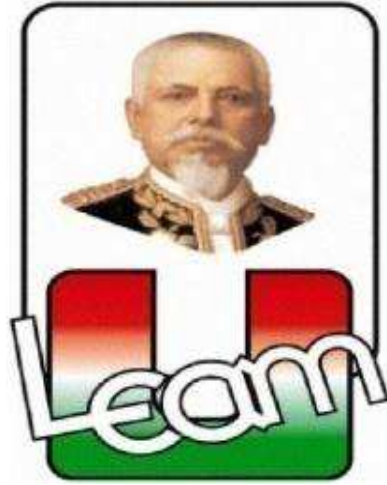


**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES EN EL
RECINTO SAN CARLOS DE LA PARROQUIA Y
CANTÓN JIPIJAPA**

PROYECTO DE TESIS

CEDEÑO PONCE JOHANNA VANESSA

PIBAQUE PINARGOTE MAYRA PAMELA

DIRECTOR DE TESIS: ECON. WILFRIDO FIGUEROA

2013

CERTIFICACIÓN

La responsabilidad del contenido de la presente tesis corresponde exclusivamente a las autoras:

Cedeño Ponce Johanna Vanessa

Pibaque Pinargote Mayra Pamela

CERTIFICACIÓN

Quienes suscriben, miembros del Tribunal Examinador de Tesis, CERTIFICAN QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES EN EL RECINTO SAN CARLOS DE LA PARROQUIA Y CANTÓN JIPIJAPA”** de responsabilidad de las egresadas Mayra Pamela Pibaque Pinargote y Johanna Vanessa Cedeño Ponce, ha sido prolijamente revisado quedando autorizada su presentación y sustentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Econ. Segundo Zambrano Macías
MIEMBRO DEL TRIBUNAL EXAMINADOR DE TESIS

Econ. Miguel Tomalá Parrales
MIEMBRO DEL TRIBUNAL EXAMINADOR DE TESIS

Econ. Patricio Cuesta Cancino
MIEMBRO DEL TRIBUNAL EXAMINADOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, por dejarme culminar una etapa más, por cuidarme en este largo camino, que ha estado lleno de obstáculos y retos, que mediante la fe y su amor, ha hecho en mí llenarme de fortalezas y esperanzas para seguir.

A mis padres, a mis hermanos, a mi esposo y mi hijo, por su apoyo y confianza incondicional, que me motivaron a cumplir uno de los sueños más anhelados, por estar siempre en los buenos y malos momentos, por las enseñanzas que han hecho una mejor persona de mí, por sus esfuerzos y sacrificios para siempre darme lo mejor.

A mis profesores, por haberme sembrado en mi conocimiento que serán aplicables en mi futura vida profesional.

A mis amigos, de quienes he aprendido el verdadero sentido de la amistad, gracias por su apoyo y confianza.

Al Econ. Wilfrido Figueroa, Director de la presente Tesis, mi sincero agradecimiento por su importante orientación y valioso aporte al trabajo investigativo.

A los miembros del Tribunal Examinador de Tesis, por las revisiones y comentarios, que permitieron la culminación del presente trabajo investigativo.

Johanna Cedeño P.

AGRADECIMIENTO

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en la Facultad de Ciencias Económicas y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas enrumban a cada uno de los que acudimos, con sus conocimientos que nos servirán para ser útiles a la sociedad.

A mi Director de Tesis el Econ. Wilfrido Figueroa Pico, así mismo a los miembros del Tribunal Examinador el Econ. Segundo Zambrano M, Econ. Miguel Tomalá P, Patricio Cuesta C, quienes con su experiencia como docentes han sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis, me han brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado.

Mayra Pibaque P.

DEDICATORIA

A la memoria de mi querido e inolvidable padre Terencio Cedeño Acebo, a quien le debo lo que soy, y que estoy segura que hubiese estado feliz y orgulloso de que haya culminado con esta etapa de mi vida.

A mi madre Angela Ponce, por educarme, su apoyo, su cariño y su paciencia, dándome fuerzas y consejos valiosos para seguir adelante ayudándome a crecer y ser una persona de bien.

A mi esposo, mi hijo y mis hermanos, que siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo, amor, cariño, comprensión, seguridad y confianza.

Johanna Cedeño P.

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada en primer lugar a **Dios** por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.

A mis **PADRES**, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

A mi **ESPOSO**, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa en mi vida.

Y por último y muy especialmente a mi **PEQUEÑO** retoño, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, a quien también quiero dejar una gran enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay ni tiempo ni obstáculo que impida poder lograrlo.

