lápices	Caja	5	\$	1,00	\$	20,00

Fuente: Investigación propia.

○ Materiales de aseo y limpieza:

Dentro del área administrativa es esencial mantener un lugar y espacio limpio, con el fin de transmitir al turista un ambiente agradable y de comodidad, por tal razón se detallan los siguientes artículos que ayudaran a mantener el área en correcto orden.

Tabla 64. Materiales de aseo y limpieza

Descripción	Cantidad	C / U	Costo mensual	Costo Total Anual
Escoba	20	\$ 3,00	\$5,00	\$ 60,00
Trapeador	20	\$ 3,00	\$5,00	\$ 60,00
Fundas de basura	52	\$ 2,00	\$8,67	\$ 104,00
Desinfectante caneca	10	\$ 18,50	\$15,42	\$ 185,00
Detergente quintal	15	\$ 30,00	\$37,50	\$ 450,00
Aromatizante galón	8	\$ 10,00	\$6,67	\$ 80,00
Basurero	15	\$ 6,00	\$7,50	\$ 90,00
Recogedor	5	\$ 2,50	\$1,04	\$ 12,50
Papel Higiénico x 4 industrial	22	\$ 8,00	\$14,67	\$ 176,00
Jabón Líquido caneca	20	\$ 20,00	\$33,33	\$ 400,00

Fuente: Investigación propia.

• **Gastos de ventas**

Para definir los gastos de venta se considera el pago de remuneraciones al personal de ventas, y los gastos por publicidad, con el fin de dar a conocer el negocio y penetrar en la mente del turista que visita en cantón Quinindé.

○ Remuneraciones del personal operativo:

La remuneración al personal de cada una de las áreas del complejo turístico se realizará en función de la normativa laboral vigente, aquí se incluye el personal de atención al cliente y ventas.

Tabla 65. Remuneraciones del personal operativo

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte IESS 11,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Total, Remuneraciones
CAJERO	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.240,17

Fuente: Elaboración propia.

• **Gastos de publicidad**

El propósito de incurrir en gastos de publicidad es penetrar en la mente del turista, es decir, promocionar el complejo turístico por diferentes medios de comunicación para así llamar la atención del turista y lograr tener e incrementar a diario las visitas en el complejo turístico.

Tabla 66. Gastos de publicidad

Descripción	Cantidad Al Año	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Total Anual
Página Web	1	\$ 60,00	\$5,00	\$ 60,00
Trípticos (1000 unidades)	2	\$ 0,20	\$33,33	\$ 400,00
Banner publicitario	2	\$ 215,00	\$35,83	\$ 430,00

Valla publicitaria	2	\$	80,00	\$13,33	\$	160,00
--------------------	---	----	-------	---------	----	--------

Fuente: Investigación propia.

4.2.18. Capital de trabajo

El capital de trabajo representa la cantidad de recursos que necesita la empresa al corto plazo con la finalidad de que la actividad económica continúe con normalidad y no se vea interrumpida, hasta el punto de que el negocio genere sus propios ingresos, por tal razón para el presente proyecto se contará con un capital de trabajo que cubra la operatividad del complejo durante el periodo de un mes, cabe resaltar que al ofrecer servicios de pago inmediato, se estima que un mes es el periodo suficiente para lograr captar el capital necesario y así dar continuidad a las operaciones del negocio.

Tabla 67- Capital de trabajo

Descripción	Mensual	Total
Costos de producción		\$ 9.758,76
Materia prima	\$ 6749,76	
Mano de obra	\$ 2632,20	
Costos indirectos de fabricación	\$ 376,80	
Gastos administrativos		\$ 3.755,01
Servicios básicos	\$ 62,00	
Remuneración personal administrativo	\$ 3.242,34	
Suministros y materiales de oficina	\$ 315,87	
Materiales de aseo y limpieza	\$ 134,80	
Gastos de ventas		\$ 607,50
Remuneración personal de ventas	\$ 520,01	
Publicidad	\$ 87,49	
		\$ 14.121,27
TOTAL		

Fuente: Elaboración propia.

4.2.19. Inversión Total

La inversión total se encuentra conformada por la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo, por tanto, la inversión total representa la cantidad total de los rubros necesarios para iniciar las actividades requeridas en el negocio.

Tabla 68. Inversión total

Descripción	Total
Inversión tangible	\$ 153.840,87
Inversión Intangible	\$ 13.712,40
	\$ 14.121,27
Capital de trabajo	
TOTAL	\$ 181.674,54

Fuente: Elaboración propia.

4.2.20. Financiamiento

Para la ejecución y puesta en marcha de la presente propuesta de negocio se requiere un total de \$181.674,54 USD. De este valor las socias harán el aporte del 51,76% que corresponde a \$94.036,30 mientras que el 48,24% restante, se hará la gestión pertinente con una entidad financiera para solicitar el debido financiamiento por el valor de \$87.638,24.

Tabla 69. Financiamiento

Descripción	Porcentaje	Total
Capital propio	51,76%	\$94.036,30
Capital financiado	48,24%	\$87.638,24
TOTAL	100%	\$181.674,54

Fuente: Elaboración propia.

4.2.21. Conclusiones del Estudio Técnico

La realización del estudio técnico permitió definir la localización óptima del proyecto para emprender en las actividades turísticas, por cuanto el complejo estará situado en la parroquia Rosa Zárate, a 3 minutos de la panamericana (vía principal del cantón), esto se decide dado que la parroquia cumple con factores claves como: afluencia de turistas, seguridad, vías de acceso, disponibilidad de terreno y costo del mismo , así también, se determinó el tamaño óptimo del proyecto donde el análisis de la capacidad instalada se determinó que pueden acceder hasta un total de 45.540 turistas al año, resultado que se trabajó en función de los días más concurrentes del año que son los feriados.

Durante el estudio técnico se determinaron los elementos que conforman los costos del proceso operativo o producción (alimentación en restaurante), es decir, se identificó que el costo unitario de la materia prima es de \$1.78, mientras que el costo unitario de la mano de obra directa se establece en \$0.69, a la vez el costo unitario de los CIF representa el valor de \$0,10; lo que da como resultado un costo variable unitario total de \$2.57.

Con el estudio técnico se determinaron los costos de inversión, costos de operación y otros como gastos necesarios para la constitución y puesta en marcha del negocio, equivalente a un monto de inversión total de \$181.674,54; mismo que será financiado con recursos propios por el 51,76% del monto de inversión, es decir, \$94.036,30 y el 48,24% correspondiente a \$87.638,24 será financiado con crédito bancario.

4.3. Estudio Financiero

4.3.1. Introducción

Una vez identificado el mercado potencial y oferta existente del negocio se determina que existe una demanda insatisfecha de 12705, hacia la cual se dirigirá el proyecto, además, se realizó el estudio técnico, donde se estimó que existe disponibilidad técnica para la creación del complejo turístico y poner en marcha el mismo. El estudio financiero, se lo realiza con el fin de determinar la viabilidad económica-financiera del proyecto a través de mecanismos de proyección de ingresos, costos y gastos necesarios para el óptimo funcionamiento del negocio, esto va a permitir la realización de estados financieros, mismos que reflejarán en términos monetarios si la inversión a realizar tendrá resultados positivos, para esto también se aplicará un conjunto de indicadores financieros que permiten evaluar la viabilidad del proyecto y a la vez identificar la rentabilidad del mismo.

4.3.2. Objetivo

Realizar un estudio económico financiero a través de la construcción y análisis de estados financieros, que permitan identificar si existe viabilidad económica financiera de la presente propuesta de negocio.

4.3.3. Estructura de la inversión

4.3.4. Ingresos

Los ingresos para la presente propuesta de negocio se generan en función de la cantidad de visitas al complejo turístico y la cantidad de servicios que los clientes adquieran en el mismo, es así que, la demanda efectiva se establece en 45.540 turistas.

- Proyección de Ingresos

Es importante destacar que la estimación de ingresos para el primer año solo abarca el 80% del total de turistas, puesto que al ser un nuevo destino turístico aun no es ampliamente reconocido por los turistas tanto a nivel local como nacional, además se considera que de igual forma será para el segundo año, es decir, tan solo se cubrirá el 80% del total de turistas, mientras que para el tercer año se estima satisfacer el 85% de turistas y finalmente para el cuarto y quinto año se pretende abastecer del servicio turístico al 100% de la demanda efectiva, y esto se logrará a través del empleo y buen uso de estrategias de comercialización, logrando así el reconocimiento y posicionamiento del complejo turístico tanto a nivel local como nacional. Para realizar la proyección en dólares se toma como referencia la tasa de inflación 0,27%, es decir, el porcentaje se le aplicará únicamente al precio de venta, además para conocer el número de visitas al complejo durante los 5 se toma como referencia un promedio entre el índice de crecimiento demográfico y el porcentaje de crecimiento turístico, esto refleja un resultado de 3,5% , por tanto, para el primer y segundo año se estima que el proyecto cubra el 80% de la demanda efectiva, porcentaje que corresponde a un total de 36.432 visitas primer año y segundo año corresponde al 37.707, mientras que para el tercer año se estiman visitas de 41.466 mismas que representan un 85%, a partir del cuarto año se capta el 100% de la demanda, es decir, se atenderá un total de 50.491 turistas. Es importante recalcar que el precio se lo fijó en función del costo de los servicios y el porcentaje de utilidad que se espera obtener, establecida en 25%, lo cual se detalla a continuación:

Tabla 70. Ingresos por uso de instalaciones

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de capacidad	80%	80%	85%	100%	100%
Visitas al complejo	36432	37707	41466	50491	52258
Uso de canchas deportivas	\$7,00	\$7,02	\$7,04	\$7,06	\$7,08
Uso área de camping					

Uso de piscinas

	\$255.024,00	\$264.662,50	\$291.831,87	\$356.307,66	\$369.774,13
INGRESOS					

Fuente: Elaboración propia

Para definir el precio de entrada y uso de las instalaciones del complejo turístico de consideró los precios de la competencia directa, es decir, se tomó como referencia centros turísticos que ofrecen los mismos servicios que se desea brindar en el presente proyecto, cabe mencionar, que la competencia directa se determinó a nivel provincial, puesto que en el cantón no hay competencia para la siguiente propuesta de negocio. Para ello se consideró 3 centros turísticos:

- Club del Sol \$4
- Green 9 Same Spa y Beach Resort \$10
- Decameron \$7

Cada uno de estos destinos turísticos ofrecen la mayoría de los servicios turísticos que se desea brindar en el proyecto, por tanto, constituyen una referencia clave para la asignación del precio. Por lo cual se procede hacer un promedio entre estos, lo que da como resultado \$7,00.

A continuación, se indica el precio asignado en el área de restaurante, mismo que se ha establecido en \$5,00, es decir que todas las personas y turistas que visiten el complejo cancelarán solo el valor de \$5,00 por el consumo de cualquier plato que ofrece el complejo, incluida una bebida o gaseosa. Para la asignación del precio, además de considerar el costo unitario, se optó por recurrir a la aplicación de una estrategia de venta, misma que consiste en “todo por 5”, esto con el fin de que el turista a más de hacer uso de las instalaciones pueda degustar de un agradable plato a un precio mínimo en

comparación con los de la competencia, puesto que éstos ofertan los platos a un precio mínimo de \$8,00.

Tabla 71. Ingresos por servicio de restaurante

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de capacidad	80%	80%	85%	100%	100%
Visitas al complejo	36432	37707	41466	50491	52258
Precio promedio del Restaurante	\$5,00	\$5,01	\$5,03	\$5,04	\$5,05
INGRESOS	\$182.160,00	\$189.044,65	\$208.451,34	\$254.505,47	\$264.124,38

Fuente: Elaboración propia

4.3.5. Costos y gastos proyectados

Para realizar la proyección en términos monetarios es importante definir los costos y gastos, puesto que, esto permitirá reconocer la cantidad de costos y gastos en los que se incurrirá en el futuro para mantener el óptimo funcionamiento del complejo turístico.

- Costos de producción

Son todos aquellos costos en los que incurrirá el complejo turístico para la adquisición de los insumos y materiales para su adecuado funcionamiento, es decir, la materia prima, mano de obra y los costos de fabricación.

- Proyección de costos

Los costos proyectados se estiman en función de la tasa de inflación de 0,27% correspondiente al año 2018, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 72. Costos de producción proyectados de MP, MO, CIF

FASE AÑO	OPERACIÓN				
	1	2	3	4	5
	80%	80%	85%	100%	100%
Total M. P. D	\$64.606,08	\$67.047,83	\$73.930,74	\$90.264,61	\$93.676,11
Total M.O. D	\$25.138,08	\$26.017,91	\$28.611,57	\$34.838,80	\$36.058,16
Total C. I. F	\$12.162,97	\$12.996,00	\$13.452,27	\$13.926,46	\$14.419,29
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$101.907,13	\$106.061,74	\$115.994,58	\$139.029,87	\$144.153,56

Fuente: Elaboración propia

4.3.6. Gastos Administrativos proyectados

Los gastos administrativos son parte fundamental dentro de la organización, puesto que aquí se detallan los gastos destinados a la remuneración del personal, mismo que ejecutará tanto las actividades administrativas como operativas del complejo, es decir, a raíz de la definición de estos gastos se garantiza la permanencia de talento humano disponible para ejercer las diferentes tareas o actividades que se requieran en el complejo.

- Remuneración del personal administrativo

Con el fin de proyectar la remuneración del personal, se realizó el cálculo en función al porcentaje de crecimiento del salario básico unificado en los últimos 5 años, lo cual se obtuvo mediante la siguiente fórmula:

$$\% \text{ crecimiento} = \frac{\text{Año actual} - \text{Año anterior}}{\text{Año anterior}}$$

Tabla 73. Variación del Salario básico unificado

Año	Sueldo básico	Variación
2013	318	-

2014	340	6,92%
2015	354	4,12%
2016	366	3,39%
2017	375	2,46%
2018	386	2,93%
TOTAL		3,96%

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenido el promedio de variación de 3,96%, se procede a proyectar el salario del personal. Es necesario mencionar que los fondos de reserva se calculan a partir del segundo año como se indica en el código de trabajo art. 196.

