



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

ECONOMISTA CON MENCIÓN EN FINANZAS Y PROYECTOS

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA
OPERADORA TURÍSTICA “ECOTURIST” EN LA CIUDAD DE MANTA”**

AUTORES:

CEDEÑO CEDEÑO GEORGE WILLIAN

VALLE VINCES ANGEL EDUARDO

DIRECTOR DE TESIS:

ECON. KATTY VALENCIA MACÍAS

MANTA - MANABÍ – ECUADOR

2013

Doctor

ANDRES VENEREO BRAVO

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Ciudad.-

De mi consideración

En vista de la resolución del honorable Consejo de la Facultad, de fecha 31/07/2012 en la cual se me designó asesor de tesis de proyecto de economía.

Tengo a bien informar lo siguiente:

Que el grupo integrado por **Cedeño Cedeño George Willian** y **Valle Vinces Angel Eduardo**, diseñó y ejecutó el proyecto de tesis con el tema: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA “ECOTURIST” EN LA CIUDAD DE MANTA”**

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por el suscrito.

Los participantes satisfactoriamente han ejecutado las diferentes etapas constitutivas del proyecto; por lo expuesto se procede a la aprobación del proyecto y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Observación: Ninguna

Atentamente,

ECON. KATTY VALENCIA MACÍAS

PROFESOR - ASESOR

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

AUTORIA DE TESIS

“La responsabilidad del contenido, resultados y las conclusiones obtenidas en este trabajo de investigación son de nuestra responsabilidad y se encuentra con el respaldo de los autores reconocidos en la cita correspondientes”.

Cedeño Cedeño George William

Angel Eduardo Valle Vincas

CERTIFICACION

En calidad de Tutora de Tesis, **CERTIFICO**: Que el trabajo de Investigación realizado por los egresados: **Cedeño Cedeño George Willian y Valle Vinces Angel Eduardo**, sobre el tema: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA “ECOTURIST” EN LA CIUDAD DE MANTA”**, previo a la obtención del título de **Economista** en mención **Finanzas y Proyecto**, ha sido dirigido y supervisado durante su realización tal como lo disponen las Normas Académicas y Reglamentos de Graduación, bajo los parámetros de investigación basados en conceptos, análisis, propuestas, conclusiones y recomendaciones.

Los contenidos y conceptos emitidos por los autores de la Tesis son de su propia responsabilidad.

Econ. Katty Valencia Macías

TUTORA

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA “ECOTURIST” EN LA CIUDAD DE MANTA”**, de los egresados: **Cedeño Cedeño George Willian** y **Valle Vinces Angel Eduardo**, luego de haber sido analizada por los miembros del Tribunal de Grado, en cumplimiento de lo que establece la ley, se da por aprobada.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DIRECTOR DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

SECRETARIA

ALUMNO

ALUMNO

DEDICATORIA

El camino que un ser humano recorre y el momento que culmina una meta, es cuando uno hace un análisis. Lo primero que le viene a la mente y al corazón es el recuerdo de todas aquellas personas e instituciones que apoyaron al cumplimiento de este logro.

Dedico este logro a Dios, que gracias a sus bendiciones me han iluminado mi camino y han permitido llegar a este momento de satisfacción.

Dedico este logro a mis queridos Padres, que con sus consejos y enseñanzas han formado en mí un sinnúmero de cualidades y valores, logrando formar parte de mi vida y mi carácter, y sobre todo por ser el mejor ejemplo de vida.

A mis hermanos que con la confianza y respeto me han ayudado en los momentos difíciles, que gracias a sus consejos y sobretodo apoyo incondicional me han ayudado a salir de mis problemas.

Por último y no menos importante a mi queridas Abuelas que una desde el cielo y la otra en la tierra siempre me inculcaron el respeto y la responsabilidad que hay que tener en la vida y sobre todo a nunca darme por vencido en las metas que me propongo a lo largo de mi vida.

ANGEL EDUARDO VALLE VINCES

DEDICATORIA

El conocimiento es una de las mayores virtudes que el ser humano puede albergar, virtud que se va fortaleciendo día a día a través de las vivencias, del aprendizaje y enseñanzas recibidas por personas e instituciones; pero sobre todo de la experiencia que un trabajo de investigación pueda otorgar.

Este trabajo lo dedico a mi madre, que con amor, sacrificio y dedicación supo llevarme por el sendero del bien, y que me ha servido para seguir creciendo como ser humano y profesional, sin ti esto no hubiera sido posible.

A mis hermanos y sobrinos, que supieron apoyarme en los momentos más difíciles, y que sin lugar a dudas se convirtieron en parte importante de este gran objetivo de mi vida.

A mi esposa, a mis hijos que se convirtieron en mi soporte, para poder sobresalir en esta importante etapa, que este logro les sirva de ejemplo de superación y tenacidad en el sendero que ellos algún día tendrán que seguir.

De manera especial lo dedico a dos seres muy queridos que ahora están en el cielo; a mi abuela Hermencia y a mi tío Wilfrido que fueron fuente de inspiración y motivación en la culminación de mi carrera universitaria.

Con cariño para ustedes.

GEORGE WILLIAN CEDEÑO CEDEÑO

AGRADECIMIENTO

Uno de los sentimientos más noble que pueda albergar el ser humano en su corazón es la gratitud, por lo tanto quiero dejar en constancia de mis más profundos agradecimientos en especial a mis Padres, hermanos, amigos, maestros, y a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, la Facultad de Ciencias Económicas que a través de sus directivos, personal docente y administrativo me dieron la oportunidad de poder culminar esta carrera. De igual manera un gran agradecimiento a mi tutora de tesis y maestra Econ. Katty Valencia que me brindó su apoyo incondicional para la realización de la presente tesis.

ANGEL EDUARDO VALLE VINCES

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento a Dios sobre todas las cosas, el que ilumina el sendero de nuestras vidas, el dador de paz, amor y sabiduría, el que nos permite seguir adelante aún en la adversidad, el que nos guía para alcanzar nuestros sueños más anhelados.

A mi familia, por su comprensión y apoyo, a mi querida hermana Elizabeth, por su ayuda incondicional, a ti mi Negra mi más sincero agradecimiento.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la Facultad de Ciencias Económicas, a su personal docente, que en las aulas de clases nos impartieron sus conocimientos, a nuestra maestra y tutora Economista Katty Valencia Macías que con su paciencia y nobleza supo orientarnos para culminar con éxito nuestro trabajo.

A todas aquellas personas e instituciones que de una u otra manera aportaron e hicieron posible la culminación de nuestro trabajo. A mis compañeros que nos acompañaron en el transcurso de nuestra carrera profesional, me encantaría agradecerles por su amistad, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles. A mi compañero de tesis Ángel Valle por su aporte, dedicación y confianza en la elaboración de este proyecto.

GEORGE WILLIAN CEDEÑO CEDEÑO

RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Manta centro turístico y principal puerto pesquero del Ecuador, desde su constitución, el turismo ha sido parte esencial de esta sociedad, por su amplia biodiversidad, sus hermosas playas y demás atractivos. Su situación geográfica, nos sitúa en un privilegiado espacio para la captación de turistas interesados en vacacionar y explorar las bondades con que nos ha bendecido la naturaleza, este y otros aspectos hacen que el Cantón Manta sea una de las opciones más escogidas por los visitantes no solo por sus playas, la amabilidad y simpatía de sus habitantes, sino también por su tan apreciada gastronomía. Ecoturist se enfocará en dar un trato diferente al visitante, en brindar todos los servicios con la excelencia que se amerita, en hacer uso adecuado de los recursos, en mantener todo en su estado más natural y limpio posible para la preservación de los diferentes ecosistemas. A través del presente estudio se podrá determinar si existe la factibilidad para la creación de la operadora turística en la ciudad de Manta.

El primer capítulo hace referencia a la evolución del sector turístico en la ciudad de Manta, de cómo este sector se ha ido fortaleciendo debido a la gran afluencia de turista que nos visita, la investigación realizada permitirá mostrar por qué esta actividad comercial es una de las primeras fuentes de ingreso que permite dinamizar la economía y hace que un proyecto de esta naturaleza represente una muy buena oportunidad de desarrollo.

El segundo capítulo habla acerca del estudio de mercado, estudia el conjunto de operaciones, que realiza la empresa desde el flujo de los turistas, la comercialización del servicio, lo que amerita un análisis profundo y sistemático de la competencia y los hechos que afectan el sector de los consumidores establecido por la capacidad de compra y la segmentación del mercado.

El tercer capítulo es el estudio técnico, el cual establece los aspectos técnicos y operativos que harán posible el funcionamiento de la operadora desde la micro y macro localización, la capacidad para la prestación del servicio, desde el

proceso de captación así como los recursos necesarios para el funcionamiento de la operadora dado por los equipos y materiales necesarios para su ejecución o funcionamiento.

El cuarto capítulo, el estudio administrativo y legal, se enfoca en las diversas acciones que se requieren para el desarrollo de las actividades de la operadora turística, se determina la funciones de sus empleados, los requisitos para la constitución de la operadora, la visión, misión, valores que enmarquen la operadora turística.

El quinto capítulo es el estudio financiero el cual permitirá a través de la información registrada determinar la factibilidad del proyecto, mediante los indicadores financieros como el VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), TVR (Tasa Verdadera de Retorno) y las razones financieras.

ÍNDICE

ESQUEMA Y PLAN ANALÍTICO

TEMAS	Pág.
Planteamiento del Problema.	Pag.1
Hipótesis	Pag.3
Variables e Indicadores	Pag.3
Métodos de Investigación	Pag.4
Técnicas	Pag.4

CAPITULO I

1. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO DE LA CIUDAD DE MANTA.	Pag.5
1.1. La evolución histórica del turismo de la ciudad de Manta.	Pag.5
1.2. Tipos de Turismo en la ciudad de Manta.	Pag.9
1.3. Actualidad del sector turístico de la ciudad de Manta.	Pag.10
1.4. Principales atractivos de la ciudad.	Pag.11

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO	Pag.12
2.1. Objetivo del Estudio de Mercado.	Pag.12
2.1.1. Objetivo general de mercado.	Pag.12
2.1.2. Objetivo específico	Pag.12
2.1.3. Análisis del sector turísticos de Manta.	Pag.12
2.2. Estructura de mercado.	Pag.14
2.3. Identificación del servicio.	Pag.14
2.4. Mercado del proyecto.	Pag.15
2.4.1. Mercado proveedor.	Pag.15
2.4.2. Mercado competidor.	Pag.15

2.4.3. Mercado distribuidor.	Pag.16
2.4.4. Mercado consumidor.	Pag.16
2.5. Análisis de la demanda.	Pag.16
2.5.1. Tipo de demanda.	Pag.16
2.5.2. Demanda potencial.	Pag.17
2.5.3. Demanda histórica.	Pag.17
2.5.4. Demanda estimada.	Pag.17
2.6. Análisis de la oferta.	Pag.19
2.6.1. Competidores locales.	Pag.19
2.6.2. Oferta estimada.	Pag.20
2.7. Demanda insatisfecha.	Pag.22
2.8. Análisis del precio.	Pag.22
2.9. Análisis de Comercialización.	Pag.23
2.10. Propuesta del Precio y Comercialización.	Pag.23

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO.	Pag.26
3.1. Objetivos.	Pag.26
3.1.1. Objetivo general.	Pag.26
3.1.2. Objetivos específicos.	Pag.26
3.2. Localización.	Pag.26
3.2.1. Macrolocalizacion.	Pag.26
3.2.2. Microlocalización.	Pag.28
3.3. Determinar el tamaño de la empresa.	Pag.29
3.3.1. Capacidad de prestación de servicios.	Pag.30
3.3.2. Capacidad instalada.	Pag.30
3.3.2.1. Capacidad Instalada por Paquetes.	Pag.30
3.3.2.2. Capacidad Instalada por Tours.	Pag.31
3.3.3. Capacidad utilizada.	Pag.32
3.3.3.1. Capacidad utilizada por Paquetes.	Pag.32
3.3.3.2. Capacidad utilizada por Tours.	Pag.32
3.4. Balance de insumos en general, maquinarias y equipos.	Pag.33

3.4.1. Balance general de insumos.	Pag.33
3.4.2. Balance de maquinarias y equipos.	Pag.34
3.5. Proceso de prestación de servicios.	Pag.34

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.	Pag.36
4.1. Objetivo general.	Pag.36
4.2. Recursos.	Pag.36
4.3. Formulación estratégica.	Pag.38
4.3.1. Filosofía de la empresa.	Pag.38
4.3.2. Análisis de la empresa.	Pag.39
4.3.3. Definición de una estrategia.	Pag.42
4.4. Procedimientos administrativos.	Pag.43
4.5. Organización legal de la empresa.	Pag.45

CAPITULO IV

5. ESTUDIO FINANCIERO.	Pag.49
5.1. Objetivos.	Pag.49
5.1.1. Objetivos General	Pag.49
5.1.2. Objetivos Específicos	Pag.49
5.2. Presupuesto de ingresos.	Pag.49
5.2.1. Proyección de Ingresos Paquete Junior.	Pag.50
5.2.2. Proyección de Ingresos Paquete Silver.	Pag.50
5.2.3. Proyección de Ingresos Paquete Gol.	Pag.51
5.2.4. Proyección de Ingresos Tours para Cruceros.	Pag.51
5.3. Presupuesto de costos.	Pag.52
5.3.1. Costo Paquete Junior.	Pag.52
5.3.2. Costo Paquete Silver.	Pag.52
5.3.3. Costo Paquete Gol.	Pag.53
5.3.4. Costo Tours para Cruceros.	Pag.53
5.4. Proyección de Costos de los paquetes turísticos y Tours.	Pag.54

5.4.1. Proyección de Costos paquete Junior.	Pag.54
5.4.2. Proyección de Costos paquete Silver.	Pag.54
5.4.3. Proyección de Costos paquete Gol.	Pag.55
5.4.4. Proyección de Costos Tours para Cruceros.	Pag.55
5.5. Detalle de Inversión.	Pag.55
5.5.1. Análisis de la Inversión.	Pag.56
5.5.1.1. Inversión fija.	Pag.56
5.5.1.2. Inversión diferida.	Pag.58
5.5.1.3. Inversión de operaciones.	Pag.58
5.6. Inversión del proyecto.	Pag.59
5.6.1. Financiamiento.	Pag.59
5.6.2. Depreciación de activos.	Pag.60
5.7. Gastos administrativos.	Pag.60
5.7.1. Remuneraciones.	Pag.60
5.7.2. Materiales de Oficina.	Pag.61
5.7.3. Servicios Básicos.	Pag.61
5.8. Estudios Financieros.	Pag.62
5.8.1. Estado de resultados.	Pag.62
5.8.2. Flujo de caja.	Pag.64
5.8.3. Balance Inicial del proyecto.	Pag.65
5.8.4. Balance general proyectado para el primer año.	Pag.66
5.9. Evaluación financiera.	Pag.67
5.9.1. Valor actual neto (VAN).	Pag.67
5.9.2. Tasa interna de retorno (TIR).	Pag.67
5.9.3. Tasa verdadera de retorno (TVR).	Pag.68
5.9.4. Razones financieras.	Pag.68
5.9.4.1. Razones de liquidez.	Pag.68
5.9.4.2. Razones de eficiencia y eficacia.	Pag.69
5.9.4.3. Razones de solvencia.	Pag.69
5.9.4.4. Razones de rentabilidad.	Pag.69
5.9.4.5. Rendimiento sobre la inversión total.	Pag.70
5.9.4.6. Rendimiento sobre el capital.	Pag.70
5.9.4.7. Margen de utilidad bruta.	Pag.70
CONCLUSIONES.	Pag.71

RECOMENDACIONES.	Pag.72
BIBLIOGRAFIAS	Pag.73
ANEXOS.	Pag.74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- **Grafico #1**

Números de Buques turísticos en Manta año 1997- Marzo del 2013. Pág.7

- **Grafico #2**

Pasajeros- Buques turísticos en Manta año 1998- Marzo del 2013. Pág.8

- **Grafico #3**

Flujo de Visitantes Cantón Manta año 2010. Pág.9

- **Grafico #4**

Flujo de Huéspedes en los hoteles de Manta año 2010. Pág.13

- **Grafico #5**

Flujo de turistas y Análisis del turismo en el Cantón Manta. Pág.13

- **Grafico #6**

Demanda Estimada. Pág.18

- **Grafico #7**

Pasajeros- Buques Turísticos en Manta año 1998- Junio 2012. Pág.28

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla #1- Demanda Histórica. Pág.17
- Tabla #2- Demanda Estimada. Pág.19
- Tabla #3- Competidores Locales. Pág.19
- Tabla #4- Oferta Estimada. Pág.21
- Tabla #5- Oferta Proyectada. Pág.21
- Tabla #6- Demanda Insatisfecha. Pág.22
- Tabla #7- Macro localización. Pág.27
- Tabla #8- Micro localización. Pág.29
- Tabla #9- Capacidad instalada por Paquetes. Pág.31
- Tabla #10- Capacidad instalada por Tours. Pag.31
- Tabla #11- Capacidad Utilizada por Paquetes. Pág.32
- Tabla #12- Capacidad Utilizada por Tours. Pag.32
- Tabla #13- Insumo en General. Pág.34
- Tabla #14- Equipos de Oficina y Computación. Pág.34
- Tabla #15 Constitución de la Empresa. Pág.38
- Tabla #16 Función del Personal. Pág.48
- Tabla #17 Proyección de Ingresos Paquete Junior. Pág.50
- Tabla #18 Proyección de Ingresos Paquete Silver. Pág.50
- Tabla #19 Proyección de Ingresos Paquete Gold. Pág.51
- Tabla #20 Proyección de Ingresos Tours. Pag.51
- Tabla #21 Costo Paquete Junior. Pág.52