Mayra Pibaque P.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|-----|
| RESUMEN | XI |
| ABSTRACT | XIV |
| CAPÍTULO I..... | I |
| ASPECTOS GENERALES | I |
| 1.1. BREVE RESEÑA DEL TURISMO..... | I |
| 1.2. CONCEPTUALIZACIONES BÁSICAS..... | 5 |
| 1.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL ECUADOR..... | 6 |
| 1.3.1. Importancia del turismo en la economía del Ecuador | 9 |
| 1.3.2. Demanda Turística | 9 |
| 1.3.3. Oferta Turística..... | 16 |
| 1.3.4. Turismo rural del Ecuador | 18 |
| 1.4. CARACTERIZACIÓN DEL RECINTO SAN CARLOS | 19 |
| 1.4.1. Antecedentes | 19 |
| 1.4.2. Datos Geográficos y Demográficos | 20 |
| 1.4.3. Características socio-económicas..... | 20 |
| 1.4.4. Flora y Fauna de la comunidad | 23 |
| 1.4.5. Análisis FODA..... | 24 |
| CAPÍTULO II..... | 26 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 26 |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL | 26 |
| 2.2. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 26 |
| 2.2.1. Diseño de la Investigación de Mercado..... | 26 |
| 2.1.1. Análisis del Mercado | 30 |
| CAPÍTULO III..... | 60 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... | 60 |
| 3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 60 |
| 3.1.1. Macro localización | 60 |
| 3.1.2. Micro localización | 60 |
| 3.2. CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO..... | 61 |
| 3.3. EQUIPOS Y MAQUINARIAS | 62 |
| 3.4. DIMENSIONES DEL ÁREA..... | 71 |
| 3.5. PRESUPUESTO DE INSTALACIONES..... | 72 |

| | |
|--|-----|
| 3.6. DISEÑO ARQUITECTÓNICO Y DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA DEL CENTRO DE SERVICIOS TURÍSTICO RURAL..... | 75 |
| CAPÍTULO IV..... | 76 |
| ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL..... | 76 |
| 4.1. OBJETIVO | 76 |
| 4.2. SITUACIÓN AMBIENTAL ACTUAL | 76 |
| 4.3. MÉTODO DE LEOPOLD..... | 77 |
| 4.4. RESULTADOS DE LA MATRIZ DE LEOPOLD | 81 |
| 4.5. MEDIDAS DE MITIGACIÓN..... | 81 |
| CAPÍTULO V..... | 83 |
| ESTUDIO ORGANIZATIVO-LEGAL | 83 |
| 5.1. OBJETIVO | 83 |
| 5.2. DESCRIPCIÓN DEL CENTRO RECREACIONAL..... | 83 |
| 5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 83 |
| 5.3.1. Organigrama estructural..... | 84 |
| 5.3.2. Cargos y funciones del personal | 85 |
| 5.3.3. Sueldos y Salarios..... | 86 |
| 5.4 ESTUDIO LEGAL | 87 |
| 5.4.1. Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitarios..... | 87 |
| 5.4.2. Requisitos para obtener el R.U.C..... | 90 |
| 5.4.3. Inscripción en la Superintendencia de Compañías..... | 90 |
| 5.4.4. Requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento..... | 91 |
| CAPÍTULO VI..... | 93 |
| ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO | 93 |
| 6.1. INVERSIONES..... | 93 |
| 6.2. ACTIVOS FIJOS | 94 |
| 6.3. ACTIVOS DIFERIDOS | 95 |
| 6.4. CAPITAL DE TRABAJO | 95 |
| 6.5. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO..... | 98 |
| 6.6. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN | 98 |
| 6.7. COSTOS TOTALES DE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO | 99 |
| 6.8. COSTOS FIJOS Y VARIABLES..... | 101 |
| 6.9. INGRESOS MENSUALES Y ANUALES..... | 102 |
| 6.10. ESTADOS FINANCIEROS..... | 107 |
| 6.10.1. Estado de Resultado..... | 107 |
| 6.10.2. Flujo de Caja | 108 |

| | |
|--|------------|
| 6.10.3. Balance General | 110 |
| CAPÍTULO VII..... | 112 |
| EVALUACION FINANCIERA | 112 |
| 7.1. OBJETIVO | 112 |
| 7.2. RATIOS FINANCIEROS..... | 112 |
| 7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 115 |
| 7.4. VALOR ACTUAL NETO..... | 116 |
| 7.5. TASA INTERNA DE RETORNO | 117 |
| 7.6. RELACION BENEFIO-COSTO | 118 |
| 7.7. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN..... | 119 |
| 7.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD..... | 120 |
| CAPÍTULO VIII..... | 123 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 123 |
| 8.1. CONCLUSIONES | 123 |
| 8.2. RECOMENDACIONES..... | 125 |

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Dado el caso de que el turismo se ha convertido en una de las principales alternativas de ingreso y generación de empleo para el Ecuador, se ha realizado la presente investigación, con el tema Estudio de factibilidad de la Creación de un Centro de Servicios Turísticos Rurales en el Recinto San Carlos de la Parroquia y Cantón Jipijapa, para la creación de un negocio innovador que a través de los estudios determinar su viabilidad.