Tabla 74. Remuneración del personal administrativo

Detalle	Salario mensual	Salario anual	Aporte patronal	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Total, anual
Gerente general	\$520,00	\$6.240,00	\$695,76	\$520,00	\$394,00	\$260,00	\$8.629,76
Contadora	\$420,00	\$5.040,00	\$561,96	\$420,00	\$394,00	\$210,00	\$7.045,96
Secretaria	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.634,17
Jardinero	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.634,17
Operario de limpieza 1	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.634,17
Operario de limpieza 2	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.634,17
Supervisor	\$394,00	\$4.018,80	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$5.865,87

Fuente: Elaboración propia

Tabla 75. Proyección de la remuneración del personal administrativo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Unificado (7personas)	\$34.210,80	\$35.565,55	\$36.973,94	\$38.438,11	\$39.960,26
Aporte Patronal (7personas)	\$3.814,50	\$3.965,56	\$4.122,59	\$4.285,85	\$4.455,57
Fondos de Reserva (7personas)	-	\$2.963,80	\$3.081,16	\$3.203,18	\$3.330,02
Décimo Tercer Sueldo (7personas)	\$2.910,00	\$2.963,80	\$3.081,16	\$3.203,18	\$3.330,02
Décimo Cuarto Sueldo (7 personas)	\$2.758,00	\$2.867,22	\$2.980,76	\$3.098,80	\$3.221,51

Vacaciones (7personas)	\$1.455,00	\$1.512,62	\$1.572,52	\$1.634,79	\$1.699,53
TOTAL	\$45.148,30	\$49.838,53	\$51.812,14	\$53.863,90	\$55.996,91

Fuente: Elaboración propia

- Servicios básicos

Para realizar la proyección de los servicios básicos se consideró la tasa de inflación 0,27% al 2018.

Tabla 76. Proyección de los servicios básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$180,00	\$180,49	\$180,97	\$181,46	\$181,95
Agua potable	\$120,00	\$120,32	\$120,65	\$120,97	\$121,30
Servicio telefónico	\$144,00	\$144,39	\$144,78	\$145,17	\$145,56
Internet	\$300,00	\$300,81	\$301,62	\$302,44	\$303,25
TOTAL	\$744,00	\$746,01	\$748,02	\$750,04	\$752,07

Fuente: Elaboración propia

- Suministros y materiales de oficina

En la siguiente tabla se detallan los suministros y materiales requeridos por el área administrativa, para llevar a cabo cada una de las actividades asignadas. Cabe mencionar, que esta proyección es indispensable, dado que, con la utilización de estos materiales se logrará mantener en orden la documentación relevante que hace parte de la organización.

Tabla 77. Proyección de suministros y materiales de oficina

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Esferos	\$160,00	\$160,43	\$160,87	\$161,30	\$161,74
Grapadora	\$60,00	\$60,16	\$60,32	\$60,49	\$60,65
Perforadora	\$72,00	\$72,19	\$72,39	\$72,58	\$72,78
Corrector	\$24,00	\$24,06	\$24,13	\$24,19	\$24,26
Hojas papel bond	\$360,00	\$360,97	\$361,95	\$362,92	\$363,90
Borradores	\$43,20	\$43,32	\$43,43	\$43,55	\$43,67
Marcadores	\$48,00	\$48,13	\$48,26	\$48,39	\$48,52
Clips	\$89,60	\$89,84	\$90,08	\$90,33	\$90,57

Sacapuntas	\$28,80	\$28,88	\$28,96	\$29,03	\$29,11
Tableros	\$42,00	\$42,11	\$42,23	\$42,34	\$42,46
Lápices	\$20,00	\$20,05	\$20,11	\$20,16	\$20,22
TOTAL	\$947,60	\$950,16	\$952,72	\$955,30	\$957,88

Fuente: Elaboración propia

- Materiales de aseo y limpieza

Los materiales de aseo y limpieza constituyen un elemento esencial en las instalaciones del área administrativa, ya que para ejercer las funciones que se requieren en el área se necesita permanecer en un ambiente agradable e higiénico, A continuación, se presenta la estimación de los materiales de limpieza necesarios para mantener en adecuada condición el área administrativa.

Tabla 78. Proyección de materiales de aseo y limpieza

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escoba	\$ 60,00	\$ 60,16	\$ 60,32	\$ 60,49	\$ 60,65
Trapeador	\$ 60,00	\$ 60,16	\$ 60,32	\$ 60,49	\$ 60,65
Fundas de basura	\$ 104,00	\$ 104,28	\$ 104,56	\$ 104,84	\$ 105,13
Desinfectante caneca	\$ 185,00	\$ 185,50	\$ 186,00	\$ 186,50	\$ 187,01
Detergente quintal	\$ 450,00	\$ 451,22	\$ 452,43	\$ 453,65	\$ 454,88
Aromatizante caneca	\$ 80,00	\$ 80,22	\$ 80,43	\$ 80,65	\$ 80,87
Basurero	\$ 90,00	\$ 90,24	\$ 90,49	\$ 90,73	\$ 90,98
Recogedor	\$ 12,50	\$ 12,53	\$ 12,57	\$ 12,60	\$ 12,64
Papel industrial x 4	\$ 176,00	\$ 176,48	\$ 176,95	\$ 177,43	\$ 177,91
Jabón Líquido caneca	\$ 400,00	\$ 401,08	\$ 402,16	\$ 403,25	\$ 404,34
TOTAL	\$ 1.617,50	\$ 1.621,87	\$ 1.626,25	\$ 1.630,64	\$ 1.635,04

Fuente: Elaboración propia

4.3.7. Resumen de gastos administrativos

En la siguiente tabla se detalla un resumen general de los gastos administrativos en los que incurre el complejo turístico.

Tabla 79. Resumen de gastos administrativos proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones	\$20.975,89	\$23.194,17	\$24.113,50	\$25.069,26	\$26.062,91
Servicios básicos	\$744,00	\$746,01	\$748,02	\$750,04	\$752,07
Suministros y materiales de oficina	\$947,60	\$950,16	\$952,72	\$955,30	\$957,88
Materiales de aseo y limpieza	\$ 1.617,50	\$1.621,87	\$1.626,25	\$1.630,64	\$1.635,04

Fuente: Elaboración propia

4.3.8. Gastos de Ventas proyectados

Los gastos de venta proyectados hacen referencia a los gastos que se van a incurrir para lograr la venta de los productos y servicios que se ofertan en el complejo turístico, como los que se detallan a continuación:

- Gastos de publicidad y promoción

Son todos aquellos gastos que se generan anualmente para promocionar el complejo turístico y tener mayor reconocimiento por parte de los turistas frente a la competencia.

Tabla 80. Proyección de los Gastos de publicidad y promoción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Página Web	\$ 60,00	\$ 60,16	\$ 60,32	\$ 60,49	\$ 60,65
Trípticos (1000 unidades)	\$ 400,00	\$ 401,08	\$ 402,16	\$ 403,25	\$ 404,34
Banner publicitario	\$ 430,00	\$ 431,16	\$ 432,33	\$ 433,49	\$ 434,66
Valla publicitaria	\$ 160,00	\$ 160,43	\$ 160,87	\$ 161,30	\$ 161,74
TOTAL	\$1.050,00	\$1.052,84	\$1.055,68	\$1.058,53	\$1.061,39

Fuente: Elaboración propia

- Remuneración del personal de ventas

Está compuesta por los egresos que una persona recibe como pago por una actividad, al igual que la remuneración administrativa se hace el cálculo promedio del salario básico unificado de los últimos 5 años, la cual es de 3,96%.

Tabla 81. Remuneración del personal de ventas

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte IESS	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Total, anual
Cajero	\$394,00	\$4.728,00	\$527,17	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.240,17

Fuente: Elaboración propia

Tabla 82. Proyección de la remuneración del personal de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	\$4.728,00	\$4.915,40	\$5.110,23	\$5.312,78	\$5.523,35
Aporte Patronal	\$527,17	\$548,07	\$569,79	\$592,37	\$615,85
Fondos de Reserva	-	\$409,62	\$425,85	\$442,73	\$460,28
Décimo Tercer Sueldo	\$394,00	\$409,62	\$425,85	\$442,73	\$460,28
Décimo Cuarto Sueldo	\$394,00	\$409,62	\$425,85	\$442,73	\$460,28
Vacaciones	\$197,00	\$204,81	\$212,93	\$221,37	\$230,14
TOTAL, ANUAL	\$6.240,17	\$6.897,12	\$7.170,50	\$7.454,71	\$7.750,19

Fuente: Elaboración propia

4.3.9. Gastos financieros

A continuación, se detalla los costos del financiamiento que se desprenden del crédito contraído en una institución financiera. Cabe mencionar que el financiamiento que se necesita para la presente propuesta es de \$87.638,24 lo que equivale al 54,43% del total de la inversión, mismo que será concedido por la Corporación Financiera Nacional (CFN), en las siguientes condiciones:

Tabla 83. Datos para el cálculo de la amortización

Datos	
Monto	\$87.638,24
Plazo (años)	5
Tasa de interés efectiva	11,83%
Cuota	\$27.895,25

Método (alemán)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 84. Cálculo de la amortización anual

Plazos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital	87638,24	87638,24	70110,59	52582,94	35055,30	17527,65
Interés	10367,60	10367,60	8294,08	6220,56	4147,04	2073,52
Cuota		27895,25	25821,73	23748,21	21674,69	19601,17
Amortización		17527,65	17527,65	17527,65	17527,65	17527,65
Saldo		70110,59	52582,94	35055,30	17527,65	0,00

Fuente: Elaboración propia

El método de amortización que se consideró para el financiamiento fue el alemán ya que la cuota del capital es siempre constante, mientras que los intereses disminuyen con el paso de los períodos.

4.3.10. Cuadro resumen de capital e interés anual

Se muestra el capital e interés anuales que se generan del crédito contraído para la inversión del proyecto.

Tabla 85. Cálculo del resumen de capital e interés anual

Años	Capital	Interés
1	\$ 17.527,65	\$ 10.367,60
2	\$ 17.527,65	\$ 8.294,08

3	\$ 17.527,65	\$ 6.220,56
4	\$ 17.527,65	\$ 4.147,04
5	\$ 17.527,65	\$ 2.073,52
TOTAL	\$87.638,24	\$31.102,81

Fuente: Elaboración propia

4.3.11. Amortizaciones

Las amortizaciones comprenden aquel proceso de distribución del gasto de aquel activo duradero pero que su vida útil no está definida, para ello es importante reflejar los beneficios económicos futuros y se debe aplicar de forma consistente y revisarse periódicamente. Para este caso, la amortización se conforma por los activos intangibles como patente, marca, permisos entre otros, que pueden quedar obsoletos con el tiempo, es por ello por lo que se calcula la amortización como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 86. Proyección de los gastos de constitución e instalación

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de constitución	\$1.850,00	\$370,00	\$370,00	\$370,00	\$370,00	\$370,00
Gasto de instalación	\$1.494,80	\$298,96	\$298,96	\$298,96	\$298,96	\$298,96
TOTAL	\$3.344,80	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96

Fuente: Elaboración propia

4.3.12. Depreciaciones

Para realizar la depreciación con el método de línea recta es importante recordar que aparte de ser el método más utilizado, la función de este recae en que el valor en libros del activo disminuye linealmente con el tiempo porque cada año se tiene y registra el mismo costo de depreciación. Es así como la depreciación anual se la obtiene dividiendo el primer costo del activo menos su valor de salvamento por la vida útil del activo.

Tabla 87. Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada	Valoren Libros	Costo/Gasto
Terreno	\$35.000,00	0		-	-	-	-	-	-	Administración
Infraestructura civil	\$128.990,00	20	\$6.449,50	\$6.449,50	\$6.449,50	\$6.449,50	\$6.449,50	\$32.247,50	\$96.742,50	Producción
Equipos de seguridad	\$946,40	5	\$189,28	\$189,28	\$189,28	\$189,28	\$189,28	\$946,40	-	Administración
Maquinaria y equipo	\$9.264,20	10	\$926,42	\$926,42	\$926,42	\$926,42	\$926,42	\$4.632,10	\$4.632,10	Producción
Muebles y enseres	\$8.170,67	10	\$817,07	\$817,07	\$817,07	\$817,07	\$817,07	\$4.085,34	\$4.085,34	Administración
Equipos de oficina	\$6.469,60	10	\$646,96	\$646,96	\$646,96	-	-	\$1.940,88	\$4.528,72	Administración
TOTAL	\$153.840,87		\$9.029,23	\$9.029,23	\$9.029,23	\$8.382,27	\$8.382,27	\$43.852,22	\$109.988,66	

Fuente: Elaboración propia

4.3.13. Resumen de costos y gastos

A continuación, se expresa en forma de resumen los costos y gastos en los que se va a incurrir durante los próximos 5 años:

Tabla 88. Resumen de costos y gastos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
NIVEL DE CAPACIDAD	80%	80%	85%	100%	100%
Materiales e insumos	\$64.606,08	\$67.047,83	\$73.930,74	\$90.264,61	\$93.676,11
Mano de obra directa	\$25.138,08	\$26.017,91	\$28.611,57	\$34.838,80	\$36.058,16
Gastos generales de fabricación	\$12.162,97	\$12.996,00	\$13.452,27	\$13.926,46	\$14.419,29
Depreciación de otros activos fijos	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92
TOTAL, COSTOS	\$109.283,05	\$113.437,66	\$123.370,50	\$146.405,79	\$151.529,48
Gastos de administración	\$36.694,54	\$40.250,02	\$41.740,03	\$43.288,82	\$44.898,71
Gastos de ventas	\$7.290,17	\$7.949,96	\$8.226,18	\$8.513,24	\$8.811,57
Depreciaciones	\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.006,35	\$1.006,35
Amortización de diferidos	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96
TOTAL, GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$46.306,97	\$50.522,24	\$52.288,47	\$53.477,36	\$55.385,59
TOTAL, COSTOS Y GASTOS	\$155.590,03	\$163.959,91	\$175.658,98	\$199.883,15	\$206.915,07
Costos de financiamiento del préstamo		\$8.294,08	\$6.220,56	\$4.147,04	\$2.073,52

Amortización de intereses de instalación	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52
TOTAL, COSTOS DE FINANCIAMIENTO	\$2.073,52	\$10.367,60	\$8.294,08	\$6.220,56	\$4.147,04
TOTAL, COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	\$157.663,55	\$174.327,51	\$183.953,06	\$206.103,71	\$211.062,11

Fuente: Elaboración propia

4.3.14. Estados financieros presupuestados

Dentro de los estados financieros se destaca el estado de situación inicial, estado de resultados, estado de flujo de efectivo y estado de fuentes y usos.