• Tabla #22 Costo Paquete Silver.	Pág.52
• Tabla #23 Costo Paquete Gold.	Pág.53
• Tabla #24 Costo Tours para Cruceros.	Pag.53
• Tabla #25 Proyección de Costo Paquete Junior.	Pág.54
• Tabla #26 Proyección de Costo Paquete Silver.	Pág.54
• Tabla #27 Proyección de Costo Paquete Gold.	Pág.55
• Tabla #28 Proyección de Costo Tours.	Pag.55
• Tabla #29 Inversión Fija.	Pág.56
• Tabla #30 Muebles y Enseres.	Pag.57
• Tabla #31 Equipos de Oficina y Computación.	Pag.57
• Tabla #32 Cuadro de la Constitución de la Empresa.	Pag.58
• Tabla #33 Inversión de Operacional.	Pág.59
• Tabla #34 Inversión del Proyecto.	Pág.59
• Tabla #35 Amortización.	Pág.60
• Tabla #36 Depreciación de Activos Fijos.	Pág.60
• Tabla #37 Remuneraciones.	Pág.61
• Tabla #38 Materiales de Oficina.	Pág.61
• Tabla #39 Servicios Básicos.	Pág.61
• Tabla #40 Estado de Resultado.	Pág.63
• Tabla #41 Flujo de Caja.	Pág.64
• Tabla #42 Balance Inicial del Proyecto.	Pág.65
• Tabla #43 Balance General Proyectado.	Pág.66

- Tabla #44 Tasa Interna de Retorno (TIR). Pág.67
- Tabla # 45 Tasa Verdadera de Retorno (TVR). Pág.68

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En esta nueva era para el Ecuador y sobre todo para Manta, con todos los cambios históricos que se están produciendo, el turismo jugará un papel fundamental para la creación de nuevas fuentes de trabajo, por lo tanto encontramos dos necesidades básicas: por un lado la limitación de empresas en el ámbito turístico que satisfagan las necesidades de turistas nacionales y extranjeros, y por otro lado, la carencia de inversión en la actividad turística.

En la actualidad, el turismo es un rubro de mucha importancia para las economías de una región o país, que involucra la participación de una gran cantidad de la población local. Es por lo que se han derivado formas como el ecoturismo, turismo de patrimonio, comunitario, rural, eco-cultural o más claramente definido como turismo alternativo; todos ellos responden, si son bien entendidos, al desarrollo integral de las poblaciones.

De esta manera se puede apreciar que el ecoturismo o turismo alternativo representa una buena oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico, pero requiere de una estrategia interdisciplinaria y participativa dirigida a la preparación de la sociedad para usar y mantener los recursos en forma sustentable. Las actuales entidades formadas para apoyo y sustentación del sector Turístico han logrado establecer más formalidad a la situación empresarial de las operadoras, hoteles, restaurantes, y toda la cadena activa que participa en la Industria, brindándoles oportunidades para capacitarse, estableciendo un nuevo y más agresivo sistema de marketing entre otros beneficios.

A raíz de las nuevas políticas de gobierno aplicadas en nuestro país, con la aprobación del cierre de casinos y juegos de azar, el sector turístico indudablemente puede tener ciertas repercusiones sobre todo con los turistas extranjeros que gustan de estos centros de diversión. En parte el sector empresarial podría verse afectado por la aplicación de este tipo de

políticas, cabe recalcar que se deben buscar mecanismos y estrategias empresariales para que no se vea mermada la participación económica de este sector con el desarrollo de la ciudad, sin embargo; de lo que pudiera resultar negativo para el sector se podría reforzar el ámbito turístico brindando nuevas e innovadoras opciones de diversión.

Por lo antes señalado, consideramos que se debe verificar la factibilidad para la implementación de la operadora turística dedicada a la venta de paquetes turísticos en la ciudad de Manta.

HIPÓTESIS

Si se realiza un estudio de viabilidad: comercial, técnica, administrativa-legal y financiera, permitirá determinar la factibilidad del proyecto de implementación de una operadora turística en la ciudad de Manta

Variables e Indicadores

Variable Independiente

Estudios de viabilidad

Variable Dependiente

Factibilidad del proyecto

Dimensiones

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo-Legal
- Estudio Financiero

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la siguiente investigación se aplican los siguientes métodos:

- **Inductivo:** Con este método lograremos determinar los diferentes niveles de cultura turística de las personas de la ciudad para poder mejorar el servicio de turismo y así lograr un crecimiento y desarrollo económico del Cantón Manta.
- **Deductivo:** Gracias a este método se analizará todo el sector empresarial turístico del Cantón Manta para así poder brindar un servicio más diversificado y lograr una mayor acogida en nuestros clientes.
- **Descriptivo:** La finalidad de la aplicación de este método es para reafirmar todos los medios posibles, para lograr la mayor satisfacción para la implementación del proyecto. Este a su vez ayudará al manejo de los diferentes niveles de investigación turística y así tener la mayor información posible sobre el proyecto.

TÉCNICAS

Para el desarrollo del presente proyecto se realizará las siguientes técnicas:

- **Entrevista:** Con este método sabremos a ciencia cierta las diferentes necesidades que tenga el sector a través de sus principales agencias o demás empresas involucradas con el turismo.

CAPÍTULO I

1. LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE MANTA

1.1. Evolución histórica del turismo en la ciudad de Manta

El cantón Manta oficialmente se lo conoce como San Pablo de Manta, para hablar de su evolución histórica turística primero se hará un acercamiento a su historia en general, se remonta a la era Precolombina cuando en esa época el conquistador español Pedro Pizarro hace referencia al cantón como “una ciudad muy grande” además sus habitantes en su origen fueron derivados de la cultura Manteña entre el período 500 y 1526 después de Cristo, y sus primeros habitantes que eran aborígenes la llamaron Jocay, que traducida del lenguaje Maya significa “casa de los peces”. Entre sus características principales se encontraban: su nariz perforada, sus orejas adornadas, deformaciones craneales y además para su subsistencia se dedicaban a la caza y la agricultura.

Por el año 1534 en una expedición que estaba comandada por el conquistador español Pedro de Alvarado y Contreras, llega al puerto de Manta con un grupo de 400 hombres distribuidos en 11 barcos en busca de tesoros. Su fundación yace según su historia en 1534 por el Capitán español Francisco Pacheco, pero a través de la Real Audiencia de Quito quien ordena que se fundara con el nombre de San Pablo de Manta.

Para la segunda década del año 1900 el puerto de Manta contaba con 12 agencias navieras que corresponde a compañías nacionales y extranjeras, 2 bancos, 17 casas importadoras, 44 embarcaciones menores. Inicialmente Manta fue parroquia de Montecristi; el 8 de julio del año 1992 se creó el primer comité liderado por Wilfrido Loor Moreira como abogado consultor del proyecto de cantonización, pero no es hasta el 4 de noviembre que alcanza esta categoría, además el censo de población de Manta para el año 1922 correspondía a 4.161 habitantes.

El cantón Manta fue considerado como el puerto con aroma de café en los años 60, transformándose en una urbe con altos edificios y sucursales bancarias alrededor de la década de los años 70, que después de una década pasa a convertirse en la ciudad universitaria, y reconocida por los años 90 como la capital pesquera del Ecuador.

A finales del siglo XX fue declarado Primer Municipio Turístico del Ecuador el 4 de Noviembre de 1999, caracterizado por el puerto de transferencia Internacional de Carga, su aeropuerto, su vía intermodal amazónica, su infraestructura hotelera, centros de recreación, museo y playas, a través de una resolución por parte del expresidente Jamil Mahuad,

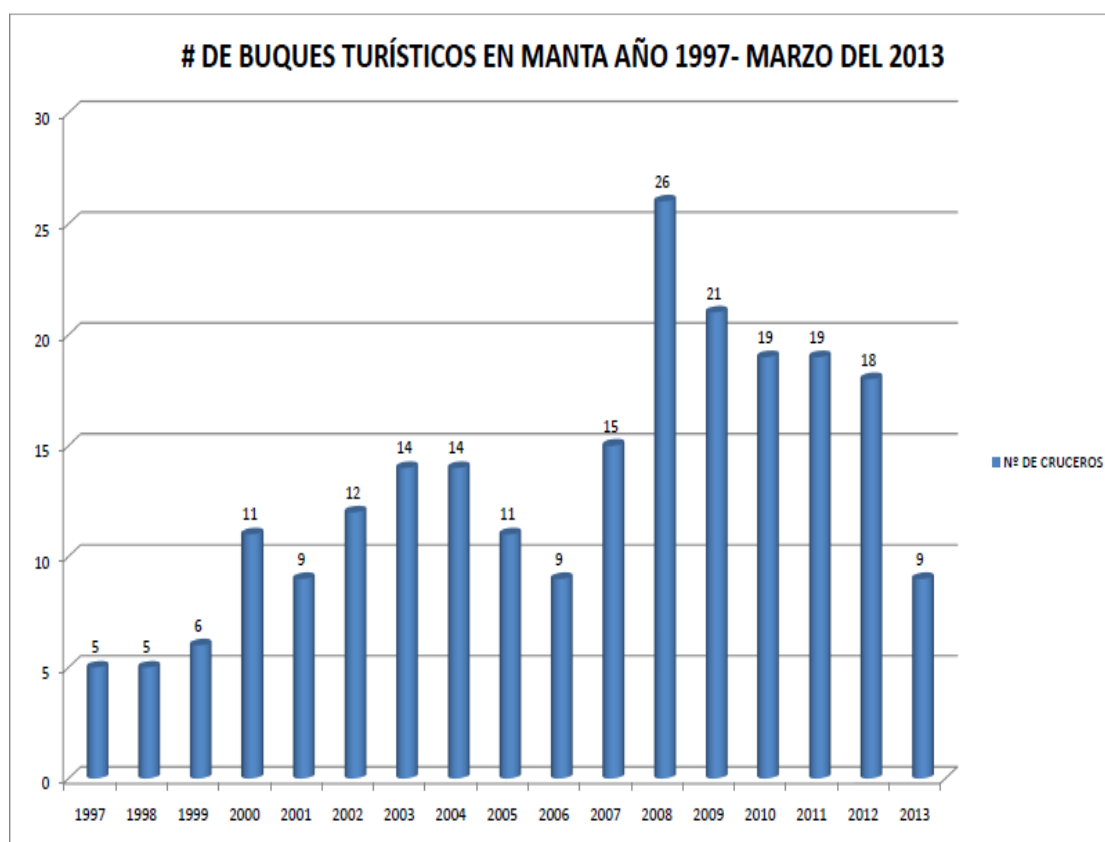
El cantón Manta ha sido reconocido históricamente como uno de los principales puertos pesqueros y turísticos del Ecuador, por su diversidad territorial, gastronómica, cultural y hermosas playas que año a año recibe turistas nacionales y extranjeros para disfrutar de sus diversos recursos, dinamizando la economía local colocando al turismo como de una de las principales fuentes de ingresos para el cantón.

Visita de Buques turísticos en Manta desde 1997 a 2013

Según el Itur (oficina de atención e información al turista i-tur, Dirección de Turismo del GAD Municipal de Manta) el puerto de Manta recibe anualmente visita de buques de diferentes países, que traen consigo miles de turistas los cuales realizan compras y disfrutan de las diversidades que ofrece.

Gráfico # 1

Visita de Cruceros en la Ciudad de Manta (1997- Marzo 2013)



Fuente: Itur

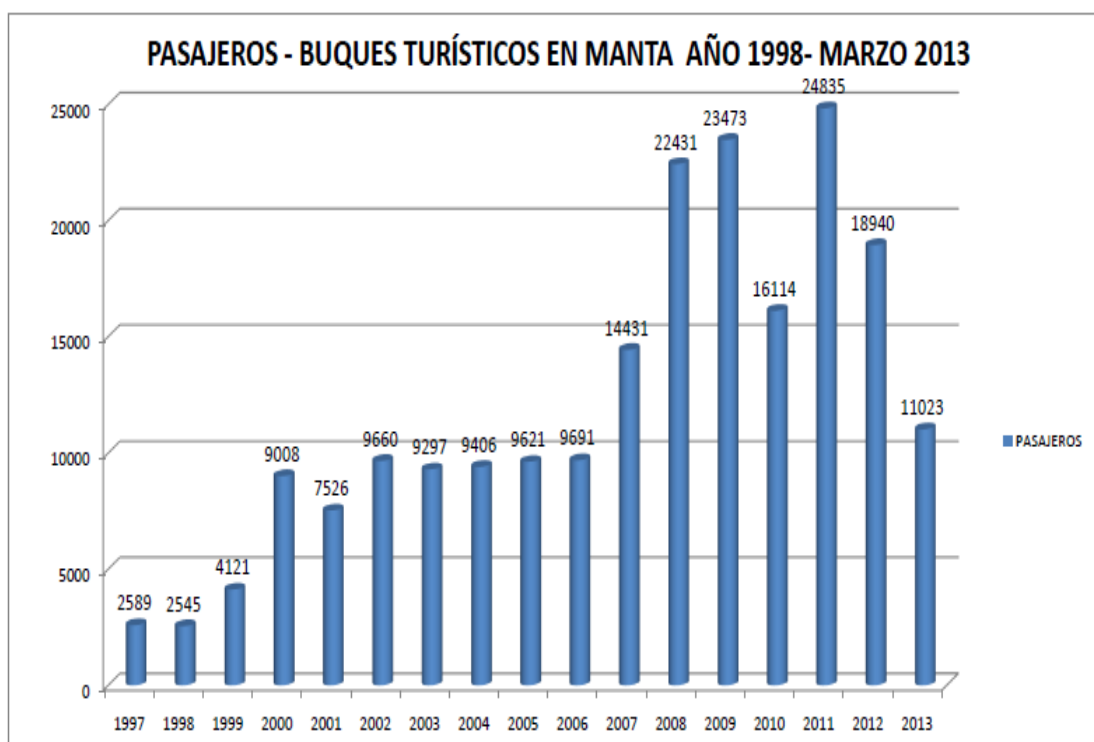
Este gráfico nos muestra que existe un considerable crecimiento, si comparamos el periodo de finales de siglo XX con el periodo de inicios del siglo XXI, es interesante por ejemplo, en el año 1997 se recibieron 5 buques, mientras que en el 2008 fueron 26 buques, considerados como el mínimo y máximo desde 1997 al 2013, además el 2013 no ha culminado, pero la evolución del turismo en los últimos años en términos de visita de buques con turistas es muy significativo para el cantón Manta y para su población y más para la que depende del sector turístico, como hoteles, restaurantes, guías turísticos, operadoras turísticas, bares, entre otras actividades.

Visita de pasajeros en Buques turísticos en Manta desde 1997 a 2013

También son importantes en el arribo de los buques turísticos sus pasajeros que para este caso se consideran turistas extranjeros que arriban a Manta con el objetivo de visitar lugares atractivos y disfrutar de la calidez de su gente y clima.

Gráfico # 2

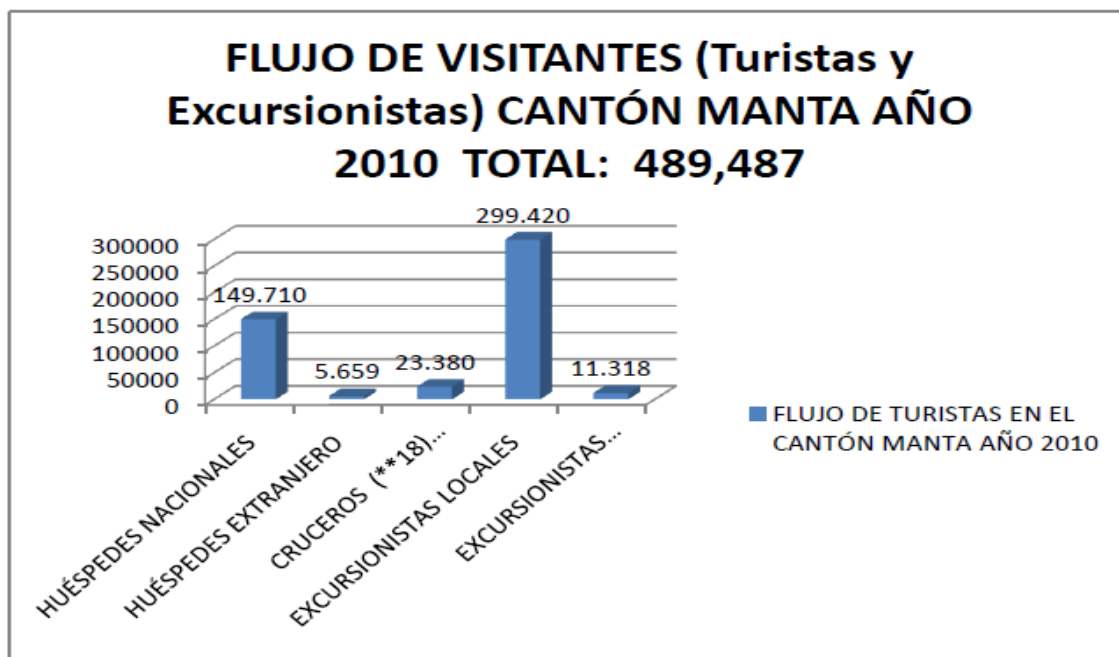
Visita de Pasajeros Turísticos a la Ciudad de Manta



Fuente: Itur

Si relacionamos este gráfico con el anterior, se observa que los pasajeros son la esencia del turismo para el cantón Manta, es la razón de ser del turismo, su relación es directamente proporcional a la visita de los buques turísticos, por ejemplo para el año 1997 se recibieron 2.589 turistas y en el 2011 24.835 turistas del extranjero, pero en el año 2011 se recibieron 19 buques y no es el año de mayor frecuencia de visitas al cantón Manta, sin embargo es el año que más turistas recibió, eso nos demuestra que no necesariamente a mayor visita de buques mayor cantidad de turistas, por lo tanto es importante determinar esa característica.