- Estado de situación inicial

El estado de situación inicial refleja los activos, pasivos y patrimonio real de la organización para el inicio de sus actividades, por tanto, aquí también se ha considerado el capital de trabajo puesto que los servicios que se ofrecen en el presente negocio son de pago inmediato, por ello se consideró para las respectivas operaciones que amerita el estado de situación inicial durante el año 0.

Tabla 89. Estado de situación inicial

ACTIVOS		
Activos corrientes		
Efectivo	\$	14.121,27
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$	14.121,27
Activos fijos		
Terreno	\$	-
Infraestructura civil	\$	128.990,00
Equipos de seguridad	\$	946,40
Maquinaria y equipo	\$	9.264,20
Muebles y enseres	\$	8.170,67
Equipos de oficina	\$	6.469,60
(-) Depreciación acumulada activos fijos		
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$	153.840,87
Activos diferidos		
Activos diferidos	\$	3.344,80
Intereses en el periodo de instalación	\$	10.367,60
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$	13.712,40
TOTAL, ACTIVOS	\$	181.674,54
PASIVO Y PATRIMONIO		
Pasivo		
Préstamo a corto plazo	\$	-
Préstamo mediano y largo plazo	\$	87.638,24

TOTAL, PASIVO	\$	87.638,24
<hr/>		
Patrimonio		
Capital social	\$	94.036,30
Utilidad neta del ejercicio	\$	-
TOTAL, PATRIMONIO	\$	94.036,30
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$	181.674,54
<hr/> <hr/>		

- Estado de Resultados proyectado

Es importante la elaboración del estado de resultados proyectados, dado que éste expresa los ingresos, gastos, el beneficio o la pérdida que tendrá la organización al finalizar un periodo de tiempo determinado. Esto permite analizar la situación económica en la que estará la organización en el futuro y así aprovechar las oportunidades que se presenten durante el análisis y comprensión del estado.

Tabla 90. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"						
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos del servicio	\$437.184,00	\$453.707,15	\$500.283,21	\$610.813,13	\$633.898,51	
TOTAL, INGRESOS	\$437.184,00	\$453.707,15	\$500.283,21	\$610.813,13	\$633.898,51	
COSTO DE VENTAS						
Costo del servicio	\$101.907,13	\$106.061,74	\$115.994,58	\$139.029,87	\$144.153,56	
Depreciación de activos	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	
TOTAL, COSTO DEL SERVICIO	\$109.283,05	\$113.437,66	\$123.370,50	\$146.405,79	\$151.529,48	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$327.900,95	\$340.269,49	\$376.912,71	\$464.407,35	\$482.369,03	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO						
Gastos Administración	\$36.694,54	\$40.250,02	\$41.740,03	\$43.288,82	\$44.898,71	

Gastos de ventas	\$7.290,17	\$7.949,96	\$8.226,18	\$8.513,24	\$8.811,57
Gastos de depreciación de activos	\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.006,35	\$1.006,35
Amortización de intangibles	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96
Costos de financiamiento		\$8.294,08	\$6.220,56	\$4.147,04	\$2.073,52
Amortización diferidos (intereses período instalación)	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52
TOTAL, GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN	\$48.380,50	\$60.889,85	\$60.582,56	\$59.697,93	\$59.532,63
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$279.520,45	\$279.379,64	\$316.330,15	\$404.709,42	\$422.836,40
Participación trabajadores 15%	\$41.928,07	\$41.906,95	\$47.449,52	\$60.706,41	\$63.425,46
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$237.592,38	\$237.472,69	\$268.880,63	\$344.003,01	\$359.410,94
Impuestos 22%	\$52.270,32	\$52.243,99	\$59.153,74	\$75.680,66	\$79.070,41
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	\$185.322,06	\$185.228,70	\$209.726,89	\$268.322,35	\$280.340,53
UTILIDADES ACUMULADAS	\$185.322,06	\$370.550,76	\$580.277,65	\$848.600,00	\$1.128.940,53

Fuente: Elaboración propia

- Estado de fuentes y usos de efectivo

Es un estado financiero auxiliar o complementario, elaborado y utilizado con el objetivo de conocer de donde provinieron los recursos de la organización en un período determinado y que destino se dió a tales recursos, es decir, los recursos económicos que la empresa tiene disponible para llevar a cabo las operaciones o actividades de la organización.

Tabla 91. Estados de fuentes y usos de efectivo proyectado

ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO							
COMPLEJO TURÍSTICO “DON MONTA”							
FASE	AÑO	INVERSIÓN	OPERACIONAL				
			1	2	3	4	5
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1.- Recursos financieros		\$181.674,54	-	-	-	-	-
2.- Ingresos por ventas			\$437.184,00	\$453.707,15	\$500.283,21	\$610.813,13	\$633.898,51
TOTAL, ENTRADAS DE EFECTIVO		\$181.674,54	\$437.184,00	\$453.707,15	\$500.283,21	\$610.813,13	\$633.898,51
SALIDAS DE EFECTIVO							
1.- Incremento de activos fijos		\$153.840,87					
2.- Incremento de activos intangibles		\$13.712,40					
3.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)			\$145.891,84	\$154.261,72	\$165.960,79	\$190.831,92	\$197.863,84
4.- Costos de financiación			-	\$8.294,08	\$6.220,56	\$4.147,04	\$2.073,52
5.- Pago amortización de préstamo			\$17.527,65	\$17.527,65	\$17.527,65	\$17.527,65	\$17.527,65

6.- Participación trabajadores		\$41.928,07	\$41.906,95	\$47.449,52	\$60.706,41	\$63.425,46
7.- Impuestos		\$52.270,32	\$52.243,99	\$59.153,74	\$75.680,66	\$79.070,41
TOTAL, SALIDAS DE EFECTIVO	\$167.553,27	\$257.617,88	\$274.234,39	\$296.312,26	\$348.893,69	\$359.960,88
TOTAL, ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$14.121,27	\$179.566,12	\$179.472,76	\$203.970,95	\$261.919,45	\$273.937,63
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO	\$14.121,27	\$193.687,39	\$373.160,15	\$577.131,10	\$839.050,55	\$1.112.988,18

Fuente: Elaboración propia

- Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera es parte esencial, ya que aquí se expresa la situación real de la organización en un momento determinado, es decir, a través de este se pone en manifiesto la cantidad de bienes, obligaciones y capital que posee la organización.

Tabla 92. Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"						
Al 31 de diciembre del 2019, 2020,2021,2022,2023,2024						
AÑO	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Activos corrientes						
1. Efectivo	\$14.121,27	\$193.687,39	\$373.160,15	\$577.131,10	\$839.050,55	\$1.112.988,18
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$14.121,27	\$193.687,39	\$373.160,15	\$577.131,10	\$839.050,55	\$1.112.988,18
Activos fijos						
Terreno	-	-	-	-	-	-
Infraestructura civil	\$128.990,00	\$128.990,00	\$128.990,00	\$128.990,00	\$128.990,00	\$128.990,00
Equipos de seguridad	\$946,40	\$946,40	\$946,40	\$946,40	\$946,40	\$946,40
Maquinaria y equipo	\$9.264,20	\$9.264,20	\$9.264,20	\$9.264,20	\$9.264,20	\$9.264,20
Muebles y enseres	\$8.170,67	\$8.170,67	\$8.170,67	\$8.170,67	\$8.170,67	\$8.170,67
Equipos de oficina	\$6.469,60	\$6.469,60	\$6.469,60	\$6.469,60	\$6.469,60	\$6.469,60
(-) Depreciación acumulada activos fijos		\$-9.029,23	\$-18.058,45	\$-27.087,68	\$-35.469,95	\$-43.852,22

TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$153.840,87	\$144.811,64	\$135.782,42	\$126.753,19	\$118.370,92	\$109.988,66
Activos diferidos						
Activos diferidos	\$3.344,80	\$2.675,84	\$2.006,88	\$1.337,92	\$668,96	-
Intereses en el periodo de instalación	\$10.367,60	\$8.294,08	\$6.220,56	\$4.147,04	\$2.073,52	-
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$13.712,40	\$10.969,92	\$8.227,44	\$5.484,96	\$2.742,48	-
TOTAL, ACTIVOS	\$181.674,54	\$349.468,96	\$517.170,01	\$709.369,25	\$960.163,95	\$1.222.976,83

PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo

Préstamo a corto plazo	-	-	-	-	-	-
Préstamo mediano y largo plazo	\$87.638,24	\$70.110,59	\$52.582,94	\$35.055,30	\$17.527,65	-
TOTAL, PASIVO	\$87.638,24	\$70.110,59	\$52.582,94	\$35.055,30	\$17.527,65	-

Patrimonio

Capital social	\$94.036,30	\$94.036,30	\$94.036,30	\$94.036,30	\$94.036,30	\$94.036,30
Utilidad neta del ejercicio	\$-	\$185.322,06	\$370.550,76	\$580.277,65	\$848.600,00	\$1.128.940,53
TOTAL, PATRIMONIO	\$94.036,30	\$279.358,36	\$464.587,06	\$674.313,95	\$942.636,30	\$1.222.976,83
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$181.674,54	\$349.468,96	\$517.170,01	\$709.369,25	\$960.163,95	\$1.222.976,83

Fuente: Elaboración propia

- Estado de Flujo de Efectivo

La formulación de este informe permite conocer las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes al periodo dado, igualmente indica la capacidad que tiene la organización para producir efectivo, lo cual permite hacer un análisis más profundo de la situación económica de la organización y así tomar decisiones.

Tabla 93. Estado de Flujo de Efectivo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO						
COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"						
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. FLUJO DE CAJA						
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$185.322,06	\$185.228,70	\$209.726,89	\$268.322,35	\$280.340,53
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de activos productivos		\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92	\$7.375,92
Depreciación de activos de administración		\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.653,31	\$1.006,35	\$1.006,35
Amortización de intangibles		\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96	\$668,96
Amortización diferidos (intereses período instalación)		\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52	\$2.073,52
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$197.093,77	\$197.000,41	\$221.498,60	\$279.447,09	\$291.465,28
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
INVERSIONES						

(-) Inversión fija	\$-153.840,87					
(-) Inversión intangible	\$-13.712,40					
(-) Capital de trabajo	\$-14.121,27	-	-	-	-	-
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$109.988,66
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$14.121,27
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$-181.674,54	\$197.093,77	\$197.000,41	\$221.498,60	\$279.447,09	\$415.575,21
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$87.638,24					
Amortización del préstamo		\$-17.527,65	\$-17.527,65	\$-17.527,65	\$-17.527,65	\$-17.527,65
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$-94.036,30	\$179.566,12	\$179.472,76	\$203.970,95	\$261.919,45	\$398.047,56
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$-94.036,30	\$85.529,82	\$265.002,58	\$468.973,53	\$730.892,97	\$1.128.940,53
Valor Actual de los flujos	\$-94.036,30	\$163.792,87	\$149.327,47	\$154.803,25	\$181.321,83	\$251.355,21

Fuente: Elaboración propia

4.3.15. Evaluación financiera

La evaluación financiera consiste en verificar la viabilidad económica financiera a través de la aplicación de indicadores financieros con el fin de conocer cuáles serán los beneficios que se obtendrán posterior a la puesta en marcha del proyecto, estos indicadores se describen a continuación:

4.3.17 Costo de capital (Ck)

El costo de capital para la siguiente propuesta de negocio se refiere al rendimiento que obtendrá la entidad financiera a través del crédito que se otorgue a la organización, es decir, aquel gasto que se genera en la organización al cancelar el interés del financiamiento se convierte en ingreso para la entidad financiera, como lo es para este caso la Corporación Nacional Financiera CFN.

Tabla 94. Datos para el cálculo del CK

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE DESCUENTO
Capital propio	\$94.036,30	51,76%	7%
Capital financiado	\$87.638,24	48,24%	11,83%
TOTAL	\$181.674,54	100%	
CK			9%

Fuente: Elaboración propia

4.3.18. Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Para realizar el cálculo de la tasa de rendimiento medio, se toma como referencia la ponderación del porcentaje de participación, es decir, aquel ingreso por interés que espera

obtener la CFN, en conjunto con el rendimiento o utilidad que se estima para la organización.

Tabla 95. Cálculo de la tasa de rendimiento medio

Financiamiento	Valor	Porcentaje	Tasa de descuento	Ponderación
Capital propio	\$94.036,30	51,76%	7,00%	3,19%
Capital financiado	\$87.638,24	48,24%	11,83%	6,44%
TOTAL	\$181.674,54	100%		9,63%

Fuente: Elaboración propia

4.3.19. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto consiste en un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Por tanto, el VAN se convierte en un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad económica de un proyecto, en definitiva, si al medir los flujos de efectivo futuros y se descuenta el monto inicial de inversión y queda un saldo a favor se considera que el proyecto es viable.

Formula:

$$VAN = II + \frac{\Sigma FNE}{(1+i)^n}$$

Donde:

II: Inversión inicial

FNE: Flujo neto efectivo

i: Interés

n: Período de tiempo

Cálculo:

$$\text{VAN} = \$-94.036,30 + \frac{\$163.792,87}{(1+i)^1} + \frac{\$149.327,47}{(1+i)^2} + \frac{\$154.803,25}{(1+i)^3} + \frac{\$181.321,83}{(1+i)^4} + \frac{\$251.355,21}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = \$806.564,32$$

Una vez realizado el cálculo se obtuvo un VAN positivo de \$806.564,32 en el cual se utilizó la tasa de descuento de 9,63%, misma que expresa la rentabilidad que generará la inversión al término de los 5 años, lo que significa que es un proyecto rentable y es pertinente aceptarlo.

4.3.20. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa de rentabilidad expresa el tipo de interés compuesto que genera la inversión, durante toda su vida, es decir, es el rendimiento en porcentaje anual obtenido sobre el capital invertido (VEIGA, 2015). La tasa interna de retorno constituye aquella tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto y al dar como resultado que es mayor a 1, se considera aceptable el proyecto, por cuanto para la siguiente propuesta de negocio se determina que es favorable, dado que el cálculo de la tasa interna de retorno da como resultado el 79%.

Tabla 96. Cálculo de la tasa interna de retorno

Flujos netos de efectivo	Flujos de efectivo 79%	Flujos actualizados 9,63%
\$-94.036,30	-94.036,30	\$-94.036,30
\$179.566,12	\$60.606,45	\$163.792,87
\$179.472,76	\$20.445,01	\$149.327,47
\$203.970,95	\$7.842,45	\$154.803,25
\$261.919,45	\$3.398,96	\$181.321,83
\$398.047,56	\$1.743,44	\$251.355,21

Fuente: Elaboración propia

4.3.21. Relación Costo Beneficio

Para la toma de decisiones económicas es importante definir la relación costo beneficio, puesto que este indicador permite hacer un análisis entre los posibles beneficios que se obtendrán posterior a una decisión económica, frente a los costos que estas arrastren.

Tabla 97. Datos para el cálculo costo beneficio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Total, Ingresos	\$437.184,00	\$453.707,15	\$500.283,21	\$610.813,13	\$633.898,51	
Total, Ingresos actualizados	\$398.781,36	\$377.499,86	\$379.688,71	\$422.854,26	\$400.288,08	\$1.979.112,27
Total, Costo y Gasto	\$155.590,03	\$163.959,91	\$175.658,98	\$199.883,15	\$206.915,07	
Total, Costo y Gasto actualizados	\$141.922,86	\$136.420,25	\$133.315,95	\$138.375,29	\$130.660,72	\$680.695,06

Fuente: Elaboración propia

Fórmula:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Costos totales}}$$

Cálculo:

$$/B = \frac{1.979.112,27}{680.695,06}$$

$$C/B = 1,91$$

Aplicando la fórmula para realizar el respectivo cálculo de costo/beneficio da como resultado \$1,91, lo que significa que por cada dólar de inversión en el proyecto se obtiene una utilidad adicional de 0,91 centavos, lo cual representa una rentabilidad favorable para el inversor.

4.3.22. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

El PRI es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Vaquiro, 2016). El presente indicador financiero permite identificar el periodo en el que se recuperará el total de la inversión, usualmente este cálculo se lo realiza de forma anual, sin embargo, también se puede calcular en meses o días.

Fórmula:

$$PRI = a + \frac{b-c}{d}$$

Donde:

- a:** Año anterior donde se recupera la inversión.
- b:** Inversión inicial.
- c:** Flujo de efectivo acumulado del año anterior de recuperación de la inversión.
- d:** Flujo de efectivo del año en el que se rescata la inversión.

Tabla 98. Flujos de caja para calcular PRI

INVERSIÓN					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$-94.036,30	\$179.566,12	\$179.472,76	\$203.970,95	\$261.919,45	\$398.047,56
	\$179.566,12	\$359.038,88	\$563.009,83	\$824.929,28	\$1.222.976,83

Fuente: Elaboración propia

Datos:

- a:** 2
- b:** \$94.036,30
- c:** \$179.566,12
- d:** \$179.566,12

Cálculo:

$$PRI = 2 + \frac{\$179.566,12 - (-94.036,30)}{\$179.566,12}$$

$$PRI = 1,52 \text{ Años}$$

$$(1.52 - 6) * 12 = 6 \text{ Meses}$$

$$9 \text{ días}$$

Mediante el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se estima que en el lapso de 1 años, 6 meses y 9 días se logrará la recuperación de la inversión inicial del proyecto.

4.3.23. Punto de Equilibrio (PE)

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero, es decir, no gana dinero, pero tampoco pierde (Paulino, 2016). Para conocer la cantidad de cuanto la empresa debe producir para no perder es relevante el cálculo del punto de equilibrio, ya que a través de este indicador se logra determinar el equilibrio entre los ingresos y egresos de la organización, por esta razón es importante definir el punto de equilibrio ya que a partir de este se toman decisiones con el fin de diseñar estrategias que permitan incrementar las ventas para así obtener ganancias.

Fórmula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

Tabla 99. Punto de equilibrio en dólares y personas

Descripción	Año 1
INGRESOS	\$437.184,00
COSTO FIJO	\$85.681,55
COSTO VARIABLE	\$64.606,08
PE\$	\$100.538,97
PEQ	18833

Fuente: Elaboración propia

$$PE\$ = \frac{\$85.681,55}{\frac{\$64.606,08}{\$437.184,00}}$$

$$PE\$ = \$100.538,97$$

Una vez realizado el punto de equilibrio, se identifica que el punto de equilibrio en dólares para el primer año es de \$ \$100.538,97; mientras que en personas el punto de equilibrio es de 18833, como se muestra en la siguiente grafica.

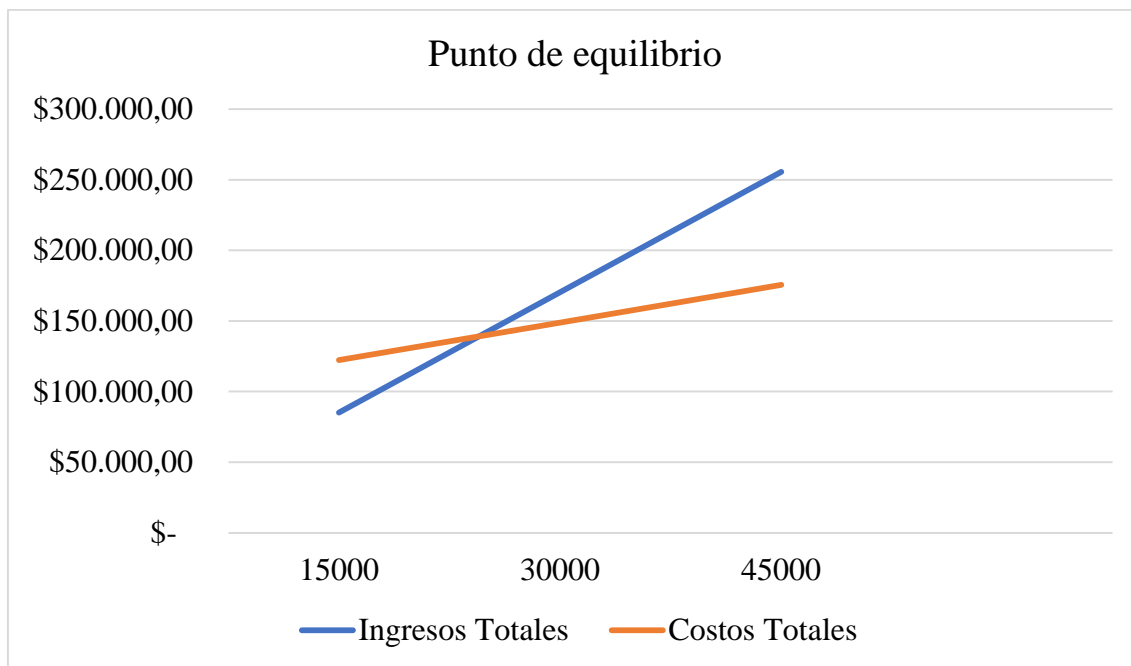


Ilustración 24: Punto de equilibrio

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

4.3.24. Resumen de la evaluación financiera

Finalmente, se presenta un resumen donde se observa los indicadores financieros aplicados para la presente propuesta de negocio, mismos que han reflejado la oportunidad de emprender y poner en marcha el proyecto de creación de un complejo turístico.

Tabla 100. Resumen de indicadores financieros

Indicador	Valor	Resultado
Costo de capital	9%	Factible
TMAR	9,63%	Aceptable
VAN	\$806.564,32	Rentable
TIR	79%	Aceptable
C/B	1,91	Rentable
PRI	1 años 6 Meses 9 Días	
PE\$	\$100.538,97	Dólares
PEQ	18833	Personas

Fuente: Elaboración propia

4.3.25. Conclusiones de la evaluación financiera

Del análisis del presente estudio, se concluye que el proyecto tiene viabilidad económica-financiera, por cuanto se consolida la decisión de emprender en el sector turístico del cantón.

Para respaldar la decisión de invertir en el proyecto se realizaron operaciones de evaluación económica financiera, tales como: T-MAR, VAN, TIR, C/B, PRI, PE\$, PEQ, estos indicadores confirmaron que existe viabilidad económica financiera del proyecto, dado que sus resultados fueron aceptables, rentables y favorables para el inversionista, cabe mencionar que la información base para la realización de las operaciones fue obtenida de los estudios de mercado, técnico y en el estudio financiero se realizaron las proyecciones de ingresos, costos y gastos, tomando como variables de crecimiento el porcentaje de inflación(0,27%) e promedio del índice de crecimiento demográfico del (3,5%), aquí se reconoció que la propuesta de negocio presenta beneficios tanto de desarrollo económico y social para el cantón, dado que genera ingresos que aportarán al PIB y se generarán plazas de empleo.

Al realizar el cálculo del valor actual neto se consideró los flujos de caja futuros y se descontó el monto inicial de la inversión, así se obtuvo como resultado un total de \$806.564,32; valor que se convierte favorable y apoya la decisión de ejecutar la propuesta de negocio.

El cálculo de la tasa interna de retorno también afianza la decisión de emprender en actividades turísticas, puesto que se estima que la tasa de rentabilidad generada por las actividades que se realizan en el negocio asciende a un 79%, porcentaje que está dentro del rango estimado de aceptación del negocio.

Además, a través del análisis de la operación del PRI, se estimó que el periodo de recuperación de la inversión será de 1 año, 6 meses y 9 días, esto representa un lapso o tiempo oportuno de recuperación de la inversión inicial del proyecto.

En conclusión, se demuestra que existe viabilidad económica financiera, dado que, en el indicador de punto de equilibrio se estima un total de \$100.538,97; mientras que en personas el punto de equilibrio es 18.833, es decir, aquí se presenta la cantidad de turistas que se deben atender para empezar a generar ganancias, a la vez se determina que la propuesta de creación de un complejo turístico se encuentra respaldada por un análisis de evaluación financiera, misma que refleja resultados favorables para el inversor.

4.4. Estudio organizacional

4.4.1. Introducción

El estudio organizacional es parte fundamental dentro de las organizaciones, cualquiera que sea su fin, es por ello que para la presente propuesta de negocio no es la excepción, ya que a partir de esta se logra dar cumplimiento a los objetivos e intereses que persigue la organización, es decir, en esta sección se define de manera estratégica las actividades, tareas y funciones a realizar por parte del talento humano debidamente capacitado y con las habilidades, competencias y conocimientos requeridos para desarrollar efectivamente las tareas encomendadas dentro del complejo turístico.

Además, en esta sección se contemplan aspectos referentes a la gestión administrativa y legal de la organización, en conjunto con la imagen y presentación de esta, es decir, se define su identificación, imagen, manual de identidad, entre otros atributos que posee la empresa, con el fin de garantizar el éxito y transparencia de las actividades a realizar.

4.4.2. Objetivo

Diseñar una estructura organizacional administrativa óptima en el cual se detallará las actividades operativas del proyecto, en conjunto con las funciones del talento humano.

4.4.3. La Empresa

La presente propuesta de negocio se encuentra encaminada a ofrecer servicios de recreación y esparcimiento social de calidad, con el fin de generar en el turista visitante una experiencia agradable para él y sus acompañantes a través de la oferta de excelentes servicios como: alimentación, recreación en áreas húmedas, participación en actividades deportivas, entre otras, sin dejar de lado la responsabilidad social y medio ambiental en el que se desarrollen las actividades.

- Nombre de la Empresa o Razón Social

El nombre de la empresa representa la identificación de esta, es decir, consiste en la denominación oficial por la cual será reconocida en el mercado, cabe resaltar que el nombre debe cumplir con las características básicas y necesarias para que esta denominación penetre en la mente del consumidor o demandante de servicios turísticos.

El nombre asignado para el complejo turístico que oferta servicios de recreación y esparcimiento social es “DON MONTA”, distintivo que expresa oportunidad de aprovechar y producir nuevos intereses.

El nombre del complejo turístico cumple con las siguientes características:

Fácil de recordar: Al ser un nombre corto y de fácil pronunciación se convierte en un factor positivo para que este penetre en la mente del consumidor/turista.

Es original: La idea del nombre surgió a raíz de la combinación de los apellidos de las autoras del proyecto, es por ello por lo que se convierte en original y destaca donde sea, al diferenciarlo de la competencia.

Es llamativo: El nombre es llamativo puesto que tiene relación directa con la naturaleza en conjunto con el turismo, por ende, se encuentra ligado a la actividad hacia la cual va dirigida el negocio.

4.4.4. Imagen corporativa

- Logotipo

El logotipo fue realizado en función de los atractivos que posee el complejo y con el fin de transmitir al consumidor turista lo que este ofrece, es decir, la casa que se observa en el logo se encuentra inspirada en que el complejo ofrecerá confort y hará sentir al turista cómodo en la instalaciones, para así asemejar su estadía a la permanencia en el hogar, por otro lado están los colores, mismos que transmiten un atardecer fructífero para quienes han visitado el complejo y por otro lado están los pinos, que significan que el negocio se eleva hacia el éxito, en definitiva el logotipo representa la esencia del complejo turístico.



Ilustración 25: Logotipo del complejo turístico

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

El logotipo presenta las siguientes características:

Original: A pesar de que en la actualidad existe variedad de complejos turísticos con diversos diseños y atractivos logos, el presente logotipo se lo considera original puesto que se diferencia de los demás debido a los detalles y rasgos que presenta, lo cual hace que sea mayormente atractivo y llamativo a la vista.

Descriptivo: El presente logo se considera descriptivo ya que a través de una imagen transmite una descripción de las cualidades y beneficios que presenta el complejo.

Apropiado: El logotipo es apropiado dado que no causa incomodidad al momento de divisarlo, sino todo lo contrario, es agradable a la vista del consumidor/turista.

Claro y sencillo: el logo presenta características básicas y legibles, lo cual genera una fácil comprensión e interpretación de este.