Gráfico # 3
Flujo de Visitantes



Fuente: Itur

1.2. Tipos de turismo en la ciudad de Manta

Turismo de descanso

Es el turismo más frecuente en el cantón por la particularidad de que los turistas disfrutan del sol y la playa, y de las diversidades que se ofrecen, además del descanso y el sano esparcimiento que Manta brinda a los turistas nacionales y extranjeros.

Turismo científico

En los últimos años se ha fortalecido este tipo de turismo por la demanda de estudios por parte de profesionales que buscan mejorar sus capacidades en relación a su experiencia, también por parte de la investigación que se realiza en los diversos lugares, y el cantón Manta no es la excepción, que aprovechando su estadía momentánea, realizan actividades turísticas.

Turismo de aventura

Este tipo de turismo es requerido por deportistas y en preferencia por los jóvenes y las playas se prestan para realizar las actividades deportivas turísticas

Turismo religioso

La cultura del mantense es muy diversa y muy religiosa, por ejemplo la fiestas de San Pedro y San Pablo, por lo que se receipta periódicamente afluencia de visitantes que realiza turismo en el cantón a partir de sus fiestas religiosas o de cantonización.

1.3. Actualidad del sector turístico de la ciudad de Manta

Manta geográficamente se encuentra ubicada en la Provincia de Manabí en su parte occidental, su zona es muy seca y con lluvias escasas, con una superficie de 309 Km² y con una población aproximada de 226.477 habitantes (informe del último censo realizado por el INEC, año 2010), su clima es desértico y cuenta con dos estaciones la lluviosa y la seca, para la primera estación se da entre los meses de enero y abril, para la segunda para el resto del año.

El Cantón Manta se encuentra ubicado en la Ruta del Spondylus, se caracteriza por su planta hotelera y sus hermosas playas. En el ámbito cultural se destaca por el arte, y actividades relevantes como el famoso festival internacional anual de teatro, en el que participan grupos artísticos de latitud mundial. Cuentan con 12 playas en las zonas urbanas y rurales para el descanso familiar y para practicar deportes extremos que es de gusto de turistas nacionales y extranjeros, entre ellos:

- Surf,
- Tabla vela,
- Esquí,

- Body board,
- Parapente
- Pesca deportiva en botes.

1.4. Principales atractivos de la ciudad

Las playas son los lugares más visitados por los turistas nacionales y extranjeros, entre ellas están:

- Los Esteros
- Malecón Escénico
- Playas de San Lorenzo, Río Caña, Piñas y Santa Rosa
- Playa del Murciélago
- Bosque Tropical Húmedo de Pacoche
- Complejo Turístico Barbasquillo
- Playas entre Punta Cangrejo y Punta Tarima
- Museo Arqueológico del Banco Central
- Playa de Tarqui
- Playa de Santa Marianita
- Plaza Cívica Eloy Alfaro
- Hacienda San Antonio
- Catedral La Dolorosa
- Playa de Piedra Larga
- Playa la Tiñosa

Ver Anexos I

Además se encuentran otros lugares turísticos como bares, discotecas, centros comerciales, restaurantes y zonas centrales que son muy concurridas como la avenida Flavio Reyes y la calle 13 en la que se realizan fiestas anuales.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos del Estudio de Mercado

2.1.1. Objetivo General

- Determinar la Viabilidad Comercial en la implementación de una operadora turística en el cantón Manta

2.1.2. Objetivos Específicos

- Estimar la posible demanda del proyecto de implementación de una operadora turística
- Identificar los posibles competidores del servicio turístico
- Analizar los precios de la competencia de las operadoras turísticas
- Proponer estrategias de marketing para la prestación de servicios turísticos

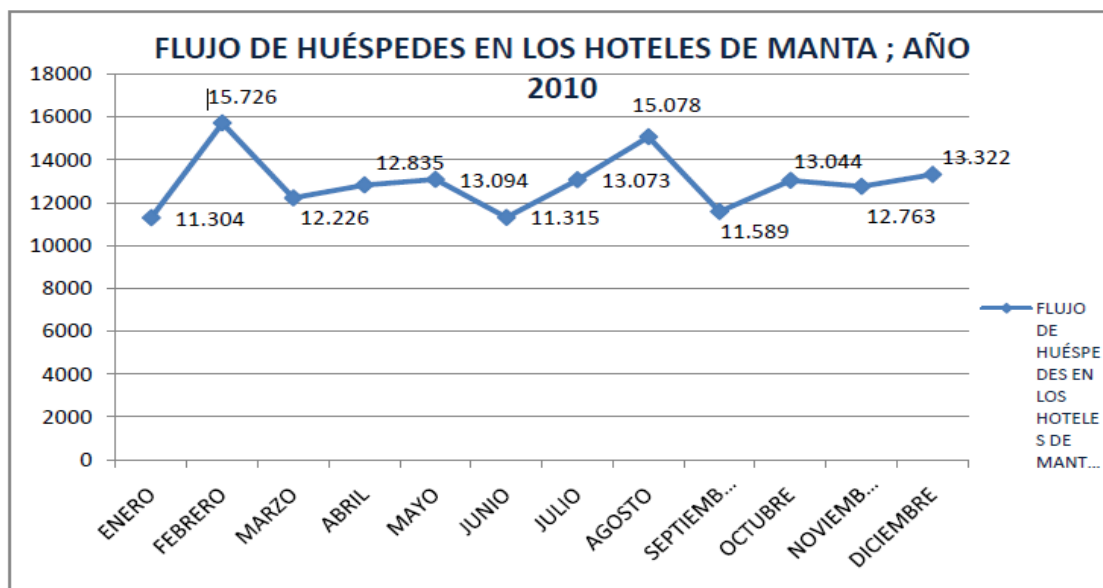
2.1.3. Análisis del sector turístico de Manta

Según iTur (oficina de atención e información al turista i-tur, Dirección de Turismo del GAD Municipal de Manta) el cantón Manta fue declarado como el primer Municipio turístico dentro del Ecuador, dignidad otorgada en noviembre de 1999, a partir de esa consideración el destino de los más de 1.027.686 turistas que ingresaron al país durante el 2011 fue la ciudad de Manta.

Para el año 2010 se recibieron 175.000 turistas en promedio, en el 2011 arribaron 19 buques-cruceiros con 24.835 pasajeros aproximadamente. El sector turístico interno predomina en el cantón, superando el 90% según datos proporcionados por los hoteles.

Gráfico # 4

Flujo de Turistas en los Hoteles de Manta



Fuente: iTur

FLUJO DE TURISTAS (Huéspedes) se pudo notar que el mes con mayor aceptación corresponde a FEBRERO registrando 15,726 Huéspedes con pernoctaciones no mayor a las 2 noches (incentivada por Feriado de Carnaval) LA OCUPACIÓN REAL (4500 plazas * 29 noches promedio al mes= 130,500 Plazas Mensuales = 100%) el porcentaje más alto en ocupación HOTELERA lo registramos en Febrero llegando al 12,05% seguido de agosto con el 11,55%.

Fuente: iTur

La característica del turista que visita asiduamente el cantón Manta:

- Turismo de aventura
- Excursionista 67.49% con respecto al resto de actividades turísticas siendo el más representativo

Gráfico # 5

Análisis del Turismo de la Ciudad de Manta



Fuente: iTur

2.2. Estructura de Mercado

Para el estudio del proyecto se considerará su estructura de mercado, las operadoras turísticas se desarrollan en un mercado de competencia monopolística basado en las siguientes características:

- Producto o servicio diferenciado
- Barreras de entrada bajas
- Muchos competidores

2.3. Identificación del Servicio

El servicio se tratará de diferenciarse del resto de la competencia y tendrá las siguientes características:

- Servicio Personalizado.
- Servicio de calidad y calidez
- Información clara y oportuna del servicio.
- Conexiones turísticas personalizadas
- Personal altamente capacitado.
- Servicio de post venta.
- Precios adecuados para los clientes.
- Paquetes diferenciados por servicios y precios
- Diversión garantizada

Uso

El servicio es de actividad de ocio y educativo, porque brinda tranquilidad y diversión en los consumidores del mismo.

Efecto

Es un servicio similar, que tiene cierto grado de diferenciación en función a otros centros turísticos u operadoras turísticas existentes en la ciudad.

Normatividad

Técnica.- Continua capacitación del personal ante los diferentes cambios inherentes al servicio que se ofrece.

Comercial.- Presentar un servicio de calidad.

2.4. Mercado del proyecto

Para el presente estudio de mercado es importante reconocer cada uno de los agentes que intervienen y como a través de su movilidad influirán en las decisiones relacionadas a la estrategia comercial, para ello se considerarán los siguientes mercados:

- Proveedor
- Competidor
- Distribuidor
- Consumidor

2.4.1. El mercado proveedor

El mercado proveedor es quien proporcionará los materiales para la elaboración del bien o servicio a comercializar, pero para el presente proyecto carece de mayor relevancia, porque para su prestación no se necesitará de materia prima, pero si habrá dependencia en un menor nivel que no influirá mucho en el servicio, como internet, telefonía celular y convencional, entre otras.

2.4.2. El mercado competidor

Este mercado es de suma importancia porque en él se refleja los competidores y su rivalidad referente a los operadores turísticos, a continuación se considerarán los más importantes en el cantón Manta:

- Strategic Bussiness Center S. A.
- Metropolitan Touring
- Aeslit
- Vivatours
- Ventura Travel Cia. Ltda.
- Viajes y Turismo Delgado
- Hoteles Decameron Ecuador S. A.
- Servicios Ecoturísticos el Murciélagos

2.4.3. El mercado distribuidor

En este mercado se determina la forma en la se comercializará el bien o servicio, para el presente proyecto se lo realizará de manera directa, esto quiere decir que la empresa lo hará a título personal.

2.4.4. El mercado consumidor

Para el análisis de este mercado que es de suma importancia porque está representado por los potenciales consumidores del bien o servicio que ofrecería el proyecto, para su consecución se utilizará una técnica de proyección que es la investigación de mercado, que permitirá caracterizar un posible perfil del consumidor que es el objeto de estudio, del estudio de mercado.

2.5. Análisis de la Demanda

Según el Ministerio de Turismo a través de la fuente de la Dirección Nacional de Migración de enero hasta diciembre del 2012 entraron al Ecuador 1.271.953 turistas extranjeros.

2.5.1. Tipo de Demanda

Según su *oportunidad* es insatisfecha porque la demanda del servicio no está siendo cubierta en su totalidad; su *necesidad* es suntuaria porque no

corresponde a una necesidad básica, por su *temporalidad* es una demanda continua porque su prestación será durante el año, *su destino* es un servicio final porque será consumido finalmente para un conjunto de personas.

2.5.2. Demanda Potencial

La demanda serán los extranjeros que visiten el Ecuador específicamente al puerto de Manta proveniente de Cruceros que según la Dirección Municipal del Turismo del Cantón Manta para el 2012 fueron de 18940 (no se incluyen tripulantes, no proporcionaron el dato), los turistas nacionales fueron 139546 y los turista extranjeros fueron de 4985.

2.5.3. Demanda Histórica

La investigación realizada nos muestra en la siguiente tabla el flujo de turistas que ingreso a la ciudad de Manta a través de los diferentes canales de acceso, como son el aeropuerto, Terminal Terrestre y El Puerto.

Tabla # 1

Número de Turistas Visitantes de la Ciudad de Manta

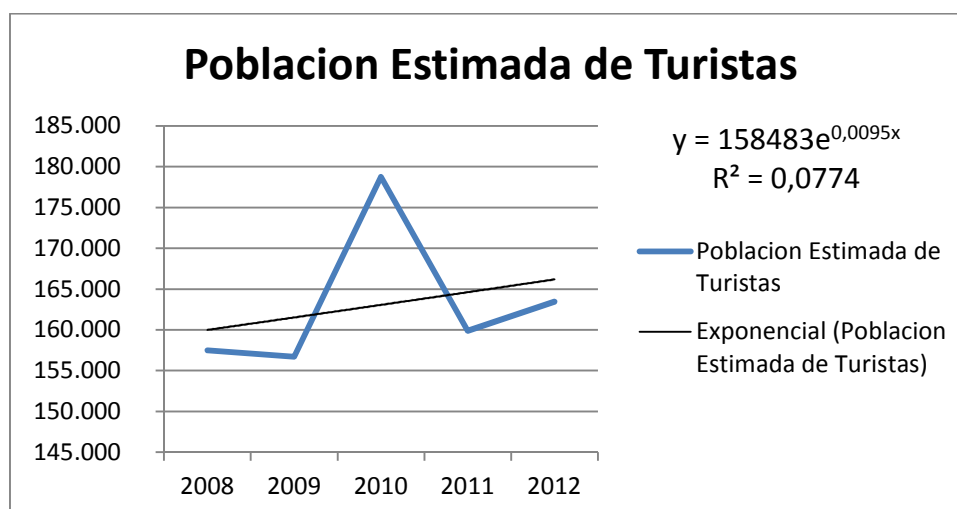
Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Turistas de Cruceros	Población Estimada de Turistas
2008	129.546	5.500	22.431	157.477
2009	128.650	4.563	23.473	156.686
2010	149.710	5.659	23.380	178.749
2011	129.500	5.546	24.835	159.881
2012	139.546	4.985	18.940	163.471

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Fuente: Dirección de Turismo de del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta

Gráfico # 6

Población Estimada de Turistas de la Ciudad de Manta



Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Representando gráficamente la función $y = 158483e^{-0,0095x}$, nos muestra la pendiente más óptima de flujo de turistas que visitan a la Ciudad de Manta.

2.5.4. Demanda Estimada

Para estimar la demanda se consideró la demanda histórica de los últimos 5 años de los turistas extranjeros y nacionales que visitaron a la ciudad de Manta información proporcionada por la Dirección de Turismo (Gad's Manta), para estimar la demanda se utilizó la función de proyección exponencial y su fórmula es:

$$y = 158483e^{-0,0095x}$$

Se utiliza esta función por que los datos históricos de la población de turistas, son en intervalos diferentes, es decir que los datos no tienen una tendencia ascendente, sino variable.

Dando así:

Y= Población estimada

e= Exponencial

x= Numero de periodos

$$y = 158483(2.718281)^{-0,0095(3)}$$

Tabla # 2

Población Estimada de Turistas de la Ciudad de Manta

Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Turistas de Cruceros	Población Estimada de Turistas
2013	141.595	5.231	20.692	167.768
2014	143.811	5.230	20.117	169.368
2015	146.062	5.230	19.558	170.983
2016	148.348	5.229	19.014	172.613
2017	150.670	5.228	18.486	174.259
2018	153.028	5.227	17.972	175.921
2019	155.423	5.226	17.472	177.598
2020	157.856	5.226	16.986	179.291
2021	160.327	5.225	16.514	181.001
2022	162.836	5.224	16.055	182.727

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

2.6. Análisis de la oferta

La oferta del proyecto está dada por todas las empresas que se dedican a la actividad de operadora turística y afines (internacionales y operadoras) de la ciudad de Manta.