Colores: Los colores elegidos para el logo se encuentran vinculados directamente con la naturaleza y armonía, es por lo que, el más representativo es el negro, seguido de los colores que conforman el arcoíris.

- Slogan

El slogan se refiere a aquella frase distintiva utilizada en la parte inferior del logotipo, misma que es utilizada para promocionar el nombre del complejo turístico.

Para el complejo se dará uso al siguiente slogan, dado que este representa el propósito para el que está dirigido el centro:

“Descubre el placer de relajarte”

El slogan indica la esencia y finalidad de la organización, buscando así cumplir y satisfacer las necesidades del turista visitante y a la vez establecer una relación estrecha con el mismo, para así fidelizar una relación entre el turista y el complejo turístico.

4.4.5. Elementos de imagen corporativa

- Presentación de talento humano

El talento humano que forma parte del complejo turístico estará debidamente uniformado, de tal forma que se logre transmitir la esencia del complejo turístico a través de ofrecer un servicio de calidad.

Primeramente, el personal administrativo vestirá de manera formal, es decir, tanto el Gerente como la secretaria, usarán prendas de carácter ejecutivo, con el diseño y preferencia de cada uno. Sin embargo, el personal operativo de la organización vestirá con el uniforme que amerite su puesto de trabajo, por lo cual se detalla lo siguiente:

Área de cocción:

Chef: El chef, como tal lo expresa su cargo, vestirá con filipina, nombre que se les da a profesionales en gastronomía, puesto que es cómodo para ejercer las actividades que se la han encomendado.



Ilustración 26: Vestimenta chef

Fuente: Recuperado de <https://www.pinterest.com/karenmatutesxd/trajes-de-chef/>
Elaborado por: Autoras

Auxiliar de cocina

El ayudante de cocina vestirá con una camiseta polo de color blanco y su respectivo calentador de cocina, también llevará puesto un delantal y gorro de cocina.



Ilustración 27: Vestimenta auxiliar de cocina

Fuente: Recuperado de <https://www.amazon.es/AONER-Unisex-Delantal-Original-Cocinero/dp/B01MU6WFOH>

Elaborado por: Autoras

Mesero

Para el recibimiento de los turistas en el área de restaurante, el mesero tendrá vestimenta formal, con el fin de transmitir seriedad, elegancia, y seguridad al turista visitante.



Ilustración 28: Vestimenta para meseros

Fuente: Recuperado de <https://www.protocolo.org/so>

Elaborado por: Autoras

Imagen de instrumentos en el restaurante

Las mesas que estarán disponibles en el restaurante contarán con variedad de materiales agregados para brindar comodidad al turista, es por eso por lo que estos llevarán consigo la imagen corporativa del complejo, se lo expresa a continuación:

Individuales:



Ilustración 29: Individuales para mesas

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

Servilletas:



Ilustración 30: Servilletas para el área de restaurante

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

Carta de menú:

La presentación del menú o comidas que se van a ofrecer en el restaurante se los va a describir en una carta que contendrá el logotipo del complejo turístico.

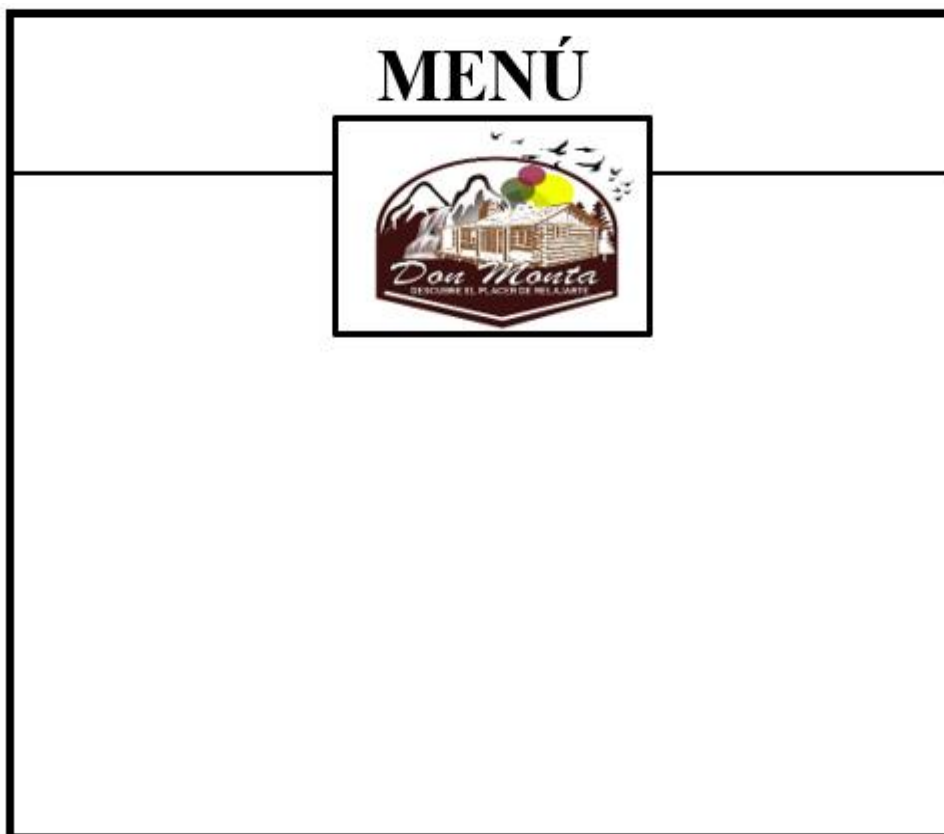


Ilustración 31: Modelo carta de menú

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

Personal de mantenimiento

El personal de manteniendo también lleva una prenda con la cual se lo identifica como colaborador del complejo turístico “Don Monta”, además los turistas tendrán la oportunidad de despejar cualquier duda sobre las instalaciones del complejo, al tener contacto con el personal que porta el uniforme (camiseta polo) del complejo.



Ilustración 32: Vestimenta del personal de mantenimiento

Fuente: <https://lookastic.mx/moda-hombre/camisa-polo-blanca/compra/saint-laurent-8889607>

Elaborado por: Autoras

Misión

Abastecer de servicios de recreación familiar y social de calidad al turista visitante, garantizando la satisfacción de sus necesidades a través de una atención efectiva por parte del talento humano altamente capacitado, logrando ser la opción número uno al momento de elegir un destino turístico.

Visión

Ser el destino turístico con mayor posicionamiento en el sector turismo de la provincia de Esmeraldas, y contar con infraestructura suficiente para poder cumplir con los requerimientos y exigencias de alto nivel que desea el turista.

Objetivos estratégicos

- ✚ Ofrecer al cliente turista servicios de calidad, a través de un trato gentil y que estos cumplan y superen las expectativas del cliente.

- ✚ Hacer del complejo turístico un ambiente atractivo y de armonía para generar una estadía placentera durante la permanencia de turistas en las instalaciones del complejo.
- ✚ Maximizar la capacidad de atención a los turistas, de forma que también se genere un crecimiento en las ventas del complejo.
- ✚ Diseñar un sistema de evaluación y control de las actividades en el complejo para así garantizar un efectivo funcionamiento del complejo.
- ✚ Utilizar herramientas de publicidad con el fin de promocionar y difundir la presencia de un nuevo complejo turístico en el cantón.

Valores corporativos

Responsabilidad: Realizar las actividades que hayan sido asignadas y rendir cuentas sobre las mismas, aceptando las debidas consecuencias.

Respeto: Atender las necesidad y requerimientos de los clientes con actitud de cordura y tolerancia, ya que de este depende fomentar una relación estrecha con el turista.

Confiabilidad: Establecer un laso de compromiso entre el personal y el turista, cumpliendo así con las necesidades y expectativas del cliente.

Creatividad e innovación: Considerar los consejos o sugerencias de los turistas de forma que el complejo se mantenga en constante innovación.

Trabajo en equipo: Promover una efectiva comunicación tanto entre los colaboradores como también con los clientes, de forma que en ambas partes se cumpla con los intereses en común.

Políticas empresariales

El complejo turístico “*Don Monta*” se compromete fielmente a cumplir y hacer cumplir las políticas que se describen a continuación:

- ✚ Promover y difundir el respeto a los derechos humanos, es decir, no se limitará el acceso a las instalaciones del complejo por diversas ideológicas a las que tengan inclinación los turistas, por tanto, también se tomaran medidas que permitan salvaguardar la seguridad e integridad de las personas que visitan el complejo.
- ✚ Incentivar a los colaboradores del complejo a explotar sus habilidades y competencias, de forma que sean aprovechadas al ofrecer los diferentes servicios que se brindan en el complejo, considerando la equidad y retribución de un sueldo justo.
- ✚ Realizar buenas prácticas durante el funcionamiento del complejo, con el fin de preservar la conservación del entorno.
- ✚ Diseñar un plan de acciones preventivas y correctivas con el propósito de ser aplicadas para así controlar y mitigar el riesgo de contaminación ambiental.
- ✚ Ofrecer a los clientes una grata experiencia durante su estadía en el complejo, logrando superar sus expectativas y formar una relación estrecha con el mismo.
- ✚ Establecer un convenio con los proveedores y velar por que este cumpla con las características y especificaciones de pedidos requeridos para el complejo, de tal forma que se tenga disponible todos los materiales necesarios para ofrecer un servicio de calidad.
- ✚ Salvaguardar la integridad de los bienes tangibles e intangibles del complejo, ofreciendo así seguridad y transparencia de las actividades que se realizan, a más de lograr el incremento de la utilidad en la organización.

Finalmente, el complejo se compromete a mejorar continuamente su gestión de calidad, también va a considerar los errores que surjan la puesta en marcha del proyecto, con el fin de corregir y eliminar la fuente que los haya ocasionado.

4.4.6. Organigrama estructural

El organigrama estructural representa de forma sistematizada la distribución en jerarquías de las áreas que comprenden el complejo turístico, además, tiene la función de definir en forma jerárquica los responsables de las diferentes actividades que se realizan en una organización.

Para facilitar la comprensión de las diferentes funciones que deben realizar los colaboradores es fundamental el establecimiento del organigrama estructural, puesto que este permite describir de manera estratégica las funciones y relación e interrelación de un colaborador con otro, por tanto, se facilita la comprensión y realización de las tareas en el complejo.

La realización del organigrama permite formalizar el plan que contiene las funciones que se realizarán en el centro turístico y se logre apreciar con claridad la línea de mando, lo cual se expresa en el siguiente esquema:

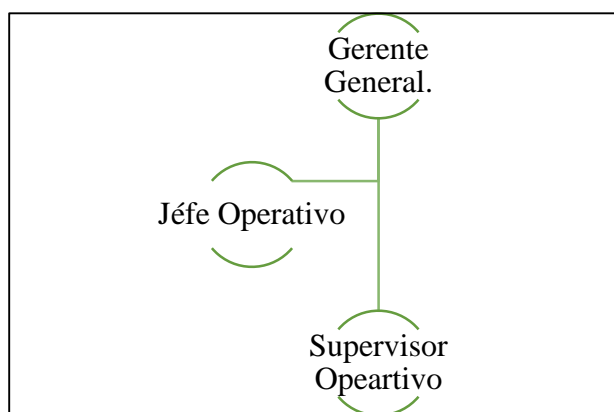


Ilustración 33: Organigrama estructural

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

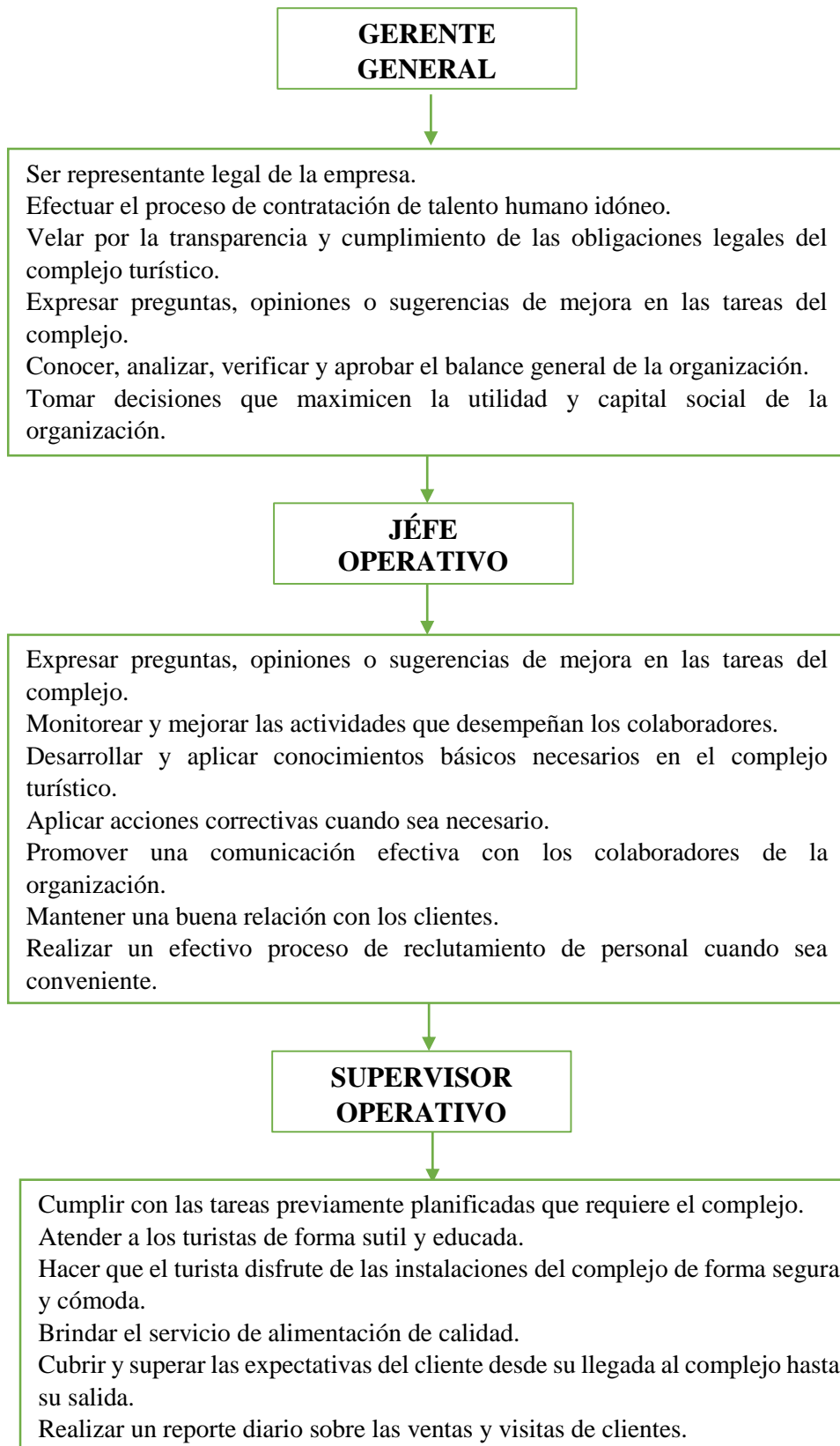


Ilustración 34: Organigrama estructural

Fuente: Propia

Elaborado por: Autoras

4.4.7. Niveles administrativos

- Nivel directivo

El nivel directivo está conformado por el Gerente General, mismo que cumple el rol de elaborar y formular el reglamento, normas, y políticas que serán empleadas en el complejo, con el fin de garantizar un correcto funcionamiento de este, y alcanzar los objetivos y metas propuestos por la organización.

- Nivel ejecutivo

El nivel ejecutivo se encuentra encabezado por el jefe operativo, persona que se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo que se realiza en la organización, a través de la integración y coordinación del trabajo en equipo.

- Nivel operativo


Este nivel está integrado por los colaboradores de la empresa, es decir, aquí intervine el personal encargado de la atención al cliente/turista, personal de alimentación, y personal de seguridad. Sin embargo, este nivel está representado por el supervisor operativo. Cabe mencionar que el nivel operativo contará con el perfil profesional apto para ser parte del complejo turístico, además, permanecerá en constante capacitación, puesto que a través de ellos también se transmite la imagen y buena presentación de la organización.

Tabla 101. Manual de funciones gerente

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Gerente.	
Área:	Gerencia.	
Nivel:	Ejecutivo.	
Reporta a:	Junta General de accionistas.	
Misión del área:		
<p>En la presente área se debe planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo que se realiza en la organización, a través de la integración y coordinación del trabajo en equipo. Además de garantizar una apropiada administración y optimización de los recursos de la organización.</p>		
Perfil profesional:		
<p>Título en Gestión Hotelera Turística o afines. Edad entre 25 a 35 años. Experiencia de 2 años encargo similar.</p>		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser representante legal de la empresa. ➤ Efectuar el proceso de contratación de talento humano idóneo. ➤ Monitorear y mejorar las actividades que desempeñan los colaboradores. ➤ Desarrollar y aplicar conocimientos básicos necesarios en el complejo turístico. ➤ Aplicar acciones correctivas cuando sea necesario. ➤ Realizar negociaciones con proveedores. ➤ Motivar y dar incentivos al personal. ➤ Promover una comunicación efectiva con los colaboradores de la organización. ➤ Mantener una buena relación con los clientes. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderazgo. ➤ Autogestión personal - Negociación. ➤ Planificación estratégica y visión sistémica. ➤ Orientación a resultados. ➤ Resolución de problemas y toma de decisiones. ➤ Administración del tiempo. ➤ Desarrollo de los colaboradores y empoderamiento de estos. 		


Fuente: Elaboración propia

Tabla 102. Manual de funciones contador

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Contador.	
Área:	Administrativa.	
Nivel:	Ejecutivo.	
Reporta a:	Gerente.	
Misión del área:		
<p>Mantener un registro económico contable de cada una de las transacciones que se realizan en el complejo turístico, con el fin de mantener en orden y de manera transparente los valores monetarios de la organización y así identificar si se está dando cumplimiento al presupuesto y requerimientos legales.</p>		
Perfil profesional:		
<p>Título: Ing. Contabilidad y Auditoría CPA. Edad entre 25 a 35 años. Experiencia de 2 años encargo similar.</p>		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar el presupuesto de ingresos y gastos y expresarlo en términos monetarios. ➤ Presentar de forma periódica los estados financieros al Gerente y Junta de Accionistas. ➤ Hacer las declaraciones pertinentes. ➤ Realizar el pago de nómina oportuno. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificación estratégica y visión sistémica. ➤ Orientación a resultados. ➤ Administración del tiempo. ➤ Adaptabilidad. ➤ Capacidad analítica. ➤ Resolución de problemas. ➤ Comunicación oral y escrita. ➤ Escoger la mejor alternativa en proformas sobre la adquisición de materiales e insumos requeridos para el complejo. 		


Fuente: Elaboración propia

Tabla 103. Manual de funciones chef

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Chef.	
Área:	Operativa.	
Nivel:	Operativo.	
Reporta a:	Gerente.	
Misión del área:	Dirigir las actividades de cocción y preparación de alimentos en el restaurante del complejo turístico “Don Monta”.	
Perfil profesional:	Título de Técnico en gastronomía. Cursos de actualización y especialización. Experiencia 5 años de chef en cocinas de restaurantes y/o hoteles acreditados.	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirección, organización, planeación, orden y control de cocinas, conocimiento de materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos. ➤ Aplicar sus conocimientos en las siguientes áreas: <ul style="list-style-type: none"> Tiempos de cocción. Sistema de trabajo en la cocina. Procesos de menú y carta de manipulación de alimentos. Métodos de conservación y almacenamiento. Legislación sanitaria. Factores de alteración de los alimentos. ➤ Planear menús y asegurarse que todos los alimentos cumplan con todos los estándares de calidad. ➤ Vigilar el cumplimiento de normativa de calidad en los productos. 	
Habilidades y competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Orientación a resultados. ➤ Resolución de problemas y toma de decisiones. ➤ Administración del tiempo. ➤ Motivar a las personas que está bajo su cargo. ➤ Capacidad de crear e innovar en recetas, con sabor exquisito. 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 104. Manual de funciones auxiliar de cocina

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Auxiliar de cocina.	
Área:	Operativa.	
Nivel:	Operativo.	
Reporta a:	Chef.	
Misión del área:		
Ejecutar las actividades de cocción previamente planificadas por el chef conforme al pedido que se haya realizado.		
Perfil profesional:		
Título de Técnico en gastronomía. Cursos de actualización y especialización. Experiencia de 1 año de cocinero en restaurantes y/o hoteles acreditados.		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar la preparación de la comida solicitada por los clientes. ➤ Aplicar prácticas de higiene durante la preparación de los alimentos. ➤ Entregar los alimentos en términos y condiciones solicitadas. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad en procedimientos de cocción. ➤ Agilidad en preparación de alimentos. ➤ Expresar ideas innovadoras a su superior para ser aplicadas en el área de cocción. 		


Fuente: Elaboración propia

Tabla 105. Manual de funciones mesero

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Mesero.	
Área:	Operativa.	
Nivel:	Operativo.	
Reporta a:	Chef.	
Misión del área:		
<p>Hacer que el cliente se encuentre cómodo y en un ambiente placentero durante su estadía en el restaurante, para que así finalmente este se halle satisfecho por la atención brindada.</p>		
Perfil profesional:		
<p>Capacitación en atención al cliente. Cursos de actualización y especialización. Experiencia de 1 año de mesero en restaurantes y/o hoteles acreditados.</p>		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar la bienvenida a los clientes que ingresan al restaurante. ➤ Dirigirlos hacia una mesa. ➤ Ofrecerles la carta donde se exprese el menú a ofrecer. ➤ Solicitar el pedido que desean. ➤ Dirigir el pedido al área de cocina. ➤ Redirigir el plato de comida a la mesa del cliente. ➤ Finalmente, dirigir al cliente hasta caja a realizar la cancelación de su pedido. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Efectiva atención al cliente. ➤ Respeto. ➤ Efectiva manipulación de insumos y utensilios de cocina. 		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 106. Manual de funciones cajero

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Cajero.	
Área:	Operativa.	
Nivel:	Operativo.	
Misión del área:		
Realizar el cobro de los alimentos que se hayan servido los clientes/turistas.		
Perfil profesional:		
Capacitación en atención al cliente. Cursos de actualización y especialización. Experiencia de 1 año de cajero en restaurantes y/o hoteles acreditados.		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar un trato adecuado al cliente. ➤ Trabajar en equipo. ➤ Cerrar caja al final del día. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Efectiva atención al cliente. ➤ Respeto. ➤ Responsabilidad. ➤ Prácticas de honestidad. 		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 107. Manual de funciones jardinero

	<h1>Don Monta</h1>	Versión 1
		28 de julio de 2019
		Página 2 / 3
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Jardinero	
Área:	Operativa.	
Nivel:	Operativo.	
Reporta a:	Gerente.	
Misión del área:		
Realizar actividades de siembra, corte, poda y trasplante, así como excavar, carpír, fertilizar y mantener en buenas condiciones las áreas verdes del complejo.		
Perfil profesional:		
Ser bachiller. Tener un curso aprobado de Jardinería. Experiencia de 2 años en actividades afines.		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cortar el pasto y desmalezar según se requiera para cada área. ➤ Realizar podas de raleo y formación de copas ➤ Barrer, recoger, acarrear pasto y basura de su área de trabajo depositándola en lugares establecidos. ➤ Reportar fallas o desperfectos de equipos o instalaciones de su área de trabajo. ➤ Regar plantas y césped. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar y relacionarse efectivamente con otras personas. ➤ Dar cumplimiento a las normas y programas de seguridad. ➤ Contribuir a mantener la buena imagen y presentación del complejo turístico. 		

Fuente: Elaboración propia

4.4.8. Constitución jurídica

- Nombre o Razón Social

Complejo Turístico “Don Monta”.

- Figura Jurídica

El complejo turístico “Don Monta” será constituido como una sociedad de hecho, dado que las autoras del proyecto se convertirán en socias de este, por lo tanto, se comprometen y obligan en común acuerdo a realizar aportes para poner en marcha la presente propuesta de negocio, de forma que las ganancias obtenidas serán repartidas entre las socias.

- Domicilio

El Complejo Turístico “Don Monta” se encontrará ubicado en territorio nacional, es decir, en la provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé, concretamente en la Parroquia Rosa Zárate, a dos minutos de la vía principal a Esmeraldas.

- Objeto Lícito

El Complejo Turístico “Don Monta” surge con la oportunidad de ofrecer servicios de recreación y esparcimiento social, mismas que se encuentran justificadas y tipificadas en el Art. 34 de la Ley de Turismo, al igual que respaldadas por el Ministerio de Turismo (Ministerio de turismo, 2015).

- Apertura de Cuenta

La realización de apertura de la cuenta se hará con el monto de \$73.362,45; mismo que corresponde al total de aportación de las socias del proyecto, de forma que se cumple con el requerimiento de la Superintendencia de Compañías al aperturar la cuenta de integración de capital.

Este monto, a la vez se convierte en capital social, es decir, forma parte del pasivo dentro del balance general de la organización, por tanto, se convierte en fondos propios de la empresa.

- Escritura Pública

El Art. 18 de la Ley de Compañías menciona que, para legitimar la constitución de la organización, un notario en pleno ejercicio de sus funciones debe levantar una escritura pública de constitución, esta será suscrita en el Registro Mercantil, una vez finalizado este proceso, la organización podrá continuar con los demás tramites requeridos para la puesta en marcha del negocio (Superintendencia de compañías SUPERCIA, 2019).

4.4.9. Requisitos Legales para el Funcionamiento

Para que el Complejo Turístico pueda empezar a operar de manera legal y legítima, debe cumplir con requisitos legales y jurídicos que se detallan a continuación:

- Registro único de contribuyentes

Para el ejercicio normal de las actividades del complejo turístico es fundamental contar con el RUC de la organización, para lo cual se siguen los siguientes pasos:

- Llenar el formulario 01 de inscripción del RUC, éste se lo obtiene a través de la plataforma del Servicio de Rentas Internas.
- Presentar original y una copia simple de la escritura pública otorgado ante notario.
- Presentar original y copia simple del nombramiento del representante legal de la organización con reconocimiento de firmas o protocolizado.

- Documento de identificación del representante legal y documento de ubicación de la sociedad (Servicio de Rentas Internas SRI, 2019).

- Registro Patronal

El registro patronal corresponde al acto de inscribirse como patrono en el SRI, con el fin de efectivizar el proceso de contratación de personal en el complejo turístico, para ellos se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ingresar a la página del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Realizar la solicitud de entrega de clave.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Copia de pago de servicios básicos.

Durante el proceso de inscripción el contribuyente debe elegir el sector al que pertenece, por tanto, para la siguiente propuesta de negocio de elige el sector privado.

- Registro en Ministerio de Turismo

La Ley de Turismo, en su Capítulo II, art. 8 menciona que “Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes”. Para la obtención del certificado de registro en el Ministerio de Turismo se debe hacer lo siguiente:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución.
 - Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - Copia de cédula del representante legal de la organización.
 - Copia simple de escritura del establecimiento.
 - Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social. (Ministerio de Comercio Exterior).
 - Copia del Certificado de votación.
 - Lista de precio de los servicios ofertados, (original y copia). Al efectuarse cualquier cambio en la declaración inicial se deberá notificar al Ministerio en un tiempo no mayor a 30 días de ocurrido el hecho (Ministerio de turismo, 2015).
- Licencia Única de Funcionamiento para Lugares Turísticos

Una vez obtenido el certificado de registro en el Ministerio de Turismo es pertinente solicitar la Licencia Única de Funcionamiento para Lugares Turísticos, puesto que la licencia es un requisito clave para el libre ejercicio en actividades turísticas, es por lo que se requiere los requisitos que se detallan a continuación:

- Registro Único de Contribuyentes.
- Certificado de Registro, obtenido por el Ministerio de Turismo.
- Copia de nombramiento del representante legal.
- Patente Municipal.

Para la obtención de la patente municipal es necesario llenar el formulario de declaración de impuesto de patentes, presentar la copia de cédula y RUC, y finalmente pagar el impuesto de la patente, en función al valor asignado para actividades turísticas.