2.6.1. Competidores Locales

La competencia local está representada por las siguientes operadoras de la ciudad de Manta:

Tabla # 3

Competidores Locales

Razón social	Dirección	Categoría
Dream & Travel	c. c. Mantacentro piso alto ofic. 208	internacionales y operadoras
Hoteles Decamerón Ecuador s.a.	edif.platinum office center oficina 802	internacionales y operadoras
Junior viajes s.a.	Edificio "pasaje centro", avda. 6 e/calles 13 y 14	internacionales y operadoras
Metropolitan Touring	av. 4 y calle 13	internacionales y

		operadoras
Promotora de turismo Cía. Ltda. Proturis	c.c. Mantacentro local #103	internacionales y operadoras
Speedtravel s.a.	edif. Olga Gilces local 206	internacionales y operadoras
Ventura Travel Cía. Ltda.	Avda. Flavio Reyes y avda. 14 #1610	internacionales y operadoras
operadora de turismo "magic tours"	c. 108 y malecón	internacionales y operadoras
agencia tour operadora ecoturística ecotrip s.a.	mz- f lt. 01 las cumbres, avda. principal	internacionales y operadoras
arenatours & eventos	barrio jocay, calle j-14 entre j-1 y j-3 no. 206	internacionales y operadoras
Carrtur	av. 105 y calle 103	internacionales y operadoras
movitransitour s.a.	b/jocay, calle j-1 entre j-4 y j -6	internacionales y operadoras
viajes y turismo delgado	calle 13 frente diario el mercurio	internacionales y operadoras
Vivatours	Avda. 5 e/calles 9 y 10	internacionales y operadoras
agencia narwell	hotel mar azul	internacionales y operadoras
Ariel travel	b./ Umiña calle 27 # 103 y av. Flavio reyes	Operadora
operadora manta express	malecón- plaza Jocay	internacionales y operadoras
Strategic Business Center	Avda. 15 calles 13 y 14	Operadora
Aeslit	av. 4 c. 10 menoscal ofic.4, segundo piso	internacionales y operadoras
servicios ecoturístico el murciélagos	Barrio Córdoba, calle 17 y avda. 11	Operadora

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

2.6.2. Oferta estimada

Para estimar la competencia se considerará la tasa de crecimiento empresarial que se calculó a través de la información del Censo Nacional Económico 2010 a partir de la media geométrica siendo su tasa de 1.47%., con la fórmula:

$$P_f = P_o (1 + i)^n$$

P_f = población final

P_o = población inicial

i = tasa de crecimiento

n = periodos

$$Pf = 20 (1 + 1.47\%)^1$$

$$Pf = 20.294$$

Tabla # 4

Número de competidores

Periodo	Año	Número de Competidores
1	2013	20
2	2014	21
3	2015	21
4	2016	21
5	2017	22
6	2018	22
7	2019	22
8	2020	22
9	2021	23
10	2022	23

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Y según la Cámara de Turismo de Manta la media de paquetes turísticos vendidos por cada operadora es de 30 unidades mensuales, y según la información proporcionada por las empresas y operadoras turísticas de la ciudad Manta cada paquete tiene un promedio de 4 personas.

Tabla # 5

Oferta de Turistas Proyectada

Año	Número de Competidores	Media de Paquetes Anuales	Oferta Proyectada de Paquetes	Promedio de Turistas por Paquete	Oferta Proyectada de Turistas
2013	20	360	7306	4	29223
2014	21	360	7413	4	29653
2015	21	360	7522	4	30089
2016	21	360	7633	4	30531
2017	22	360	7745	4	30980
2018	22	360	7859	4	31435
2019	22	360	7974	4	31897
2020	22	360	8092	4	32366
2021	23	360	8211	4	32842
2022	23	360	8331	4	33325

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

2.7. Demanda Insatisfecha

La siguiente tabla proporciona los valores de la demanda insatisfecha, que serán la base para determinar nuestra población a trabajar.

Tabla # 6
Demanda Insatisfecha

Año	Población Estimada de Turistas	Oferta Proyectada de Turistas	Demanda Insatisfecha
2013	172.084	29.223	142.860
2014	181.150	29.653	151.497
2015	190.694	30.089	160.605
2016	200.741	30.531	170.210
2017	211.317	30.980	180.337
2018	222.450	31.435	191.015
2019	234.170	31.897	202.273
2020	246.508	32.366	214.141
2021	259.495	32.842	226.653
2022	273.167	33.325	239.842

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

2.8. Análisis del Precio

Las operadoras turísticas de la ciudad de Manta manejan precios según las características de los paquetes turísticos.

Estos precios dependen de los lugares, actividades, hospedaje, y demás sitios que incluyan en los paquetes turísticos, se manejan precios que van desde \$65.00 para los tours que se ofrecen para los turistas que llegan en cruceros.

Los paquetes turísticos más sencillos de un día y una noche tiene un precio promedio de \$125.00, para los paquetes de dos días y una noche tienen un

precio de \$200.00 y los paquetes según el número de días y actividades a realizar sus precios van desde \$350.00 en adelante.

2.9. Análisis de Comercialización

Las operadoras turísticas realizan la comercialización de los paquetes turísticos a través de las páginas web, publicidad escrita, visual y auditiva, generalmente para los turistas nacionales y extranjeros; la comercialización de los tours que se ofertan a los turistas que llegan por los cruceros es de manera directa con las navieras encargadas de realizar las diferentes rutas de visitas de los cruceros

2.10. Propuestas del Precio y Comercialización

Para la prestación del servicio se considerará que tendrán diferentes precios por la diversidad en los paquetes turísticos, esto se debe a los gustos y preferencias de la demanda, que se relacionarán con el ingreso personal, para ello se incluirá desde paquetes económicos hasta empresariales y que oscilarán de \$180,00 hasta los \$425,00 y tours para turistas que arriban en los cruceros desde \$55.00.

Paquetes Turísticos

Los paquetes turísticos van dirigidos para varios estratos sociales y económicos, con el objetivo de maximizar la capacidad de servicio y respuesta frente a los potenciales clientes. A través de convenios establecidos con los principales hoteles y demás empresas destinadas a los servicios turísticos y ofrecer una amplia gama de paquetes turísticos los cuales se colocan a disposición:

Paquete Junior o Económico.

Paquete Silver

Paquete Gold

Paquetes Empresariales.

- **PAQUETE JUNIOR.**- Incluye transportación completa, hospedaje de 2 días y 1 noche, turismo ecológico, educativo y de aventura en diferentes balnearios de agua dulce y marítimos. Precios desde \$180,00.
- **PAQUETE SILVER.**- Incluye transportación completa, hospedaje de 3 días y 2 noches en habitación simple o matrimonial, comidas típicas incluidas, turismo de aventura, ecológico en todo tipo de balnearios y lugares turísticos, entradas a bares y discotecas. Precios desde \$300,00.
- **PAQUETE GOLD.**- Incluye transportación completa, hospedaje de 4 días y 3 noches en habitación simple o matrimonial, comidas típicas incluidas, turismo de aventura, ecológico en todo tipo de balnearios y lugares turísticos, snorkeling, buceo, entradas a bares y discotecas. Precios desde \$425,00.
- **PAQUETES EMPRESARIALES.**- Aplican las mismas tarifas de nuestros planes anteriores pero con convenios preestablecidos y descuentos especiales.

Tours para Turistas de Cruceros

El Tours incluye visitas a los principales atractivos turísticos de la ciudad de Manta como El museo Central del Ecuador, bosque húmedo de Pacoche, en la ciudad de Montecristi la visita de la ciudad de Alfaro y la parroquia Artesanal de Pile

Análisis de Comercialización

Para la comercialización de los paquetes turísticos se tomaran en cuenta las siguientes alternativas:

- De manera directa con las navieras, las cuales se encargan de realizar las diferentes rutas de los países a visitar por los cruceros.
- A través de nuestra página web www.ecoturist.com.ec donde se ofertaran todos los paquetes turísticos, la cual estará enlazada con principales operadoras nacionales e internacionales.
- Se promocionará a través de publicidad visual y/o escrita de los diferentes paquetes del servicio que brinda la empresa.

Ver Anexo II y III

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad técnica del proyecto.

3.1.2. Objetivos Específicos

Ubicar el lugar físico (macro y micro) del proyecto que favorezca a la optimización de los recursos.

Cuantificar la capacidad utilizada basada en la demanda insatisfecha del proceso de prestación del servicio.

Costear los insumos y las maquinarias para la prestación en el servicio de paquetes turísticos.

Determinar el proceso para la prestación en el servicio de paquetes turísticos a través de un flujo grama.

3.2. La Localización o ubicación de la planta

La ubicación es un factor importante para el proyecto, ¿Dónde físicamente se ubicará la planta?, considerando variables que favorezcan a los recursos del proyecto, por ejemplo macro localización y micro localización

3.2.1. La Macrolocalización

Para determinar el lugar, donde se debe ubicar el proyecto se va a considerar el método por puntos o método por factores, que determinen la

mejor ubicación, para ello tenemos tres opciones y factores para elegir la mejor:

- Manta (A1)
- Montecristi (A2)
- Jaramijó (A3)

Factores:

- Ubicación geográfica
- Arribo de Cruceros(En proporción de turistas)
- Densidad poblacional
- Servicios primarios
- Capacidad hotelera
- Capacidad de restaurantes
- Lugares de sano esparcimiento

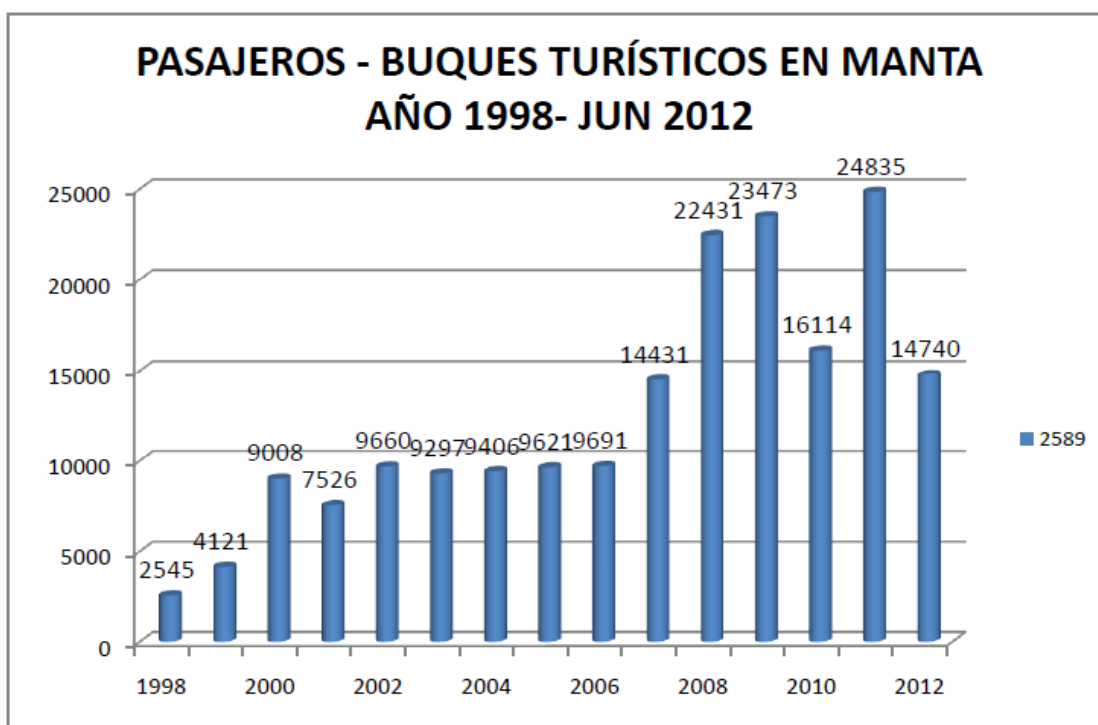
Tabla # 7
Macrolocalización de la Operadora Turística

		Ubicaciones Macro Localización					
		A1		A2		A3	
Factor	Ponderación	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado
Ubicación geográfica	3	9	0.27	9	0.27	7	0.21
Arribo cruceros (turistas)	30	10	3	5	1.5	4	1.2
Densidad poblacional	5	9	0.45	8	0.4	8	0.4
Servicios primarios	2	8	0.16	7	0.14	7	0.14
Capacidad hotelera	25	10	2.5	5	1.25	7	1.75
Capacidad restaurantes	15	10	1.5	8	1.2	7	1.05
Lugares	20	8	1.6	7	1.4	7	1.4
Total	1,00		9.48		6.16		6.15

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Después del análisis se puede decir desde el método cualitativo de factores, que la mejor elección en ubicación desde lo macro es el cantón Manta por ser un puerto pesquero turístico, por la planta hotelera que según la Dirección Municipal de Turismo cuenta con un total de 102 establecimientos hoteleros con 2,170 habitaciones alcanzando una capacidad hotelera de 5,100 plazas, por su gastronomía y la capacidad de atender a los turistas y el arribo de cruceros al puerto de Manta (gráfico 4) Ver Anexo 3

Gráfico # 7



Fuente: Bibliografía de Autoridad Portuaria de Manta

Elaborado: Oficina de i-Tur

3.2.2. La Microlocalización

Para determinar el lugar en donde se debe ubicar el proyecto se va a considerar el método por puntos o método por factores que determinen la mejor ubicación, para ello tenemos tres opciones y factores para elegir la mejor:

- Centro (A1)
- Sector Howard Johnson (A2)

- Tarqui (A3)

Factores:

- Ubicación geográfica
- Precio en el alquiler
- Acceso a servicios básicos
- Acceso a parqueo
- Tráfico vehicular

Tabla # 8
Microlocalización de la Operadora Turística

		Ubicaciones Micro Localización					
		A1		A2		A3	
Factor	Ponderación	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado	Puntaje Máximo (10)	Valor Ponderado
Ubicación geográfica	0,10	9	0,90	8	0,80	6	0,60
Precio en el alquiler	0,10	8	0,80	6	0,60	9	0,90
Acceso a servicios básicos	0,20	9	1,80	8	1,60	8	1,60
Acceso a parqueo	0,30	9	2,70	8	2,40	6	1,80
Tráfico vehicular	0,30	7	2,10	8	2,40	5	1,50
Total	1,00		8,30		7,80		6,40

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Se concluye que la ubicación más óptima que beneficiaría al proyecto es el centro de la ciudad de Manta, por factores que consideraron en la tabla anterior y que han permitido elegir esa opción.

3.3. Determinar el Tamaño de la Planta

Es importante para una empresa conocer el tamaño de su planta si se basa en la capacidad instalada para la producción o prestación del servicio y su

capacidad depende de la cantidad que se produce o se pretende servir en función de su tiempo sea este: diario, semanal, mensual, anual, según la necesidad.

3.3.1. Capacidad de prestación del servicio

Se tratará de ajustar a la capacidad de producción en términos de servicios turísticos, de necesidades insatisfechas representadas en el estudio de mercado, y a través del estudio técnico cuantificar la capacidad que el proyecto atenderá.

3.3.2. Capacidad Instalada

Para la capacidad Instalada del proyecto de acuerdo a nuestra investigación se establecerán dos demandas insatisfechas, una conformada por los turistas nacionales y extranjeros, y otra por los turistas de cruceros que arriben por el puerto de la ciudad de Manta.

3.3.2.1. Capacidad Instalada Por Paquetes

Para su capacidad instalada se considerará el 1.25% de la demanda insatisfecha de los turistas nacionales y turistas extranjeros que ingresen a la ciudad de Manta a través de los medios de transporte aéreos y terrestres que se proyectó en el estudio de mercado, basado en criterios como: al principio no se atenderá a toda la demanda por ser un proyecto noble, por los posibles potenciales competidores u otra variable externa que influya en el proyecto.

.Tabla # 9

.Capacidad instalada por Paquetes

Demanda Instisfecha	Año	Capacidad Instalada Anual	Capacidad Instalada Mensual por Personas	Capacidad Instalada Mensual por Paquetes
117603	2013	1.470	123	31
119389	2014	1.492	124	31
121203	2015	1.515	126	32
123046	2016	1.538	128	32
124918	2017	1.561	130	33
126820	2018	1.585	132	33
128752	2019	1.609	134	34
130715	2020	1.634	136	34
132709	2021	1.659	138	35
134735	2022	1.684	140	35

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.3.2.2. Capacidad Instalada Por Tours

Para su capacidad instalada se considerará el 3% de la demanda insatisfecha de los turistas de cruceros que ingresen a la ciudad de Manta a través del puerto que se proyectó en el estudio de mercado, basado en criterios como: al principio no se atenderá a toda la demanda por ser un proyecto noble, por los posibles potenciales competidores u otra variable externa que influya en el proyecto.

Tabla # 10

.Capacidad instalada por Tours

Turistas de Cruceros	Año	Capacidad Instalada Anual	Capacidad Instalada Mensual
20692	2013	621	52
20117	2014	604	50
19558	2015	587	49
19014	2016	570	48
18486	2017	555	46
17972	2018	539	45
17472	2019	524	44
16986	2020	510	42
16514	2021	495	41
16055	2022	482	40

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.3.3. Capacidad Utilizada

Para la capacidad utilizada del proyecto de acuerdo a la investigación realizada se lo establecerá por la capacidad utilizada por Paquetes y capacidad utilizada por Tours.

3.3.3.1. Capacidad Utilizada por Paquetes

Para su capacidad utilizada por paquetes se consideró el 23% de la capacidad instalada por paquetes, esto se debe a que es un proyecto novel, por la falta de experiencia y porque sería el punto idóneo para poder brindar un servicios de calidad. Por lo que se atenderá 338 paquetes turísticos anuales, 28 mensuales y 7 semanales durante el primer periodo, según se observa en la tabla 11.