- Permiso sanitario

Para la obtención del permiso sanitario se debe acudir a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, aquí se debe presentar lo siguiente:

- Copia simple del nombramiento del representante legal de la organización.
- Copia de cédula del representante legal.
- Registro único de contribuyente.

En caso de no cumplir con las normas y estándares requeridos referente a higiene, la agencia se encuentra en total libertad de aplicar acciones correctivas cuando las circunstancias lo ameriten. Cabe mencionar que estas acciones recaen sobre el representante legal de la organización (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARSA, 2019).

- Permiso de funcionamiento de bomberos

Para la obtención del permiso de funcionamiento por parte de los bomberos se debe presentar el RUC de la organización y copia de cédula del representante legal. En caso de no hacer este trámite el representante legal, la persona que haga el trámite debe presentar una autorización firmada por el representante legal.

4.4.10. Conclusiones del estudio organizacional

Durante el estudio administrativo se definió la imagen corporativa de la empresa; en donde se describió elementos como el logotipo que consta de características como, original, descriptivo, apropiado, claro y sencillo; otro elemento es el slogan, donde se transmite la razón de ser del negocio, que es “*Descubre el placer de relajarte*”. Además, se realizó la presentación del talento humano, misma que se debe cumplir tal como se estableció para mantener y salvaguardar la integridad de la organización.

El organigrama estructural se encuentra dividido en tres niveles que son: Gerente General, Jefe Operativo y Supervisor Operativo, este organigrama se expresa en forma vertical, indicando la unidad de mando y el nivel jerárquico que lo rige, siendo la máxima autoridad el Gerente General/Propietario.

Para la administración y efectiva operatividad del negocio se establecieron 7 cargos con su respectivo manual de funciones, estos son: Gerente, contador, cajero, chef, auxiliar de cocina, mesero y supervisor, cabe señalar que en el caso de mesero y supervisor el cargo será ocupado por dos o más personas ya que esto depende de la temporada. Además, en el manual de funciones se indica misión del área o cargo, perfil profesional para alcanzar la misión, funciones a desempeñar y habilidades y competencias que se requieren en cada cargo para garantizar un talento humano altamente calificado y que cumpla con las tareas encomendadas en su totalidad.

En esta sección se logró diseñar una estructura organizacional, en la cual se expresa en forma de esquema los cargos principales de la organización considerando la jerarquía de cada cargo y niveles administrativos.

Al establecer los elementos que forman parte de la constitución jurídica del complejo turístico, se pudo analizar que cada elemento es esencial para la puesta en marcha del negocio, puesto que solo así se podrá tener en orden las actividades del complejo y se contribuye a la dinamización económica, jurídica y social del país.

CAPÍTULO V: Validación

5.1. Introducción

El capítulo de validación consiste en dar fe y garantía de cada uno de los pronunciamientos que se han hecho en el presente estudio de factibilidad, es decir, aquí interviene la opinión y valoración de expertos en temas directamente relacionados con la propuesta de negocio, además, estos se encargaran de indicar las respectivas correcciones que amerite el proyecto con el fin de presentar un estudio de factibilidad de calidad y en concordancia con la normativa legal vigente del país.

La aprobación y validación del proyecto en mención, se realizará posterior a la utilización de herramientas y mecanismos de evaluación, es decir, se aplicará una matriz de carácter cuantitativo, en la cual se califica a cada uno de los capítulos que son parte del estudio, para así determinar si el proyecto es factible, medianamente factible, o definitivamente no es factible. Por tanto, a raíz de esta sección se comprueba si el estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico presenta oportunidades favorables para poner en marcha el negocio.

5.2. Descripción del estudio

5.2.1 Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas, a través de la evaluación de los resultados obtenidos y aplicación de la matriz de validación para determinar la viabilidad del proyecto.

5.2.2. Equipo de trabajo

El equipo de trabajo está formado por un grupo de personas que trabajan para lograr una meta en común, es decir, mismo que se conforma por docentes técnicos, tutora, quienes se encargan de evaluar y validar cada uno de los resultados obtenidos en el proyecto, y las autoras encargadas del desarrollo de la investigación del estudio de factibilidad. Cómo se presenta a continuación:

Tabla 108. Equipo de trabajo

Docentes técnicos
Dra. Bertha Soraya Rhea González
Mgs. Dolores del Rocío Espinoza Gavilanes
Docente tutora
Mgs. María Gabriela Romero Arciniegas
Autoras
Carolina Estefanía Montaña Manzaba
Alison Yahily Troya Párraga

Fuente: Oficio-HCD

5.3. Metodología de verificación

Para realizar la verificación se toma como referencia una matriz en donde se detallan cada uno de los aspectos que serán evaluados y validados, con lo cual se pretende determinar el grado de factibilidad que tiene el proyecto.

5.3.1. Factores a validar

A continuación, se definen los factores correspondientes a cada capítulo, que pretenden ser validados por los docentes técnicos asignados.

Tabla 109. Factores a validar

CAPÍTULO	FACTOR A VALIDAR
I: Fundamentación teórica	Análisis teórico
II: Procedimientos metodológicos	Métodos de investigación
III: Diagnóstico	Oportunidad diagnóstica
IV: Propuesta	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado 	Identificación de la demanda potencial y oferta existente.
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio técnico 	Viabilidad técnica en cuanto, a localización, tamaño, ingeniería e inversión del proyecto.
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio financiero 	Viabilidad económica financiera mediante indicadores financieros.
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio organizacional 	Propuesta organizacional, es decir, razón de ser de la empresa, estructura organizacional, constitución jurídica, niveles administrativos entre otros.

Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Método de calificación

Se determinaron cinco criterios de calificación para evaluar la factibilidad del proyecto, en base a la valoración otorgada por los expertos técnicos quienes examinarán cada uno de los aspectos definidos para cada capítulo del proyecto, siendo 10 el puntaje más alto y 6 el más bajo.

Tabla 110. Criterios de calificación

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
10	Excelente
9	Muy bueno
8	Bueno
7	Regular
6	Deficiente

Fuente: Investigación

El equipo de trabajo calificará en base a los siguientes criterios de evaluación como son:

- Factible
- Poco factible
- No factible

A continuación, se definen cada uno de los criterios antes mencionados:

Factible: Expresa que el proyecto es viable y rentable, lo cual se sustenta con los resultados obtenidos durante la investigación, demostrando la oportunidad de emprender en dicha actividad.

Poco factible: Enuncia que en la propuesta de negocio existen factores que necesitan ser mejorados o presenta debilidades que no constituyen un riesgo alto para el mismo.

No factible: Significa que la idea de negocio no es viable, por tanto, no genera rentabilidad el proyecto.

5.3.3. Rango de interpretación

En este apartado se plantean los porcentajes de tolerancia para cada uno de los aspectos, mismos que permitirán analizar y validar dicho proyecto como se muestra a continuación:

Tabla 111. Rangos de Calificación

CRITERIOS	RANGO
Factible	100 – 90%
Poco factible	89 – 70%
No factible	Menor a 70%

Fuente: Investigación

Por cada capítulo se asignó una valoración porcentual, la cual tendrá una suma total del 100%, a partir del mismo, se determinará si la propuesta de negocio es factible, poco factible y no factible:

Tabla 112. Porcentaje de Calificación

CAPÍTULOS	PORCENTAJE
I: Fundamentación teórica	5%
II: Procedimientos metodológicos	5%

III: Diagnóstico	10%
IV: Propuesta	80%
• Estudio de mercado	20%
• Estudio técnico	20%
• Estudio financiero	20%
• Estudio organizacional	20%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación

5.4. Resultados

En la presente se detalla la matriz de validación por cada integrante del equipo de trabajo, de tal manera que se concluye si la propuesta de negocio es factible de acuerdo con la calificación y rango de interpretación.

Tabla 113. Matriz de validación 1


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"					
VALIDADO POR: Dra. Bertha Soraya Rhea González					
FECHA:					
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	9	0,45	
III	Diagnóstico	10%	9	0,90	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	9	1,80	
	Estudio técnico	20%	9	1,80	
	Estudio financiero	20%	9	1,80	
	Estudio organizacional	20%	8	1,60	
TOTAL		100%		8,80	
<p>FIRMA</p> 					

Tabla 114. Matriz de validación 2


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"					
VALIDADO POR: Mgs. María Gabriela Romero Arciniegas					
FECHA:					
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	10	0,50	
III	Diagnóstico	10%	10	1,00	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	9	1,80	
	Estudio técnico	20%	9	1,80	
	Estudio financiero	20%	10	2,00	
	Estudio organizacional	20%	10	2,00	
TOTAL		100%		9,55	
FIRMA					

Tabla 115. Matriz de validación 3


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMPLEJO TURÍSTICO "DON MONTA"					
VALIDADO POR: Mgs. Dolores del Rocio Espinoza Gavilanes					
FECHA:					
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	9	0,45	
III	Diagnóstico	10%	9	0,9	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	9	1,8	
	Estudio técnico	20%	9	1,8	
	Estudio financiero	20%	9	1,8	
	Estudio organizacional	20%	9	1,8	
TOTAL		100%		9	
FIRMA					

Tabla 116. Resultados

MATRIZ DE VALIDACIÓN								
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD								
“DON MONTA”								
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero	Mgs. Espinoza Gavilanes Dolores del Rocío	Dra. Rhea González Soraya Bertha	Promedio	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación teórica	5%	0,45	0,45	0,45	0,45	4%	
II	Procedimientos metodológicos	5%	0,5	0,45	0,45	0,47	5%	
III	Diagnóstico	10%	1	0,9	0,90	0,93	10%	
IV	Propuesta							
	Estudio de mercado	20%	1,80	1,80	1,80	1,80	19%	
	Estudio técnico	20%	1,80	1,80	1,80	1,80	19%	
	Estudio financiero	20%	2	1,80	1,80	1,87	20%	
	Estudio organizacional	20%	2	1,80	1,60	1,8	19%	
TOTAL		100%	9,55	9	8,80	9,12	96%	

5.4.1. Calificación e interpretación

El estudio de factibilidad para la creación del complejo turístico en la provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé, demuestra ser un proyecto altamente factible, en base a los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación efectuadas por los tutores técnicos encargados de la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, de lo cual se obtuvo un porcentaje de factibilidad del 96% según los criterios de validación establecidos en el documento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El primer capítulo del estudio de factibilidad corresponde a la fundamentación teórica, donde se destacó que la teoría respecto a los procesos de realización del estudio se convirtió en soporte fundamental para la elaboración efectiva del diagnóstico del entorno, estudio de mercado, técnico, económico-financiero y estudio organizacional del presente proyecto.
- En el segundo capítulo se determinó la metodología a ser utilizada, misma que se alinea a una investigación de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo, además el método permitió conocer estrategias y deducir conclusiones lógicas para el desarrollo del presente proyecto es el deductivo, así como también se definieron las técnicas e instrumentos como: la entrevista, encuesta, observación e investigación documental, con las cuales se obtuvo información necesaria, pertinente y fiable para el presente proyecto.
- A través del estudio de mercado se identificó la demanda efectiva, misma que se establece en 45.540 turistas al año, esta cantidad se la obtuvo a raíz del análisis realizado en la capacidad instalada del presente proyecto, es decir, se confirma que para esta propuesta de negocio se cuenta con la demanda de servicios turísticos suficientes para continuar con la puesta en marcha del mismo, considerando la aplicación de herramientas de marketing, en especial la estrategia de comercialización, con el fin de captar el nicho de mercado existente.

- Durante el desarrollo del estudio técnico se determinó la localización del proyecto que se da lugar en la parroquia Rosa Zárate, puesto que el sitio cumple con los factores condicionantes para llevar a cabo el proyecto, se identificó la capacidad instalada, como también se definieron procesos estratégicos, operativos y de apoyo que garantizan una eficiente funcionamiento del negocio antes, durante y después de sus operaciones, además se estableció el monto de inversión que es de \$181.674,54 y es así como se determina la viabilidad técnica del proyecto.
- En el estudio financiero se comprueba la viabilidad económica – financiera del proyecto, puesto que a través de utilización de indicadores financieros se identificó que los resultados se encontraban relacionados a la realidad económica del país, es decir, al realizar la operación de la tasa interna de retorno dio como resultado el 79% lo cual significa que este porcentaje hace énfasis a la rentabilidad que se obtendrá posterior a la inversión realizada, por cuanto se respalda la decisión de invertir en la propuesta de negocio.
- Finalmente, en el estudio organizacional se estableció estratégicamente el organigrama estructural, por la cual será dirigida la organización y cada una de las funciones y actividades empleadas en el negocio, como también se estableció la forma jurídica de la misma, es decir, el proyecto se constituirá como una sociedad de hecho, misma que será representada por las autoras del estudio de factibilidad.