Tabla # 11
Capacidad Utilizada Por Paquetes

Año	Capacidad Instalada Anual	Capacidad Utilizada Anual	Capacidad Utilizada Mensual	Capacidad Utilizada Semanal
2013	1.470	338	28	7
2014	1.492	343	29	7
2015	1.515	348	29	7
2016	1.538	354	29	7
2017	1.561	359	30	7
2018	1.585	365	30	8
2019	1.609	370	31	8
2020	1.634	376	31	8
2021	1.659	382	32	8
2022	1.684	387	32	8

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.3.3.2. Capacidad Utilizada por Tours

Para su capacidad utilizada por Tours se consideró el 85% de la capacidad instalada por tours, esto se debe a que es un proyecto novel, por la falta de experiencia y porque sería el punto idóneo para poder brindar un servicios

de calidad. Por lo que se atenderá 528 tours anuales, 44 mensuales, según se observa en la tabla 12.

Tabla # 12
Capacidad Utilizada Por Tours

Año	Capacidad Instalada Anual	Capacidad Utilizada Anual	Capacidad Utilizada Mensual
2013	621	528	44
2014	604	513	43
2015	587	499	42
2016	570	485	40
2017	555	471	39
2018	539	458	38
2019	524	446	37
2020	510	433	36
2021	495	421	35
2022	482	409	34

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.4. Balance de Insumos en General, Maquinarias y Equipos.

En este punto se tratará los insumos necesarios para la prestación del servicio de operadores turísticos y además se incluirá las maquinarias y equipos para operar.

3.4.1. Balance de Insumos en general

Insumo en General

Los insumos necesarios para poder operar son de carácter administrativo y se relacionan con materiales de oficina, los mismos que facilitarán el proceso de comercialización del servicio de operador turístico entre ellos están: el papel, la tinta u otro suministro.

Tabla # 13
Insumo en General

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA MENSUAL
1	RESMA DE PAPEL A4	2
2	TINTA NEGRO Y DE COLOR CONTINUA	1
3	ROLLO DE FAX	1

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.4.2. Balance de maquinarias y equipos

Tabla # 14
Balance de maquinarias y equipos

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN
2	COMPUTADORAS	TRANSCRIBIR OPERACIÓN
1	IMPRESORA TINTA CONTINUA	IMPRESIÓN DE PROFORMAS DEL SERVICIO Y OTROS
1	FAX	COMUNICACIÓN CON CLIENTES
3	TELÉFONOS	COMUNICACIÓN CON CLIENTES
1	ACONDICIONADOR DE AIRE	VENTILAR EL AMBIENTE
1	FILMADORA	APOYO OPERACIONAL, PUBLICIDAD
1	CÁMARA FOTOGRÁFICA	TOMAR FOTOS A LOS TURISTAS
4	RADIOS DE ALTA FRECUENCIA	PERMITIRÁ LA COMUNICACIÓN

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

3.5. Proceso de Prestación de Servicio

El proceso de la prestación de servicio turístico se lo realizará de la siguiente manera:

1. Se recibe los clientes por parte de un empleado de la operadora

2. Se los conduce al respectivo hotel para su registro y entrega de la llave
3. Se les brindará un cóctel de bienvenida
4. Se les indica la planificación de las actividades a realizar durante su permanencia en Manta
5. Se implementa la planificación según lo indicado

A continuación se representará el proceso de prestación de servicios a través de un diagrama de proceso:



CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1. Objetivo General

Estudiar la viabilidad administrativa y legal del proyecto de una operadora turística en el cantón Manta

4.2. Recursos

Los recursos necesarios para la implementación o puesta en marcha del proyecto:

- Recurso humano
- Recurso material
- Recurso financiero

Recurso Humano

El talento humano es la base para el crecimiento y desarrollo empresarial, mediante este recurso se erige la empresa, es imprescindible contar con un personal confiable, responsable y con experiencia en puestos claves, que garanticen en el mediano y largo plazo la eficiencia y eficacia en los procesos administrativos y productivos. Para el caso del proyecto se necesitará profesionales en el área turística (guías), administrativa (gerente, secretaria y vendedores), que se constituyan en el corto plazo en pieza fundamental en el engranaje de la empresa y así construir una empresa sustentable y sostenible que aporte al dinamismo de la economía local; se espera que a través de este proyecto se aporte de manera positiva a las necesidades sociales y económicas del cantón.

Recurso Material

Otro recurso importante es el material, necesario para el proceso de producción o prestación de servicio, para el presente proyecto es fundamental contar con equipos tecnológicos (computadoras u otros aparatos electrónicos) que faciliten la presentación de servicios turísticos.

Recurso Financiero

El recurso financiero es de suma importancia para la puesta en marcha del proyecto, el contar con el capital como punto inicial para su operatividad es clave, los grandes problemas que se enfrentan a diario los proyectos de inversión privados es no tener el recurso suficiente, o al menos contar con alternativas de financiamiento. Para el presente proyecto se dispondrá de un recurso inicial por parte de los accionistas y la diferencia se buscará en instituciones financieras locales que presenten la mejor opción y que sus requisitos sean alcanzables y poder operativizar el proyecto de inversión.

Requisitos Operadora Turística

Para la constitución de la empresa se necesitan los siguientes requisitos en el ámbito legal.

- Nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil
- Obtener el Registro turístico
- Obtener el Registro Único del Contribuyente RUC
- Afiliarse a la Cámara de Turismo
- Licencia única anual de funcionamiento

Constitución de la empresa

Para su constitución:

Tabla # 15

Cuadro de Constitución de la Empresa

Descripción	Costo a diferir
Constitución de la empresa turística	\$1000
Impuestos al turismo	\$200
Permisos turísticos	\$150
Total	\$1,350.00

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

4.3. Formulación estratégica

4.3.1. Filosofía de la empresa

Objetivo

Introducir la prestación de servicio turístico de la empresa en el corto plazo, en la ciudad de Manta.

Misión

Ofertar paquetes turísticos que satisfagan la necesidad de servicios turísticos para visitantes extranjeros y nacionales, basado en la experiencia del contexto histórico, ecológico y moderno de la provincia de Manabí

Visión

Ser una empresa que fomente el turismo y coadyuve con otras operadoras turística al crecimiento y desarrollo de la economía local y posesionar al cantón Manta y la provincia de Manabí como la mejor alternativa de visita turística, preservando su reserva natural.

Valores empresariales

Los valores empresariales pueden ser finales y operacionales

Valores finales

- Calidad
- Respeto
- Responsabilidad

Estos valores que se consideran, servirán para inducir a la empresa a la consecución de la misión y visión del proyecto de operadora turística.

Valores operacionales

- Servicio
- Eficiencia
- Eficacia
- Dinamismo
- Perseverancia
- Desarrollo

En cambio estos valores ayudan a la organización de la empresa, para este caso al proyecto, cada uno de estos valores en su conjunto estimulan una correcta organización, que ayudará al crecimiento y desarrollo de la empresa.

4.3.2. Análisis de la empresa

Análisis del Macro entorno

Para el macro entorno se considerará algunos factores: político-jurídico, cultura y tecnología

Política

Para este caso el Plan Nacional del Buen Vivir, sus políticas, objetivos y estrategias sirven para potencializar el turismo, por ejemplo el objetivo 7 “Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro en común”, la estrategia para el Buen Vivir “Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario”

Cultura

La cultura del mantense hacia la diversión, es el punto más importante de este factor, porque muchos ecuatorianos han emigrado a otros países y regresan a su país de origen de vacaciones y estimulan el turismo a través de la publicidad que los compatriotas ecuatorianos realizan en tierras extranjeras, es la mejor publicidad con que cuentan las operadoras turísticas.

Tecnología

La tecnología es un factor necesario en esta nueva era tecnológica, el contar con recursos tecnológicos pueden potencializar el procedimiento en el proceso de la prestación del servicio que puede influir en el ámbito macro a cualquier proyecto y en este caso la operadora turística.

Análisis del Micro entorno (Industria)

La industria del turismo está entre las primeras actividades económicas más importantes del país y el cantón Manta no es la excepción compartiendo esta distinción con la industria atunera y el comercio de venta de automotores y repuestos.

Manta cuenta con una planta hotelera importante, su capacidad son 28 hoteles, 4 hoteles residencias, 5 aprts hotel, 37 hostales y pensiones, 19 hostales residencia, 1 pensión, 7 hosterías y 3 cabañas, con un total de

2.200 habitaciones y una capacidad hotelera de 5.200 personas, según el itur. (Oficina de atención e información al turista i-tur, Dirección de Turismo del GAD Municipal de Manta)

Ver Anexo IV

Análisis Interno (F/D)

El desempeño del personal en la prestación del servicio de operador turístico, se considera fortaleza si está basado en la experiencia, por eso el personal que será contratado, estará basado en sus competencias afines al sector turístico. Mantener un buen liderazgo como punto de partida para orientar el objetivo de la empresa y se complementaría con el desempeño del talento humano a contratar.

Fuerzas de Porter

Análisis Vertical

Poder de Negociación del Proveedor

Para el caso del proyecto de inversión, la negociación con el proveedor no es muy influyente por ser un caso de prestación de servicios turísticos, lo que se encuentra es relaciones comerciales con hoteles, lugares turísticos y sitios de comida que complementan el servicio y a partir de esa relación conseguir buenos precios para los turistas.

Poder de Negociación del Consumidor

Con los consumidores el poder de negociación estará a favor del proyecto porque en este caso el precio de los paquetes turísticos es determinado por la empresa y se los negociará con los potenciales clientes.

Análisis Horizontal

Competidores Potenciales

Al ser una estructura de competencia monopolística las barreras de entrada son bajas, significa que se da la apertura para que entren otros competidores o competidores potenciales que influirán en el mercado del sector turístico y por tanto el proyecto de inversión en la prestación de servicios turísticos.

Competidores Productos Sustitutivos

Competidores con productos sustitutivos, se lo puede enfocar a personas que no utilizan las operadoras turísticas, pero persiguen el mismo objetivo que es vacacionar, descansar y visitar otras ciudades, disfrutando en este caso las bondades de la provincia de Manabí.

4.3.3. Definición de una estrategia

Se busca a través de estrategias contribuir a alcanzar el objetivo empresarial considerando los valores empresariales, y además conducir a la consecución de la visión y misión. La importancia de definir estrategias es parte principal del éxito del proyecto, por eso se buscará el medio más cercano a las características del mercado y las fortalezas del proyecto de inversión.

Objetivos estratégicos

- Posicionar el servicio turístico en el mercado de operadores turísticos del cantón Manta
- Ser eficientes en el servicio turístico
- Servir con calidad y humanismo a los clientes en la prestación de servicios turísticos

- Buscar la máxima rentabilidad en la inversión al mínimo costo posible
- Capacitar frecuentemente al personal para satisfacer las necesidades turísticas de los clientes

Estrategia

Las estrategias que se formularán para ayudar a la consecución de los objetivos estratégicos son:

- De diferenciación
- De especialización

Estrategia de diferenciación

Esta estrategia busca obtener una ventaja competitiva, que lo diferencie del resto de competidores actuales si se parte de que la estructura en esta actividad económica es de competencia monopolística, es importante diferenciar de los productos similares y sustitutos con que se compite y generar en los clientes, sean estos, clientes nuevos o de los competidores, la diferencia en el servicio para que elijan las opciones y potencializar las ventajas que tendría el proyecto de inversión.

Estrategia de especialización

La siguiente estrategia busca trabajar sobre nichos de mercados específicos, en el caso del proyecto con grupos de extranjeros, y a través de la experiencia que se va adquiriendo, especializarse en ese nicho de mercado y poder mejorar el servicio para satisfacer las necesidades turísticas de ese grupo específico de clientes o potenciales clientes.

4.4. Procedimientos administrativos

En los procesos administrativos se considerarán los siguientes:

- Procedimiento de prestación del servicio

- Procedimientos contables

Procedimiento de prestación de servicio

Para la prestación del servicio de operador turístico se considerará:

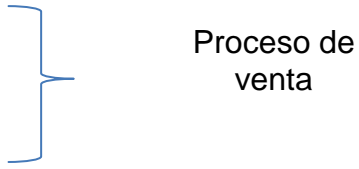
1. La *gestión de venta*, para ello se contratará a un vendedor o vendedora que realice el acercamiento con grupos de personas en el extranjero para persuadirlos de visitar las maravillas de Manabí, ofreciendo los paquetes turísticos
2. La *recepción del grupo* de turistas a cargo del guía turístico quien les dará la bienvenida y los llevará a su respectivo lugar de descanso
3. Se *ejecuta lo planificado*, es decir que se realizan las actividades de turismo y recreación para cada uno de los visitantes extranjeros.



Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Procedimientos contables

Para el procedimiento contable se utilizará un software con módulos de facturación, ingresos, egresos y reportes, que serán alimentados por la secretaria a partir de las transacciones que realicen en la actividad económica de la empresa.

1. Se realice la orden de servicio
 2. Se realiza la facturación al cliente
 3. Se ingresa la factura al sistema
- 
- The diagram consists of a blue bracket on the right side of the list, grouping the three items. To the right of the bracket, the text 'Proceso de venta' is written in a black, sans-serif font.

4.5. Organización legal de la empresa

Funciones de la empresa

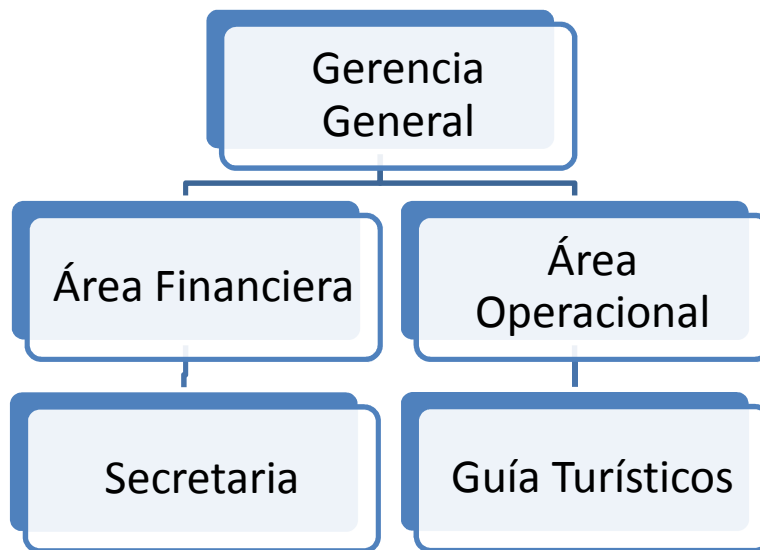
La función directa de la empresa es brindar el servicio turístico como operadora, manteniendo una excelente estructura organizacional que permita un mejor manejo de los recursos administrativos, operacionales, legales, financieros. Lo que permitirá una adecuada administración de los recursos de la empresa y de las funciones de su personal

- Departamento administrativo: El mismo que estará a cargo de manejar toda el área administrativa, además se encargará de representar legalmente a la empresa y será la cabeza visible. Este departamento tiene la responsabilidad de controlar todo lo que hace referencia o lo que se necesite en la oficina, los recursos, materiales, suministros, entre otros.

- Departamento Financiero: Tendrá la responsabilidad del área contable de la empresa. El área Financiera estará a cargo de administrar el recurso financiero a través de la contabilidad por medio de sus balances, estados de resultados y otros indicadores financieros para la toma de decisiones de la empresa. También está relacionado directamente con el departamento administrativo para brindar soluciones directas y precisas en el área empresarial que se desenvuelvan.
- El área operacional tendrá que ver con el manejo y control directo de los guías turísticos, además será responsable de los convenios con las empresas turísticas con quien tenga conexión directa, en referencia a los paquetes turísticos que se ofrezcan. Además llevará el control de todas las decisiones de campo que tengan que ver exclusivamente para el mejoramiento en el proceso de prestación del servicio de operador turístico.

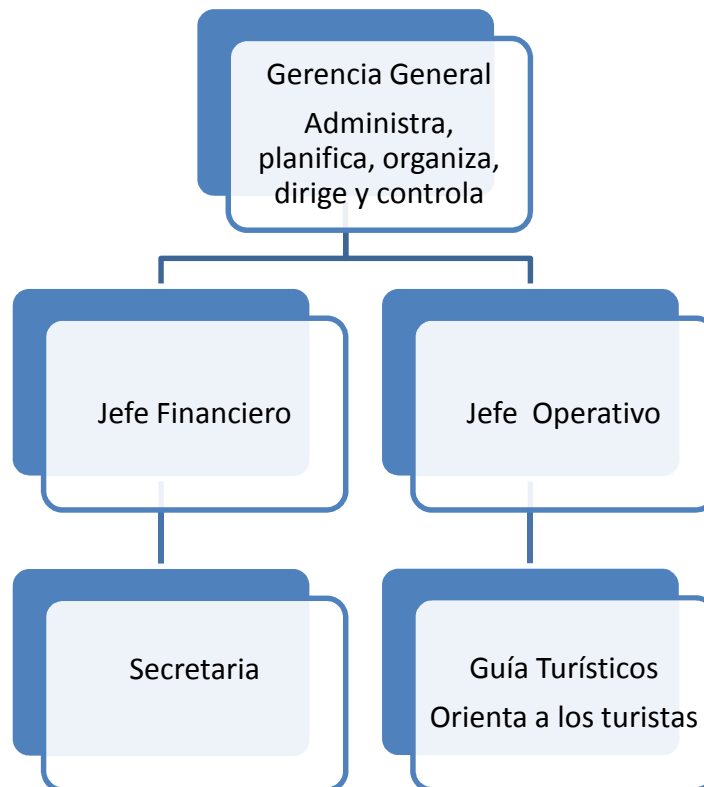
Estos departamentos tendrán una organización horizontal, es decir que todos serán parte de la toma de decisiones interdepartamentales y en función de esas decisiones se harán los correctivos necesarios de acuerdo al contexto en que se desarrollen las actividades económicas que se presentaren. También se contratará a una secretaria bilingüe para que asista de manera directa y articulada con todos los departamentos, la misma llevará citas y eventos de la empresa, así mismo tendrá que ser la primera en atender a los clientes vía telefónica o a través de las redes sociales, erigiéndose como la pieza fundamental en el proceso de atención al cliente.

Organigrama estructural



Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Organigrama funcional



Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Funciones del personal

Tabla # 16
Funciones del Personal

Cargo	Funciones
Gerente General	Planifica, organiza, dirige y controla Se reúne periódicamente con el financiero y el jefe de turismo Representa legalmente a la empresa
Jefe Financiero	Dirige y controla la contabilidad Evalúa los índices financieros Se reúne periódicamente con el gerente general
Jefe de Turismo	Dirige y controla el área turística Se reúne periódicamente con el gerente general Se reúne periódicamente con el guía turístico
Secretaria	Se comunica con los clientes vía telefónica y por redes sociales Apoya al gerente general, al financiero y al jefe de turismo Ingresa información contable al sistema Realiza los pedidos de suministros que necesite la empresa para su operación
Guía	Se comunica directamente con los turistas Es el encargado de guiar a los turistas extranjeros Se reúne periódicamente con el jefe de turismo

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Mediante el siguiente estudio se busca determinar la viabilidad financiera, a través de la evaluación de los estados financieros proyectados.

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad financiera del proyecto de inversión de una Operadora Turística en el Cantón Manta.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar el monto de la inversión para poder desarrollar el proyecto
- Proyectar los presupuestos de ingresos y gastos del proyecto
- Analizar los indicadores financieros y razones financieras del proyecto

5.2. Presupuesto de Ingresos

La proyección de los ingresos para la investigación se basará en 3 paquetes turísticos y los tours para turistas de cruceros, que ofrecerá la operadora:

- Paquete Junior
- Paquete Silver
- Paquete Gold
- Tours para turistas de Cruceros

Además del 100% de la capacidad utilizada anual del estudio técnico, se consideró para el paquete Junior el 50% del total, el 30% para el paquete Silver y el 20% para el paquete Gold. Se consideró estos porcentajes bajo un criterio económico ya que el primer paquete es de mayor acceso, se mantiene el mismo criterio para los otros dos paquetes con menor ponderación, porque sus precios son mayores en relación al primero.

5.2.1. Proyección de ingresos paquete Junior

Tabla # 17
Proyección de ingresos paquete Junior

	Año	Unidades	PVP	Total
1	2013	169	\$ 180,00	\$ 30.420,00
2	2014	174	\$ 185,42	\$ 32.262,73
3	2015	179	\$ 191,00	\$ 34.188,84
4	2016	185	\$ 196,75	\$ 36.398,41
5	2017	190	\$ 202,67	\$ 38.507,35
6	2018	196	\$ 208,77	\$ 40.919,05
7	2019	202	\$ 215,05	\$ 43.441,04
8	2020	208	\$ 221,53	\$ 46.077,78
9	2021	214	\$ 228,20	\$ 48.833,90
10	2022	221	\$ 235,06	\$ 51.949,25

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.2.2. Proyección de ingresos paquete Silver

Tabla # 18
Proyección de ingresos paquete Silver

	Año	Unidades	PVP	Total
1	2013	101	\$ 300,00	\$ 30.300,00
2	2014	104	\$ 309,03	\$ 32.139,12
3	2015	108	\$ 318,33	\$ 34.379,83
4	2016	111	\$ 327,91	\$ 36.398,41
5	2017	114	\$ 337,78	\$ 38.507,35
6	2018	118	\$ 347,95	\$ 41.058,23
7	2019	121	\$ 358,42	\$ 43.369,35
8	2020	125	\$ 369,21	\$ 46.151,62
9	2021	129	\$ 380,33	\$ 49.062,09
10	2022	132	\$ 391,77	\$ 51.714,18

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.2.3. Proyección de ingresos paquete Gold

Tabla # 19

Proyección de ingresos paquete Gold

	Año	Unidades	PVP	Total
1	2013	68	\$ 425,00	\$ 28.900,00
2	2014	70	\$ 437,79	\$ 30.645,48
3	2015	72	\$ 450,97	\$ 32.469,84
4	2016	74	\$ 464,54	\$ 34.376,27
5	2017	76	\$ 478,53	\$ 36.368,05
6	2018	78	\$ 492,93	\$ 38.448,59
7	2019	81	\$ 507,77	\$ 41.129,20
8	2020	83	\$ 523,05	\$ 43.413,29
9	2021	86	\$ 538,80	\$ 46.336,42
10	2022	88	\$ 555,01	\$ 48.841,17

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.2.4. Proyección de ingresos de Tours para turistas de Cruceros

Tabla # 20

Proyección de ingresos de Tours

	Año	Unidades	PVP	Total
1	2013	528	\$ 55,00	\$ 29.040,00
2	2014	513	\$ 56,66	\$ 29.064,27
3	2015	499	\$ 58,36	\$ 29.122,05
4	2016	485	\$ 60,12	\$ 29.156,98
5	2017	471	\$ 61,93	\$ 29.167,63
6	2018	458	\$ 63,79	\$ 29.216,29
7	2019	446	\$ 65,71	\$ 29.307,17
8	2020	433	\$ 67,69	\$ 29.309,36
9	2021	421	\$ 69,73	\$ 29.354,85
10	2022	409	\$ 71,83	\$ 29.376,53

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.3. Presupuesto de Costos

Para presupuestar los costos de los paquetes turísticos, se lo calculara sobre un promedio de 4 personas, y para los tours de los turistas de cruceros se lo calculara sobre 45 personas.

5.3.1. Costos paquete Junior

Tabla # 21
Costos paquete Junior

Actividades	Costo Total diario	Tiempo (días)	Total	Costo Unitario
Transporte	\$ 40,00	2	\$ 80,00	\$ 20,00
Hospedaje	\$ 30,00	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Guía	\$ 30,00	2	\$ 60,00	\$ 15,00
Combustible	\$ 15,00	2	\$ 30,00	\$ 7,50
Bienvenida	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 5,00
Otros	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 5,00
				\$ 82,50

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.3.2. Costos paquete Silver

Tabla # 22
Costos paquete Silver

Actividades	Costo Total diario	Tiempo (días)	Total	Costo Unitario
Transporte	\$ 40,00	3	\$ 120,00	\$ 30,00
Hospedaje	\$ 35,00	2	\$ 70,00	\$ 70,00
Guía	\$ 30,00	3	\$ 90,00	\$ 22,50
Combustible	\$ 20,00	3	\$ 60,00	\$ 15,00
Bienvenida	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 5,00
Comidas	\$ 15,00	3	\$ 45,00	\$ 45,00
Entradas	\$ 10,00	3	\$ 30,00	\$ 30,00
Otros	\$ 25,00	1	\$ 25,00	\$ 6,25
				\$ 223,75

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.3.3. Costos paquete Gold

Tabla # 23
Costos paquete Gold

Actividades	Costo Total diario	Tiempo (días)	Total	Costo Unitario
Transporte	\$ 45,00	4	\$ 180,00	\$ 45,00
Hospedaje	\$ 40,00	3	\$ 120,00	\$ 120,00
Guía	\$ 30,00	4	\$ 120,00	\$ 30,00
Combustible	\$ 20,00	4	\$ 80,00	\$ 20,00
Bienvenida	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 5,00
Comidas	\$ 15,00	4	\$ 60,00	\$ 60,00
Entradas	\$ 15,00	4	\$ 60,00	\$ 60,00
Buceo	\$ 25,00	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Otros	\$ 25,00	1	\$ 25,00	\$ 6,25
				\$ 371,25

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.3.4. Costos de Tours para Turistas de Crucero

Tabla # 24
Costos de Tours

Actividades	Costo Total diario	Tiempo (días)	Total	Costo Unitario
Transporte	\$ 100,00	1	\$ 100,00	\$ 2,22
Guía (3)	\$ 90,00	1	\$ 90,00	\$ 2,00
Conductor	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 0,44
Combustible	\$ 75,00	1	\$ 75,00	\$ 1,67
Bienvenida	\$ 200,00	1	\$ 200,00	\$ 4,44
Refrigerio	\$ 270,00	1	\$ 270,00	\$ 6,00
Otros	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 3,33
				\$ 20,11

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.4. Proyección de costos de los paquetes Turísticos y Tours

Para la proyección de los costos se consideró las unidades que se ofrecerán en cada periodo, multiplicado por el factor costo que se calculó en tablas anteriores, además se consideró para la proyección la tasa de inflación anual del 3.01%

5.4.1. Proyección de costos paquete Junior

Tabla # 25

Proyección de costos paquete Junior

Periodo	Año	Unidades	Costo	Total
1	2013	169	\$ 82,50	\$ 13.947
2	2014	174	\$ 84,98	\$ 14.799
3	2015	179	\$ 87,54	\$ 15.704
4	2016	185	\$ 90,18	\$ 16.663
5	2017	190	\$ 92,89	\$ 17.681
6	2018	196	\$ 95,69	\$ 18.762
7	2019	202	\$ 98,57	\$ 19.908
8	2020	208	\$ 101,53	\$ 21.125
9	2021	214	\$ 104,59	\$ 22.416
10	2022	221	\$ 107,74	\$ 23.785

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.4.2. Proyección de costos paquete Silver

Tabla # 26

Proyección de costos paquete Silver

Periodo	Año	Unidades	Costo	Total
1	2013	101	\$ 223,75	\$ 22.599
2	2014	104	\$ 230,48	\$ 23.970
3	2015	108	\$ 237,42	\$ 25.642
4	2016	111	\$ 244,57	\$ 27.147
5	2017	114	\$ 251,93	\$ 28.720
6	2018	118	\$ 259,51	\$ 30.623
7	2019	121	\$ 267,32	\$ 32.346
8	2020	125	\$ 275,37	\$ 34.421
9	2021	129	\$ 283,66	\$ 36.592
10	2022	132	\$ 292,20	\$ 38.570

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.4.3. Proyección de costos paquete Gold

Tabla # 27

Proyección de costos paquete Gold

Periodo	Año	Unidades	Costo	Total
1	2013	68	\$ 371,25	\$ 25.245,00
2	2014	70	\$ 382,42	\$ 26.769,72
3	2015	72	\$ 393,94	\$ 28.363,36
4	2016	74	\$ 405,79	\$ 30.028,69
5	2017	77	\$ 418,01	\$ 32.186,57
6	2018	79	\$ 430,59	\$ 34.016,57
7	2019	81	\$ 443,55	\$ 35.927,57
8	2020	84	\$ 456,90	\$ 38.379,69
9	2021	86	\$ 470,65	\$ 40.476,23
10	2022	89	\$ 484,82	\$ 43.149,02

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.4.4. Proyección de costos Tours para los turistas de Crucero

Tabla # 28

Proyección de costos Tours

Periodo	Año	Unidades	Costo	Total
1	2013	528	\$ 20,11	\$ 10.618,67
2	2014	513	\$ 20,72	\$ 10.627,54
3	2015	499	\$ 21,34	\$ 10.648,67
4	2016	485	\$ 21,98	\$ 10.661,44
5	2017	471	\$ 22,64	\$ 10.665,34
6	2018	458	\$ 23,33	\$ 10.683,13
7	2019	446	\$ 24,03	\$ 10.716,36
8	2020	433	\$ 24,75	\$ 10.717,16
9	2021	421	\$ 25,50	\$ 10.733,79
10	2022	409	\$ 26,26	\$ 10.741,72

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.5. Detalle de inversiones

A continuación se detallarán las inversiones necesarias para el proyecto que serán posteriormente evaluadas desde el ámbito financiero.

5.5.1. Análisis de Inversión

Para realizar el análisis de las inversiones se clasificaron en tres tipos de inversiones:

- Inversión fija
- Inversión diferida
- Inversión en operaciones

5.5.1.1. Inversión fija

Se detalla a continuación la inversión como elemento que permitirá como un insumo para la evaluación financiera y posteriormente la ejecución del proyecto si se determina su factibilidad

Tabla # 29
Inversión Fija

Descripción	Valor USD
Maquinarias y Equipos	\$ 2,850.00
Muebles y Enseres	\$ 1.565.00
Total	\$ 4,415.00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Activos

Activos Fijos

Para el desarrollo de las actividades relacionadas a la operadora turística se necesitará de activos fijos en este caso Muebles y Enseres, Equipo de Computación y Equipos de Oficina que son necesarios en toda actividad económica para su correcto funcionamiento:

Muebles y Enseres

Tabla # 30
Muebles y Enseres

Activo Fijo	Requerimiento	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	4	\$ 120	\$ 480
Mesa de reuniones para cinco personas	1	\$ 200	\$ 200
Silla ejecutivas	4	\$ 60	\$ 240
Silla de espera	15	\$ 35	\$ 525
Archivador	1	\$ 120	\$ 120.00
		Total	\$ 1.565

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

Equipos de Oficinas y Computación

Tabla # 31
Equipos de Oficinas y Computación

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIDAD (\$)	VALOR TOTAL
2	COMPUTADORAS	\$ 550,00	\$ 1100
1	IMPRESORA TINTA CONTINUA	\$ 180,00	\$ 180
3	TELÉFONOS	\$ 20,00	\$ 60
1	AIRE ACONDICIONADO	\$ 600,00	\$ 600
1	FILMADORA	\$ 350,00	\$ 350
1	CÁMARA FOTOGRÁFICA	\$ 160,00	\$ 160
4	RADIOS DE ALTA FRECUENCIA	\$ 100,00	\$ 400
		TOTAL	\$ 2850

Elaborado: George Cedeño y Ángel Valle

5.5.1.2. Inversión diferida

Tabla #32
Cuadro de Constitución de la Empresa

Descripción	Costo a diferir
Constitución de la empresa turística	\$1000
Impuestos al turismo	\$200
Permisos turísticos	\$150
Total	\$1,350.00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Gasto de Venta

Para la consecución de los objetivos estratégicos se utilizará recursos para su cumplimiento, en referencia a publicidad y promociones, para ello se destinará \$100 mensuales, \$ 1200 anual.

5.5.1.3. Inversión de Operación

Para poder operar en la empresa se necesitará de recursos y se lo hará en relación a un periodo trimestral

Tabla # 33
Inversión Operacional

Descripción	Total anual	Total Trimestral
Costo del servicio		
Insumos servicio	72.409,39	18.102,35
Costo de Operación		
Gastos Administrativos	27708,00	6.927,00
Gastos de Ventas	1.200,00	300,00
Total	101.317,39	25.329,35

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.6. Inversión del proyecto

La inversión del proyecto es el resultado de sumar la inversión fija, la inversión diferida y la inversión para su operación

Tabla # 34
Inversión del Proyecto

Descripción	Valor
Inversión fija	\$ 4,415.00
Inversión diferida	\$ 1,350.00
Inversión de operación (3 meses)	\$ 25,329.35
Total	\$ 31,094.35

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.6.1. Financiamiento

La inversión total del proyecto es de \$31,094.35, el porcentaje de aportación de los inversionistas será del 20% y su diferencia \$24,875.48, será financiada a través de alguna institución financiera.

Tabla # 35

Tabla de amortización

Capital	24.875,48	
Interes	11,83%	Anual
Periodo	5	Año

Año	Pago	Interés	Abono	Saldo
0				24.875,48
1	-\$ 6.871,66	-\$ 2.942,77	-\$ 3.928,89	\$ 20.946,59
2	-\$ 6.871,66	-\$ 2.477,98	-\$ 4.393,68	\$ 16.552,91
3	-\$ 6.871,66	-\$ 1.958,21	-\$ 4.913,45	\$ 11.639,45
4	-\$ 6.871,66	-\$ 1.376,95	-\$ 5.494,71	\$ 6.144,74
5	-\$ 6.871,66	-\$ 726,92	-\$ 6.144,74	\$ 0,00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.6.2. Depreciación de activos fijos

Tabla # 36

Depreciación de activos fijos

Equipos	Tiempo (años)	Valor	Depreciación	Valor anual
Maquinarias y equipos	10	1570,00	10%	\$157,00
Muebles y Enseres	10	1565,00	10%	\$156,50
Computadoras	3	1280,00	33,33%	\$426,62
				\$740,12

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.7. Gastos administrativos y operativos

5.7.1. Remuneraciones

Para el proceso de prestación del servicio de una operadora turística se contará con el siguiente personal:

Tabla # 37
Sueldos y Salarios

Ocupación	Requerimiento	Sueldo Mensual	Sueldo Trimestral	Sueldo Anual
Gerente General	1	500,00	1.500,00	6.000,00
Jefe Financiero	1	450,00	1.350,00	5.400,00
Jefe del área turística	1	400,00	1.200,00	4.800,00
Secretaria	1	350,00	1.050,00	4.200,00
Vendedor	1	350,00	1.050,00	4.200,00
	Total	2.050,00	6.150,00	24.600,00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.7.2. Materiales de Oficina

Tabla # 38
Materiales de Oficina

Descripción	Unidad	Mensual	Anual	Precio \$	Total anual
Talonnario de facturas	Talonnario (100 hojas)	1	12	\$ 12	\$ 144
				Total	\$144,00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.7.3. Servicios básicos

Tabla # 39
Servicios Básicos

Servicio	Unidad	Mensual	Precio \$	Total mensual	Total anual
Agua Potable	m ³	5	\$3,00	\$15,00	\$180,00
Energía eléctrica (4 fluorescentes, Acondicionador de aire)	kw/hora	400	\$0,08	\$32,00	\$384,00
Teléfono		1	\$25,00	\$25,00	\$300,00
Alquiler		1	\$175,00	\$175,00	\$2.100,00
Página web		1 año	\$350,00		\$350,00
			Total	\$247,00	\$2.964,00

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.8. Estados financieros

5.8.1. Estado de resultado

En el estado de resultados los ingresos por ventas del proyecto, se obtiene de la suma de las ventas de los paquetes turísticos y los tours, lo cual es para el primer año de \$118.660,00, los costos del servicio se derivan de la suma de los costos de los paquetes turísticos anuales y los tours obteniendo \$72.409,39, por lo tanto la proyección de los ingresos y los costos del proyecto se realizan por cada uno de los años, tomando en consideración la tasa de inflación anual.