Recomendaciones

- Se recomienda la creación del complejo turístico, dado que, en concordancia con los estudios de mercado, técnico, económico-financiero y organizacional se confirma que existe viabilidad en cada uno de los aspectos, además con la implementación y puesta en marcha del negocio se generan impactos positivos, tales como: desarrollo económico-social del cantón, generación de fuentes de empleo y fortalecimiento de actividades turísticas.
- Para garantizar un proceso de mejoramiento continuo se recomienda implementar mecanismos de evaluación permanente y monitoreo al complejo, es decir, se deben emplear herramientas que permitan valorar el avance del desarrollo del proyecto, como también fortalecer las estrategias de comercialización con el fin de lograr el posicionamiento en el mercado y producir una relación estrecha con el turista, enfocándose siempre en la sostenibilidad del negocio en el tiempo, a través del cumplimiento de los objetivos institucionales en conjunto con una correcta y adecuada administración de los recursos en función de las proyecciones previamente establecidas.
- Considerando la potencialidad de los turistas que visitan el cantón, y empleando las medidas y lineamientos determinados en el presente estudio, se estima a futuro la ampliación del complejo turístico, donde se incluyan mayores servicios como: alojamiento, buffet, ampliación de oferta gastronómica, piscina de aguas termales, entre otros servicios propios de un complejo turístico, con el fin de aprovechar los recursos y maximizar la concurrencia de turistas en el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARSA. (2019). *Permiso sanitario*. Quito.
- Aguirre, R. (19 de Marzo de 2017). *Gestionar facil el mercado*. Recuperado el 10 de Mayo de 2019, de <https://www.gestionar-facil.com/mercado-oferta-y-demanda>
- Andreu, J. A. (2016). Perspectivas de turismo en el Ecuador. *Redalyc*, 30-33.
- BANECUADOR . (12 de Junio de 2019). *BANE*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/>
- Benjamín, E., & Fincowsky, F. (2014). *proyectos de inversión* (Cuarta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Bravo, O. (18 de Febrero de 2018). *Desarrollo del Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industria-del-turismo/?fbclid=IwAR2DSrQajodaBaUwscTuf12kK71fyOYvy1eB51ahwq1GycxbBpix1t-1z9E>
- Cherovi, J. (2015). Estudio técnico. En Jerouchalmi, *Micro localizacion* (pág. 65). México : Mc Dogr.
- COE cantonal Esmeraldas. (2018). *Guía de preparación y respuesta ante Tsunamis*. Esmeraldas.
- Corvo, T. (2019). *Lifeder*. Recuperado el 10 de Mayo de 2019, de https://www.lifeder.com/analisis-oferta/?fbclid=IwAR3suWAsri_i35Ah-5P4OJilseyA-1512kq4YDQ4dNR3UdeyCKnDS8_qT8A#Como_se_hace_el_analisis_de_la_oferta
- Diario el Universo. (2019). Falta de gestión turística en Ecuador. *El Universo*, 3-4.
- Espinosa, R. (2014). *Marketing mix* (4ta ed.).
- GADME. (2 de Julio de 2018). *Cámara de Turismo Esmeralda*. Obtenido de http://www.codeso.com/TurismoEsmeraldas.html?fbclid=IwAR2VBkrpSkBFenO6MW5bnNkvl70EHdxAAPhyY0_yuvNSLmLkGNVkpIwyHrA
- GAD-PARROQUIAL Quinde. (2019). *GAD PARROQUIAL LA UNIÓN DE QUININDE*. Obtenido de <http://www.gadlaunionq.gob.ec/web/index.php/2014-11-24-16-13-50/2014-11-24-16-14-49/22-la-parroquia?fbclid=IwAR0tglV3jS9MgRQnMmOaLsSh3x57vuURmXzySg9>
- Global Entrepreneurship Monitor GEM . (2018). *Actividad emprendedora en diferentes enfoques*. Quito: ESPAE-ESPOL.
- Gonzales, M. (2016). Infraestructura turística. *Revista Gestion*, 10-15.

- INEC. (2010).
- Kotler, P. (2015). *El marketing* (3ra ed.). México: Words Marketing.
- Lara, B. (2014). *Procesos para elaborar proyectos de inversión*. Quito: Espin Oseas.
- Manuel Otzen, J. M. (2017). *Técnicas de investigación* (4ta ed.). Colombia: MC.sWM.
- Marx, K. (2013). *Economía*. Alemania: Siglo 21 Editores.
- Ministerio de Ambiente. (2017). *Turismo, cultura y desarrollo*. Quito.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (12 de Junio de 2019). *Página oficial del MTOP*. (M. d. públicas, Editor) Obtenido de Página oficial del MTOP: <https://www.obraspublicas.gob.ec/>
- Ministerio de turismo. (2015). *Ley de turismo*. Quito.
- Ministerio de turismo. (Agosto de 2017). <https://www.turismo.gob.ec/>.
- Ministerio de Turismo. (2018).
- Ministerio de Turismo. (12 de Enero de 2019). *Ecuador Travel*. Obtenido de https://ecuador.travel/es/?fbclid=IwAR3Qk3jInkise0rdI_s939fhe5iK6qHsqMxoDc3SF30BYXze1W1RNwAw7zY
- Moreno, J. G. (2016). America turistica. *Newsweek*, 1-5.
- Muñoz, Á. (2019). *Guia Gastronomica de Quininde*. Obtenido de https://culturadecantonquininde.blogspot.com/?fbclid=IwAR0WBqrAOBllwsEAjX-Wcc5AyEEqUc73NzPbIkTv1tPexEIS_RekuVOQCyI
- Paulino, M. (2016). *EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA* (Segunda ed.). Bogota, Colombia.
- PDyOT. (2012-2021). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Quininde*. Quininde.
- Peralta, T. P. (2013). *Proceso para llevar a cabo un estudio financiero*. Obtenido de <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/como-hacer-un-estudio-financiero>
- Pico, J. M. (2016). Capacidad emprendedora. Quito: ESPAE-ESPOL.
- Porto, J. P. (2015). Desarrollo de un diagnóstico. *Summa*, 64-72.
- Prieto, J. (2016). *Investigacion de mercados* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.
- Raza, M. (2014). *El mercado*. Colombia: Mc CCug.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). (McGraw-Hill, Ed.) México: Interamericana Editores S.A.
- Servicio de Rentas Internas SRI. (2019). *Registro único de contribuyentes*. Quito.
- Superintendencia de compañías SUPERCÍAS. (2019). *Ley de compañías art.18*. Quito.
- Telegráfo, D. E. (12 de Septiembre de 2014). *Financiamientos de proyectos*.

- Timmons, D. (2017). *Educación emprendedora*. Quito: ESPAE-ESPOL.
- Urbina, G. V. (2014). *Administración integral*. México: Ebook.
- Valdivia, J. C. (2017). *Formulación y Evaluación de proyectos de inversión* (1era ed.). Macro.
- Vaquiro, J. (2016). *Evaluación financiera* (Tercera ed.). Bogota, Colombia.
- VEIGA, P. &. (2015). *Evaluación financiera*. México: MacBech.
- Velasquez, H. (12 de Abril de 2019). *Como afrontar el Análisis del Entorno en una empresa*. Obtenido de https://www.academia.edu/6654660/ANALISIS_DEL_ENTORNO_Y_DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

ANEXOS

Formato encuesta

Objetivo: Recopilar información necesaria para validar la oportunidad de crear un complejo turístico en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas.

Instrucciones: Marque con una **X** la respuesta de su preferencia.

La información será de total confidencialidad, agradecemos su sinceridad.

Género:		Edad:	
Masculino	<input type="checkbox"/>	20-30	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>	31-40	<input type="checkbox"/>
LGBTI	<input type="checkbox"/>	41-50	<input type="checkbox"/>
		51 a más	<input type="checkbox"/>

1. ¿Considera usted que la provincia de Esmeraldas es una opción para sus viajes de turismo?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué es lo que le atrae de la provincia de Esmeraldas?

Gastronomía	<input type="checkbox"/>
Playas	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales	<input type="checkbox"/>

3. Cuando usted viaja a Esmeraldas lo hace:

Solo	<input type="checkbox"/>
Con su pareja	<input type="checkbox"/>
Con su familia	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué medio de transporte utiliza usted para hacer viajes de turismo a la provincia de Esmeraldas?

Bus	<input type="checkbox"/>
Carro propio	<input type="checkbox"/>
Transporte turístico	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con qué frecuencia usted visita la provincia de Esmeraldas?

Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Dos veces al año	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Tres veces al año

Cuatro veces al año o más

6. ¿Quinindé es uno de los lugares de visita durante sus viajes a la provincia de Esmeraldas?

Si

No

7. ¿Conoce usted algún atractivo turístico en el cantón Quinindé?

Si

No

8. ¿Le gustaría a usted visitar un complejo turístico en el cantón Quinindé durante su viaje a Esmeraldas?

Si

No

9. ¿Cuántos días usted visitaría al año el centro/balneario?

Una vez

Dos veces

Tres veces

Cuatro veces o más

10. ¿Estaría usted interesado en tomar el servicio de alimentación durante su estadía en el centro?

Si

No

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por persona y por día en el centro de entretenimiento incluido alimentación (dos comidas)?

\$20.00-30.00

\$30.00-40.00

\$40.00-a más

12. ¿Qué medio utiliza usted para informarse respecto a destinos turísticos nacionales?

Medios convencionales (Radio, tv, prensa)

Redes sociales

Agencias de viajes

Recomendaciones de otras personas

Su opinión es muy valiosa, gracias por su colaboración

Formato de la entrevista

1. ¿Qué actividades de turismo oferta su empresa?
2. ¿De qué ciudad de origen vienen los turistas que más frecuentan el cantón?
3. ¿Cuál es la temporada de mayor afluencia de turistas?
4. ¿A través de qué medios de comunicación promociona su establecimiento?
5. ¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?
6. ¿Cuáles servicios considera usted que son los más demandados en su establecimiento por los visitantes?
7. ¿Qué aspectos considera el turista más importantes para visitar en cantón?
8. ¿Cuántas de las personas que visitan su establecimiento son turistas y cuantos son propios del cantón?

ANEXO 1

- **Encocado de pescado**

Tabla 117. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit
Pescado filete	lb.	1	\$3,50
Coco	Unid.	1	\$1,00
Aliño complejo (cebolla, tomate, pimienta)	g.	100	\$0,30
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05
Arroz	Lb	1	\$0,40

Verde	Unid.	2	\$0,30
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$5,65

Fuente: Investigación propia

- **Encocado mixto**

Tabla 118. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit.
Pescado filete	lb.	1	\$3,50
Camarón	lb.	1	\$4,00
Coco	Unid.	1	\$1,00
Aliño complejo (cebolla, tomate, pimienta)	g.	100	\$0,30
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05
Arroz	Lb	1	\$0,40
Verde	Unid.	2	\$0,30
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$9,65

Fuente: Investigación propia

- **Ceviche normal (camarón)**

Tabla 119. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit.
Camarón	lb.	1	\$3,50
Cebolla	Unid.	2	\$0,20
Tomate	Unid.	3	\$0,30
Pimienta	Unid.	1	\$0,10
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05

Verde	Unid.	2	\$0,30
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$4,55

Fuente: Investigación propia

- **Ceviche mixto (camarón y concha)**

Tabla 120. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit.
Camarón	lb.	1	\$3,50
Concha	Unid	20	\$4,00
Cebolla	Unid.	2	\$0,20
Tomate	Unid.	3	\$0,30
Pimiento	Unid.	1	\$0,10
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05
Verde	Unid.	2	\$0,30
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$8,55

Fuente: Investigación propia

- **Pescado frito**

Tabla 121. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit.
Pescado corvina	lb.	1 1/2	\$5,25
Cebolla	Unid.	1	\$0,10
Tomate	Unid.	1	\$0,10
Pimiento	Unid.	1	\$0,10
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05
Verde	Unid.	3	\$0,45
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$6,15

Fuente: Investigación propia

- **Arroz marinero**

Tabla 122. Costo de materia prima porción 4 personas

Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo Unit.
Pescado filete	lb.	1/2'	\$1,75
Camarón	lb.	1/2'	\$1,75
Concha	Unid.	20	\$4,00
Cebolla	Unid.	1	\$0,10
Tomate	Unid.	1	\$0,10
Pimiento	Unid.	1	\$0,10
Sal	g.	1	\$0,05
Pimienta	g.	1	\$0,05
Cabeza de ajo	Unid	1/2'	\$0,15
Maduro	Unid.	1	\$0,05
Cilantro	g.	30	\$0,10
TOTAL			\$8,15

Fuente: Investigación propia

ANEXO 2

Tabla 123. Costos de M.P, M.O y CIF

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades	36.432	37.707	41.466	50.491	52.258
Costo unit. M.P	1,78	1,78	1,78	1,79	1,79
TOTAL M. P	\$ 64.606,08	\$ 67.047,83	\$ 73.930,74	\$ 90.264,61	\$ 93.676,11
Costo unit. M.O	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69
TOTAL M. O	\$ 25.138,08	\$ 26.017,91	\$ 28.611,57	\$ 34.838,80	\$ 36.058,16
Costo unit. CIF	0,33	0,34	0,32	0,28	0,28
TOTAL, CIF	\$ 12.162,97	\$ 12.996,00	\$ 13.452,27	\$ 13.926,46	\$ 14.419,29
TOTAL	\$ 101.907,13	\$ 106.061,74	\$ 115.994,58	\$ 139.029,87	\$ 144.153,56

Fuente: Investigación propia.

REPORTE URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: COMPLEJO TURISTICO.docx (D58896843)
Submitted: 14/11/2019 21:33:00
Submitted By: alisontroya15@gmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

CENTRO PARA CAPACITACIONES Y ATENCIÓN TURÍSTICA SALOME.pdf (D25023196)
tesis_erika_chavez.pdf (D36863451)
TESIS FINAL FINAL 1.docx (D20952364)
Yagual M Tannia.docx (D12878102)
TESIS PARQUE ACUATICO MM.docx (D24193335)
CREACIÓN DE LA EMPRESA MAGIC CLEAN SANTA ELENA COMO PROVEEDOR SERVICIOS DE LIMPIEZA A EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.docx (D46774903)
TESIS MELISSA PRECIADO..docx (D14950257)
TESIS MELISSA PRECIADO..docx (D14964664)
[https://www.facebook.com/photo.php?fbid=407514575999661&set=a.264891076928679&type=3&theater.](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=407514575999661&set=a.264891076928679&type=3&theater)
https://www.lifeder.com/analisis-oferta/?fbclid=IwAR3suWAsri_j35Ah-5P40JilseyA-15l2kq4YDQ4dNR3UdeyCKnDS8_qT8A#Como_se_hace_el_analisis_de_la_ofertaDiario
<http://www.gadlaunionq.gob.ec/web/index.php/2014-11-24-16-13-50/2014-11-24-16-14-49/22-la-parroquia?fbclid=IwAR0tgIV3jS9MgRQnMmOaLsSh3x57vuURmXzySg9Global>
https://www.academia.edu/6654660/ANALISIS_DEL_ENTORNO_Y_DIAGNOSTICO ESTRATEGICO
<https://docplayer.es/95225902-Universidad-tecnica-del-norte.html>
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/555/1/T-UIDE-0516.pdf>
<https://docplayer.es/38756633-Universidad-estatal-peninsula-de-santa-elena.html>
<https://docplayer.es/27153055-Universidad-tecnica-del-norte.html>
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/627/1/T-UIDE-0577.pdf>
<https://docplayer.es/75583017-En-el-ultimo-capitulo-se-podran-apreciar-las-conclusiones-y-recomendaciones-que-se-desprenden-del-proyecto.html>