Tabla # 40
Estado de Resultado

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ingresos por ventas	118.660,00	121.349,91	125.372,49	130.251,22	137.014,28	145.653,73	156.737,82	172.297,57	193.079,15	222.319,66
TOTAL INGRESOS	118.660,00	121.349,91	125.372,49	130.251,22	137.014,28	145.653,73	156.737,82	172.297,57	193.079,15	222.319,66
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Costo del servicio	72.409,39	76.166,91	80.357,20	84.500,40	89.253,32	94.084,07	98.898,47	104.643,01	110.217,76	116.246,23
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	72.409,39	76.166,91	80.357,20	84.500,40	89.253,32	94.084,07	98.898,47	104.643,01	110.217,76	116.246,23
UTILIDAD BRUTA	46.250,61	45.183,00	45.015,29	45.750,82	47.760,96	51.569,66	57.839,35	67.654,55	82.861,39	106.073,43
COSTO DE OPERACIÓN										
Gastos Administrativos	27.708,00	28.542,01	29.401,13	30.286,10	31.197,71	32.136,76	33.104,08	34.100,51	35.126,94	36.184,26
Gastos de Ventas	1.200,00	1.236,12	1.273,33	1.311,65	1.351,14	1.391,80	1.433,70	1.476,85	1.521,31	1.567,10
Gastos Financieros	2.942,77	2.477,98	1.958,21	1.376,95	726,92	-	-	-	-	-
Gastos de Depreciación	740,12	740,12	740,12	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	32.590,89	32.996,24	33.372,79	33.288,20	33.589,27	33.842,07	34.851,28	35.890,86	36.961,74	38.064,85
UTILIDAD OPERACIONAL	13.659,71	12.186,76	11.642,50	12.462,62	14.171,69	17.727,59	22.988,07	31.763,69	45.899,65	68.008,57
15% Impuesto a los trabajadores	2.048,96	1.828,01	1.746,38	1.869,39	2.125,75	2.659,14	3.448,21	4.764,55	6.884,95	10.201,29
UTILIDAD ANTES DEL IMP. A LA RENTA	11.610,76	10.358,75	9.896,13	10.593,23	12.045,94	15.068,45	19.539,86	26.999,13	39.014,70	57.807,29
22% Impuesto a la Renta	2.554,37	2.278,92	2.177,15	2.330,51	2.650,11	3.315,06	4.298,77	5.939,81	8.583,23	12.717,60
UTILIDAD NETA	9.056,39	8.079,82	7.718,98	8.262,72	9.395,83	11.753,39	15.241,09	21.059,33	30.431,47	45.089,69

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.8.2. Flujo de Caja

Tabla # 41
Flujo de Caja

Descripción	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos operacionales	0	118.660,00	121.349,91	125.372,49	130.251,22	137.014,28	145.653,73	156.737,82	172.297,57	193.079,15	222.319,66
Ingresos		118.660,00	121.349,91	125.372,49	130.251,22	137.014,28	145.653,73	156.737,82	172.297,57	193.079,15	222.319,66
Egresos operacionales	0	101.317,39	105.945,04	111.031,66	116.098,15	121.802,16	127.612,63	133.436,25	140.220,38	146.866,00	153.997,58
Costos de servicio		72.409,39	76.166,91	80.357,20	84.500,40	89.253,32	94.084,07	98.898,47	104.643,01	110.217,76	116.246,23
Gastos Administrativos		27.708,00	28.542,01	29.401,13	30.286,10	31.197,71	32.136,76	33.104,08	34.100,51	35.126,94	36.184,26
Gastos de Ventas		1.200,00	1.236,12	1.273,33	1.311,65	1.351,14	1.391,80	1.433,70	1.476,85	1.521,31	1.567,10
Flujo operacional	0	17.342,61	15.404,87	14.340,84	14.153,07	15.212,11	18.041,09	23.301,57	32.077,19	46.213,15	68.322,07
Ingreso no operacional	31.094,35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital propio	6.218,87										
Financiamiento	24.875,48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos no operacionales		11.474,98	10.978,60	10.795,19	11.071,56	11.647,52	5.974,20	7.746,98	10.704,36	15.468,18	22.918,89
Intereses		2.942,77	2.477,98	1.958,21	1.376,95	726,92					
Pago Capital		3.928,89	4.393,68	4.913,45	5.494,71	6.144,74					
Participación trabajadores		2.048,96	1.828,01	1.746,38	1.869,39	2.125,75	2.659,14	3.448,21	4.764,55	6.884,95	10.201,29
Impuesto a la renta		2.554,37	2.278,92	2.177,15	2.330,51	2.650,11	3.315,06	4.298,77	5.939,81	8.583,23	12.717,60
Activos	5.765,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Fija	4.415,00										
Inversión diferida	1.350,00										
Inversión operacional											
Flujo no operacional		- 11.474,98	- 10.978,60	- 10.795,19	- 11.071,56	- 11.647,52	- 5.974,20	- 7.746,98	- 10.704,36	- 15.468,18	- 22.918,89
Depreciación activos		740,12	740,12	740,12	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50
Flujo neto		5.867,62	4.426,27	3.545,65	3.081,50	3.564,59	12.066,89	15.554,59	21.372,83	30.744,97	45.403,19
Saldo inicial caja	-	25.329,35	31.196,97	35.623,24	39.168,89	42.250,39	45.814,98	57.881,88	73.436,47	94.809,29	125.554,26
Saldo final caja	25.329,35	31.196,97	35.623,24	39.168,89	42.250,39	45.814,98	57.881,88	73.436,47	94.809,29	125.554,26	170.957,45

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.8.3. Balance Inicial del Proyecto

Tabla # 42
Balance Inicial

Balance Inicial			
Total Activos	6.218,87	Total Pasivos	-
Activo Corriente		Pasivo corriente	
Caja -Banco	453,87		
		Total Pasivo Corriente	-
Total Activo Corriente	453,87		
Activo Fijo		Pasivo no corriente	
		Obligaciones L/P	-
Equipo de Oficina	2.850,00	Total Pasivo no Corriente	-
Muebles y enseres	1.565,00		
Gastos de Costitucion	1.350,00	Patrimonio	6.218,87
Total Activo Fijo	5.765,00		
Total Activos	6.218,87	Total Pasivo + Patromonio	6.218,87

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.8.4. Balance General proyectado para el primer año

Tabla # 43
Balance General proyectado

Balance General			
Total Activos	<u>36.221,85</u>	Total Pasivos	<u>20.946,59</u>
Activo Corriente		Pasivo corriente	
Caja -Banco	31.196,97	Obligaciones C/P	4.393,68
Total Activo Corriente	31.196,97	Total Pasivo Corriente	4.393,68
Activo Fijo		Pasivo no corriente	
		Obligaciones L/P	16.552,91
Maquinarias y equipos	1.570,00	Total Pasivo no Corriente	16.552,91
Muebles y enseres	1.565,00		
Equipos de Computación	1.280,00	Patrimonio	<u>15.275,26</u>
Depreciaciones	- 740,12		
Total Activo Fijo	3.674,88		
		Capital Social	6.218,87
Activo Diferido		Utilidad del ejercicio	9.056,39
Gastos Diferidos	1.350,00		
Total Activo Diferido	1.350,00		
Total Activos	36.221,85	Total Pasivo + Patrimonio	36.221,85

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

5.9. Evaluación Financiera

A través de la evaluación financiera se busca determinar la factibilidad del proyecto

5.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se utilizó la utilidad neta de la proyección a 10 años del estado de resultado y la inversión inicial, para ello se consideró una tasa de oportunidad del inversionista 25% como la rentabilidad deseada, resultando un VAN de \$12.425,78, este valor en términos financieros significa que el inversionista ha alcanzado su expectativa financieras, después de recuperar la inversión obteniendo un excedente que corresponde al valor del VAN.

5.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El TIR se mide a diferencia del VAN en términos porcentuales, para este caso es 34.33%, si se relaciona con el VAN, con la rentabilidad deseada de 25% se cubre las expectativas del inversionista, por lo tanto se puede exigir una rentabilidad superior al 25% y su tasa máxima exigible es de 34.33% que hace que el VAN sea igual a cero.

Tabla # 44
Tasa Interna de Retorno

Año	Egreso	Ingreso	Depreciación	Flujo Neto	Flujo Neto Descontado 25%	Flujo Neto Descontado
0	- 31.094,35					
1		9.056,39	740,12	9.796,51	7.837,21	7.292,72
2		8.079,82	740,12	8.819,95	5.644,77	4.887,68
3		7.718,98	740,12	8.459,10	4.331,06	3.489,63
4		8.262,72	313,50	8.576,22	3.512,82	2.633,71
5		9.395,83	313,50	9.709,33	3.181,55	2.219,63
6		11.753,39	313,50	12.066,89	3.163,26	2.053,55
7		15.241,09	313,50	15.554,59	3.262,03	1.970,54
8		21.059,33	313,50	21.372,83	3.585,77	2.015,62
9		30.431,47	313,50	30.744,97	4.126,52	2.158,43
10		45.089,69	313,50	45.403,19	4.875,13	2.372,84

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

Van	\$ 12.425,78
Tir	34,33%

5.9.3. Tasa Verdadera de Retorno (TVR)

Tabla # 45

Tasa verdadera de Retorno

Año	Flujo Neto	Flujo Neto 25%
0	- 31.094,35	- 31.094,35
1	9.056,39	67.475,36
2	8.079,82	48.159,50
3	7.718,98	36.806,96
4	8.262,72	31.519,76
5	9.395,83	28.673,80
6	11.753,39	28.694,81
7	15.241,09	29.767,76
8	21.059,33	32.905,20
9	30.431,47	38.039,34
10	45.089,69	45.089,69
Total		387.132,17

Elaborado por: George Cedeño y Ángel Valle

TVR	28,68%
-----	---------------

La Tasa Verdadera de Retorno muestra la rentabilidad del proyecto en su conjunto, para este caso es del 28.68% mayor a la tasa de oportunidad del inversionista espera que es de 25%.

5.9.4. Razones financieras

5.9.4.1. Ratios de liquidez

Índice de solvencia

$$= \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{31.196,97}{4.393,68}$$

Este indicador mide la liquidez en el corto plazo, para este caso su valor corresponde a 7.10 veces que puede la empresa cubrir sus deudas de corto plazo, además cuenta con liquidez en el corto plazo

5.9.4.2. Razones de eficiencia y eficacia

Índice de rotación de activo total

$$= \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales}} = \frac{118.660,00}{36.221,85}$$

Significa que cuantas veces rota las ventas netas en dependencia de sus activos totales, para esta empresa sería 2.41 veces

5.9.4.3. Razones de solvencia

Razón de deuda

$$= \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}} = \frac{20.946,59}{36.221,85}$$

Se mide porcentualmente y se expresa en términos proporcionales para este caso que el 57.83% de activos han sido financiados por deudas con terceras personas

5.9.4.4. Razones de rentabilidad

Rendimiento sobre la inversión

$$= \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Total activos}} = \frac{13.659,71}{36.221,85}$$

Se busca medir la capacidad de generar utilidades en dependencia de sus activos totales, para el presente caso es el 38% de la utilidad operacional ha sido generado por sus activos totales.

5.9.4.5. Rendimiento sobre la inversión total

$$= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total activos}} = \frac{9.056,39}{36.221,85}$$

Busca el rendimiento de las rentas finales de la empresa a partir del total de sus activos, para este ratio es del 25% del rendimiento basado en sus activos totales

5.9.4.6. Rendimiento sobre el capital

$$= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital}} = \frac{9.056,39}{15.275,26}$$

A través de este ratio se busca determinar el rendimiento de los socios o inversionistas, en relación a la inversión, que se cuantifica con el 59.29% de rendimiento sobre el capital invertido

5.9.4.7. Margen de Utilidad Bruta

$$= \frac{(\text{Ventas}-\text{Costo de Ventas})}{\text{Ventas}} = \frac{(118.660,00-72.409,39)}{118.660,00}$$

A través de este ratio se busca determinar el margen promedio de ventas que tiene el proyecto, mostrando un 38.98% de margen de utilidad.

CONCLUSIONES

- Manta es un polo de Desarrollo Turístico, económico que está en pleno crecimiento, lo que permite generar nuevos proyectos de esta naturaleza.
- Las condiciones geográficas, y la biodiversidad, atractivos turísticos de la ciudad, hacen de este proyecto turístico una alternativa de negocio para nuevos emprendedores.
- La afluencia de turistas nacionales e internacionales a través de los diferentes canales de acceso a la ciudad de Manta, permitirán que proyectos turísticos sean sustentables y sostenibles en el tiempo.
- El turismo será una de las actividades económicas más representativas para la economía de un país, lo cual permitirán no solo de depender de recursos escasos sino de recursos renovables.
- Una vez culminada la investigación del proyecto bajo el contexto en que se lo realizó, las variables consideradas bajo los distintos escenarios, las condiciones de estabilidad con que cuenta el Ecuador en los actuales momentos y aplicando los indicadores financieros, con un VAN (Valor Actual Neto) de \$12.425,78, TIR (Tasa Interna de Retorno) de 34.33% y TVR (Tasa Verdadera de Retorno) de 28.68% y las razones financieras como Ratios de Liquidez, Razones de Eficiencia y Eficacia, Razones de Solvencia, Razones de Rentabilidad, Rendimiento sobre la Inversión Total, Rendimiento sobre el Capital y el Margen de Utilidad Bruta se sugiere implementar el proyecto

RECOMENDACIONES

- Realizar más publicidad de los atractivos turísticos de la ciudad de Manta a través de los Gobiernos Autónomos Descentralizados para estimular el turismo, asumiendo el rol de actores directos impulsando y fortaleciendo el sector turístico, y de esta manera generar un turismo responsable y sostenible para la sociedad.
- Incentivar a la población de cuidar y preservar los atractivos de la ciudad de Manta, manteniendo una cultura ecológica hacia la biodiversidad de nuestra región, y que esta actividad sea una de las principales fuentes de ingresos económicos para nuestra sociedad.
- Brindar un turismo con responsabilidad social, para que no se vea afectada la naturaleza, concientizando tanto a la población local como al turista en preservar y cuidar cada uno de los atractivos turísticos de la ciudad de Manta.
- El Gobierno Central a través de políticas públicas, siga incentivando el turismo para que en el mediano plazo se convierta en el primer ingreso para el país, sabiendo que otras actividades económicas no son sustentables en el tiempo.
- Una vez concluida la investigación y de acuerdo con los resultados obtenidos y en razón de que el proyecto es factible desde el punto de vista financiero, se recomienda implementar las acciones para que el proyecto se haga realidad.

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez I. estadísticas (1997 – marzo del 2013), Información al turista: Itur, dirección de turismo y Gobierno Autónomo Descentralizado

Rodríguez I. análisis estadístico 2010, Documento: Flujo de visitantes en el cantón Manta: Itur y Municipio de Manta

Schnabel y Carvajal (2009) Proyecto de grado “Proyecto de inversión para la creación de una operadora turística radicada en la ciudad de Guayaquil”

Información estadística de Itur y el Municipio de Manta

Sapag Nassir y Reinaldo (1989) Preparación y evaluación de Proyectos, segunda edición, Mc Graw Hill

WEB BIBLIOGRÁFICA

<http://www.hotelesmanta.com>

www.wikipedia.com

www.ecuadorencifras.com

www.turismo.gob.ec

<http://www.optur.org>

<http://www.ecuador.us/turismo.htm>

www.rae.es

<http://www.mundodescargas.com>

<http://www.embajada.decostaricaenmexico.org>

<http://www.un.org.ec>

<http://www.gestiopolis.com/recurso/documento/fuldoc/fin1/evapromodelo.htm>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

<http://www.turismo.gob.ec/servicios/459-estadicas-turicas>

<http://www.ecuador.us/turismo.htm>

ANEXOS

ANEXO I
SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE MANTA
Playa El Murciélago



Playa Santa Marianita



Playa San Lorenzo



Complejo Turístico Barbasquillo



Playa la Tiñosa



Bosque de Pacoche



Bosque de Pacoche



MUSEO ARQUEOLÓGICO DEL BANCO CENTRAL



Discoteca Madera Fina



Calle 13



La Iglesia La Merced



Catedral La Dolorosa



ANEXO II

Diseño de la Página WEB

www.ecotourist.com.ec

Inicio | Webmail | Usar tu Site | Contactenos

Buscar

[Conócenos](#) [Paquetes](#) [Lugares](#)

Nuestras Playas

Otros Balnearios

Lugares Religiosos

Diversidad

Cultura

Gastronomía

Ecoturismo

MANABI... Conoce más de ella!!!

La provincia de Manabi se encuentra situada en el centro del Ecuador; en el centro del mundo. Tiene una superficie aproximada a los 18.878 kilómetros cuadrados y esta al oeste del océano pacífico. Posee 350 kilómetros de playa y atraviesa el paralelo 0 en su parte norte. Su población es cercana a los 1.180.335 habitantes. Tiene un clima agradable, entre subtropical seco y tropical húmedo, con 25 grados centígrados promedio por año.

Manabi es una tierra de tradición pesquera, esta provincia legendaria por sus hermosas playas, las más hermosas del Ecuador tiene gran riqueza histórica y un pasado glorioso. Manabi es historia, es cuna de hombres ilustres y heroicos, es pujanza y progreso. Manabi es también artesanías, tradición gastronómica, fervor religioso, alegría y belleza.

Registro de Dominio Registro de Varios Dominios Alternativas de Registro
Modificar Datos Modificar DNS Renovar Dominio Re direccionar Web
Recuperar Usuario o Contraseña Formularios Transferencia de Dominios
Cuotas Formas de Pago Pago Individual con Tarjeta de Crédito
Pago Múltiple con Tarjeta de Crédito
Tipos de Dominios Estructura de Dominio Políticas Generales Resolución de Disputa
Dominios Técnicas Registro Pagos Renovación Datos de Contactos Facturación Otros Servicios
Whois Individual Whois Múltiple

DOMINIOS REGISTRADOS
Haga click para ver Whois

DOMINIOS DISPONIBLES
Seleccione los dominios

- ecoturist.com.ec
- ecoturist.ec
- ecoturist.info.ec
- ecoturist.net.ec
- ecoturist.pro.ec
- ecoturist.fin.ec
- ecoturist.med.ec
- ecoturist.org.ec
- ecoturist.edu.ec
- ecoturist.gov.ec
- ecoturist.mil.ec

Registrar

Consulte otro nombre de dominio


www. .ec

ANEXO III

RUTAS DE CRUCEROS QUE LLEGAN A MANTA



ANEXO IV

CATASTRO TURÍSTICO - SECTOR HOTELERO - CANTÓN MANTA ENERO DEL 2012								
PROVINCIA: MANABÍ								
CANTÓN : MANTA								
TIPO : PLANTA HOTELERA 2011								
RESPONSABLE : ISIDRO RODRIGUEZ -i-Tur								
#	REGISTRO	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	PARROQUIA	Teléfonos	CAPACIDAD	
							No.HAB.	No. PLAZAS/CAMAS
ALOJAMIENTOS HOTELEROS								
1.-HOTEL								
1.1.-HOTEL								
1		HOTEL ORO VERDE MANTA	LUJO	Av. Malecón Jaime Chávez Gutierrez	Manta	052 629200 / 2 629 209	82	180
2		HOTEL HOWARD JOHN SHON MANTA	LUJO	K 1 y Medio Vía a Barbasquillo	Manta	5935 - 2629989; Fax: 5935 - 2629989;	100	150
3		HOTEL PORTO VEHOLO	PRIMERA	Kilometro 1 Vía Barbasquillo	Manta	92316668	30	60
4		HOTEL BOUTIQUE MARIA ISABEL	PRIMERA	Calle 24 N°103, Mz 2, Barrio El Murciélago	Manta	097177771	16	25
5		HOTEL PERLA SPONDYLUS	PRIMERA				30	60
6		HOTEL NAZO	PRIMERA	Colinas del Mar frente al Tenis Club	Manta	(593) 9 424 0748	10	25
7		HOTEL MAR AZUL	PRIMERA	Calle 22 Av.12	Manta	052 629 455	29	70
8		HOTEL CABANAS BALANDRA S.A.	PRIMERA	Calle 20 y Av. 7	Manta	052 620545	31	80
9		HOTEL COSTA DEL SOL	PRIMERA	Calle 25 y Av. M-1	Manta	052 620 019	31	80
10		HOTEL CASINO DEL REY	PRIMERA	Calle 101 y Av. 105	Tarqui	052 620 607	55	150
11		HOTEL LUN FUN	PRIMERA	Calle 02 y Av. 11 / La Ensenadita	Manta	052 622 966	44	70
12		HOTEL LAS GAVIOTAS	SEGUNDA	Calle 105 y Malecón de Tarqui	Tarqui	052 620140	50	120
13		HOTEL LEO	SEGUNDA	Calle 6 y Av. 24 de Mayo	Manta	052 623 159	36	75
14		HOTEL LEO INN					30	60
15		HOTEL MIAMI	SEGUNDA	Calle 108 y Malecón de Tarqui	Tarqui	052 611 743	44	100
16		CHÁVEZ INN	SEGUNDA	Calle 106 y Av. 106	Tarqui	052 621 019	27	50
17		HOTEL BOULEVARD (# 3)	SEGUNDA	Calle 103 y Av. 105	Tarqui	052 611654	36	150
18		OLD NAVY	SEGUNDA	Calle 104 y Av. 105	Tarqui	052 625 295	36	50
19		HOTEL VISTA AL MAR	SEGUNDA	Calle 107 y Av. 102	Tarqui	052 628 430	60	100
20		HOTEL VISTA ALEGRE	TERCERA	Calle 105 y Av. Malecón de Tarqui	Tarqui	5000111	30	100
21		HOTEL SOL NACIENTE	TERCERA	Cdla. El Palmar 3a Etapa.	Los Esteros	052 380 470	50	100
22		HOTEL PANORAMA INN	TERCERA	Calle 103 y Av. 105	Tarqui	052 611 552	39	70
23		AGUA BLANCA	TERCERA	Calle 105 y Av. 108	Tarqui	052 629 933	31	110
24		HOTEL FELIPE NAVARRETE	TERCERA	Calle 102 y Av. 109	Tarqui	052 627 030	64	130
25		HOTEL CAPRI INTERNACIONAL	TERCERA	Calle 105 y Av. 204	Tarqui	052 620 440	41	60
26		HOTEL UMIÑA	CUARTA	La Ensenadita de Tarqui	Tarqui	052 623 295	36	50
27		HOTEL DE CARRETERA OTOÑO	TERCERA	Vía Circunvalación	Eloy Alfaro	94109932	20	40
28		HOTEL DE CARRETERA MINOTAURO	TERCERA	Vía Circunvalación	Eloy Alfaro	052 920 887	20	40
1.2.-HOTEL RESIDENCIA								
29		HOTEL PACIFICO	CUARTA	Calle 101 y Av. 106	Tarqui	052 623584	29	60
30		HOTEL ARENAMAR	TERCERA	Calle 101 entre AV. 106 / 107	Tarqui	052 612856	33	102
31		HOTEL AMERICANA	CUARTA	Calle 105 y Av. 106	Tarqui	052 625 112	40	110
32		HOTEL BOULEVARD (# 1)	TERCERA	Calle 103 y Av. 105	Tarqui	052 625 333	42	75
1.3.- APART HOTEL								
33		APART HOTEL BUCANEIRO & HAMILTON	PRIMERA	Cdla. Universitaria	Manta	052 621 034	19	60
34		APART HOTEL BUCANEIRO & HAMILTON	PRIMERA	Calle 29 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 621 034	20	60
35		APART HOTEL LOSALMENDROS	PRIMERA	Calle 17 y Av. 22	Manta	052 620 932	44	150
36		VERZOY	SEGUNDA	Barrio Umiña - Vía Barbasquillo	Manta	99566094	8	12
37		APART HOTEL ESTRELLA DE MAR	SEGUNDA	Calle 13 y Av. 7	Manta	052 627332	6	21

2.-HOSTALES Y PENSIONES

2.1.-HOSTAL

38	GOLETA HOSTAL	PRIMERA	Calle 19 Av. 12	Manta	052 613 370	24	50
39	HOSTAL MANTA TROPICAL	PRIMERA	Calle 24 y Av. M-3	Manta	052 628040	14	30
40	FRANCISCO HOTEL	PRIMERA	Calle 2 y Av. 24 de Mayo	Tarqui	052 620 902	18	60
41	HOSTAL MARIA JOSE	PRIMERA	Calle 29 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 628 562	11	20
42	HOSTAL MARINA REAL	SEGUNDA	Calle 33 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 626044	9	20
43	ANTARES HOSTAL & SPA	SEGUNDA	Calle 29 y Av. Flavio Reyes # 109	Manta	052 626493	13	25
44	HOSTAL YARA MARIA	SEGUNDA	Calle 20 y Av. 11	Manta	052 613 219	12	42
45	HOTEL PLAYA MURCIELAGO	SEGUNDA	Calle 27 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 629347	17	52
46	HOSTERIA FLOR DEL MAR	SEGUNDA	Calle 31 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 627543	8	26
47	HOSTAL ALBATROS	SEGUNDA	Calle 24 B y Av. Av. M-3 (Iglesia Perpetu	Manta	052 626 423	18	36
48	SIRENIS HOSTAL	SEGUNDA	Calle 13 y Av. 13 N° 1351	Manta	052 628360	8	16
49	HOSTAL ALEJANDRO MAR	SEGUNDA	Calle 119 y Av. 103	Los Esteros	080673434	9	25
50	HOSTAL VARADERO	SEGUNDA	Av. 25 entre Calles 20 y 17	Manta	2627386	10	25
51	HOSTAL BLUE PACIFIC	SEGUNDA	Av. Flavio Reyes y Calle 29 Esq.	Manta	084066349	10	22
52	HOSTAL MANAKIN	SEGUNDA	Calle 20 y Av. 12	Manta	052 620 413	10	25
53	HOSTAL MARIA CELESTE	SEGUNDA	Calle 113 y Av. 117 # 1006	Tarqui	052 926051	15	70
54	HOSTAL PIAZZOLLA	SEGUNDA	Calle 110 y AV. Maria Auxiliadora	Tarqui	052 920115	16	45
55	HOSTAL MACADAMIA'S	PRIMERA	Calle 13 y Av. 8	Manta	052 610366	6	15
56	HOSTAL Y CAFETERIA ROSA MAR	SEGUNDA	Calle 319 y Av. 4 de Noviembre	Manta	052 920 233	8	16
57	HOSTAL DE LA ABUELA	SEGUNDA	Entre Calle 19 y 20 y Av. 12 /Barrio Cordov	Manta	052 627 220	7	25
58	HOSTAL LOS DELFINES	TERCERA	Calle 12 y Av. 16	Manta	052 624 238/	10	20
59	HOSTAL Y RESTAURANT MI KASA	SEGUNDA	Calle 12 y Av. A San Mateo	Manta	052 623510	21	50
60	DEL MAR	TERCERA	Calle 104 y Av. 105	Tarqui	052 613 155	25	50
61	HOTEL MAYITA 1	TERCERA	Calle 102 y Av. 107	Tarqui	052 627 005	20	80
62	HOTEL PLAYITA MIA	TERCERA	Calle 107 Entre Av. 104 y Malecón de Tarq	Tarqui	052 621154	22	50
63	HOSTAL LAS VELAS	TERCERA	Calle 101 y Av. 106	Tarqui	052 624 409	12	35
64	HOSTAL BAR RESTAURANTE PUERTO AZUL	TERCERA	Av. 24 de Mayo / Frente al Terminal	Manta	052 623 167	12	30
65	RESIDENCIAL ASTORIA # 1	TERCERA	Calle 106 y Av 105	Tarqui	052 621 904	10	20
66	MANTA BEACH INN	TERCERA	Calle 127 vía al Palmar	Tarqui	052 923 792	10	35
67	HOSTAL ERIKA	TERCERA	Calle j-6 y Av. 114 / Tarqui	Tarqui	052 923 543	25	60
68	HOSTAL CANARIAS	SEGUNDA				12	25
69	HOSTAL BUENA VISTA	SEGUNDA				18	40
70	HOSTAL MARIA FERNANDA	SEGUNDA				18	40
71	HOSTAL SAN LUIS	SEGUNDA	Calle 17 y Av. 38	Manta	052 613288	13	50
72	HOSTAL EL ANCLA	SEGUNDA	Calle 107 y Av. 105	Tarqui	052 622 016	22	50
73	BRISAS MARINAS	TERCERA	Calle Venezuela y Av. 113	Tarqui	052 625 092	10	20
74	QUICK	TERCERA	Calle 11 Y 12 y Av. 25 E	Manta	052 310 516	10	20

2.2.-HOSTAL RESIDENCIA

75	CABANAS DEL ASTILLERO	SEGUNDA	Vía Puerto Aeropuerto Frente al Astillero	Los Esteros	NO	7	14
76	EL FARO ESCANDINAVO	PRIMERA	Malecón de San Lorenzo	San Lorenzo	091123336	8	18
77	CASA LATINA	SEGUNDA	Calle 26 y Av. Flavio Reyes	Manta	052 629 846	14	35
78	PREMIER	SEGUNDA	Calle 107 y Av. 105	Tarqui	052 626 223	9	18
79	HOSTAL EL CHE	TERCERA	Barrio San Agustín	Los Esteros	052 611 069	10	20
80	ASTORIA # 2	TERCERA	Calle 106 y Av. 105	Tarqui	052 628 045	15	30
81	HOSTAL YORMAR	TERCERA	Calle 19 y Av. 14 /Barrio Cordova	Manta	052 624 375	11	25
82	CLARKE	TERCERA	Calle 101 y Av. 108	Tarqui	052 625835	18	28
83	ORO Y MAR	TERCERA	Calle 17 y Av. 24	Manta	052 625 069	24	100
84	HOTEL BOULEVARD # 2	TERCERA	Calle 107 y Av. 105	Tarqui	052 621 836	18	40
85	RESIDENCIAL IDEAL	TERCERA	Calle 105 y Av. 106	Tarqui	052 625 295	10	20
86	HOSTAL JOCAY	TERCERA	J-8 y Av.4 de Noviembre	Tarqui	052 920 720	20	50
87	MIAMI # 2	TERCERA	Calle 107 y Av. 102	Tarqui	052 622 055	9	20
88	HOSTAL LOS SHIRYS	TERCERA	Calle 115 y Av. 116	Tarqui	052 626 498	12	25
89	HOSTAL LA SIESTA	TERCERA	Calle 108 y Av. 108	Tarqui		12	28
90	LOS MANTAS	TERCERA	Calle 12 y Av. 8	Manta	96135740	12	25
91	HOSTAL INTERNACIONAL	TERCERA	Redondel del Palmar Vía Aeropuerto	Los Esteros	052 920735	13	30
92	HOSTAL EL JARDIN	TERCERA	Barrio Abdon Calderón - Sector La Epoca	Manta		13	30
93	MANTA SOL	TERCERA	Calle 104 y Av. 113	Tarqui	052 626 512	10	20

2.3.-PENSIONES

94	CAPRI	TERCERA	Calle 8 y Av. 9	Manta		8	16
----	-------	---------	-----------------	-------	--	---	----

3.-HOSTERIAS -MOTEL- REFUGIOS - CABAÑAS

HOSTERIA

95	ORTYMAR	PRIMERA	Vía a San Mateo	San Mateo	085101308	10	25
96	SAN ANTONIO FARM & RESORT	PRIMERA	Ruta del Spondylus - Km 575 Via Pto. C	San Lorenzo	052 622106	16	46
97	MR. FROGS	PRIMERA	Sitio Piedra Larga - Vía a San Mateo	Manta	052 610270	8	16
98	BARBASQUILLO	SEGUNDA	Vía a Barbasquillo- Playa de Barbasquillo	Manta	052 620718	34	145
99	PACOCHE LODGE & RESTAURANT	SEGUNDA	Ruta del Spondylus - Sitio Pacoche	San Lorenzo	95001690	2	8
100	CABO SAN LORENZO	SEGUNDA				6	12
101	MARESOLE	TERCERA	Playa de Santa Marianita	Santa Marianita		12	30

CABANAS, REFUGIOS, ALBERGUES

102	VISTALMAR	PRIMERA	Calle M-1 y Av. 24	Manta	052 621671	5	18
103	LA PONDEROSA	SEGUNDA	Malecón de San Lorenzo	San Lorenzo	90927132	10	25
104	CABAÑAS LA CUEVA	TERCERA	Playa de San Lorenzo	San Lorenzo	91047027	6	15

DE HAB. Y CAPACIDAD HOTELERA DEL CANTÓN MANTA AGOSTO DEL 2010

2224 **5.257**

Galería de Fotos de Turistas Internacionales en Manta