Es importante resaltar que a nivel mundial la tendencia del turismo es creciente, por lo cual el proyecto ha puesto énfasis en las estadísticas turísticas que presenta el Ecuador, la evolución y la importancia del turismo. Con estas perspectivas, se definió que el turismo es un eje fundamental para el desarrollo de un país, región o nación, especialmente de los lugares que poseen un gran potencial turístico, por lo cual se realizó un diagnóstico del lugar escogido para el desarrollo del proyecto.

Posteriormente, se realizó un estudio de mercado, en el cual se determinó las necesidades, preferencias y gusto del consumidor, a través de encuestas aplicadas a la población del Cantón Jipijapa, turistas nacionales y extranjeros que ingresan al Cantón; se determinó los precios de los productos a ofertarse en el centro de servicios turísticos y la demanda insatisfecha del proyecto.

Una vez determinados los puntos anteriormente mencionados, se efectuó el estudio técnico del proyecto, en el cual se estableció: la micro y macro

localización, la capacidad instalada, el presupuesto de la obra, equipos y maquinarias, las dimensiones del área y el diseño arquitectónico del centro de servicios turísticos.

En consecución del estudio de factibilidad del proyecto se establecieron los impactos que se darían por la construcción, implementación y operación del proyecto, los cuales fueron analizados para determinar el grado de incidencia en el aspecto económico, social, ambiental, especialmente el turístico a fin de determinar un resultado que no afecte a la población beneficiaria y establecer la consecución del proyecto.

Además, de los puntos expuestos se realizó el estudio administrativo – legal, el cual permitió establecer los cargos y funciones del personal, el organigrama estructural del centro de servicios turísticos, los sueldos y salarios, el reglamento para el registro de Centro Turísticos Comunitarios y los requisitos legales de constitución.

Asimismo, a través del estudio económico - financiero se determinó la inversión estimada para implementar el centro de servicios turísticos que asciende aproximadamente a USD \$ 1.071.960,12, en el cual se incluyen activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo para cubrir tres meses de operación del proyecto. Esta inversión será financiada en un 60% con recursos propios y el 40% con un préstamo bancario pactado a cinco años.

Conjuntamente se determinaron ingresos y costos del proyecto, proyecciones de estados financieros, los cuales permitieron realizar la evaluación financiera mediante los ratios financieros, el punto de equilibrio, el VAN, la TIR, la relación Beneficio/Costo, el periodo de recuperación de la inversión y el análisis de sensibilidad.

Finalmente, se establecieron las conclusiones del estudio de factibilidad realizado en esta investigación y las recomendaciones para mejorar los resultados obtenidos.

ABSTRACT

Given the case that tourism has become a major alternative income and employment generation for Ecuador, results from this investigation, themed Feasibility Study of the Creation of a Center for Rural Tourism Services San Carlos Campus Parish and Jipijapa Canton, for creating an innovative business that through studies viability.

It is important to stand out that at world level the tendency of the tourism is growing, reason why the project has put emphasis in the tourist statistics that it presents the Ecuador, the evolution and the importance of the tourism. With these perspectives, he/she was defined that the tourism is a fundamental axis for the development of a country, region or nation, especially of the places that possess a great tourist potential, reason why was carried out a diagnosis of the chosen place for the development of the project.

Once certain the previously mentioned points, the technical study of the project was made, in which settled down: the micro and macro localization, the installed capacity, the budget of the work, teams and machineries, the dimensions of the area and the architectural design of the center of tourist services.

In attainment of the study of feasibility of the project they settled down the impacts that would be given by the construction, implementation and operation of the project, especially which were analyzed to determine the grade of

incidence in the economic, social, environmental aspect, the tourist one in order to determine a result that it doesn't affect the population beneficiary and to establish the attainment of the project.

Also, of the exposed points he/she was carried out the administrative study - legal, which allowed establishing the positions and the personnel's functions, the structural flowchart of the center of tourist services, the salaries and wages, the regulation for the Community Tourist registration of Center and the legal requirements of constitution.

Also, through the economic study - financial the dear investment was determined to implement the center of tourist services that ascends USD approximately \$ 1. 071.960,12 in which you/they are included active fixed, differed assets and work capital to cover a three months of operation of the project. This investment will be financed in 60% with own resources and 40% with a conventional bank loan to five years.

Jointly revenues and costs of the project were determined, projections of financial states, which allowed to carry out the financial evaluation by means of the financial ratios, the balance point, the VAN, the TIR, the relationship Benefit / Cost, the period of recovery of the investment and the analysis of sensibility.

Finally, the conclusions of the study of feasibility carried out in this investigation and the recommendations to improve the obtained results settled down.

CAPÍTULO I.

ASPECTOS GENERALES

1.1. BREVE RESEÑA DEL TURISMO

Se puede afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX, como una de las tantas consecuencias de la Revolución Industrial, con desplazamientos e intención principal el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.¹

En aquella época, estaba reservado para una élite de la burguesía, puesto que las leyes que regulaban el trabajo no incluían vacaciones para los trabajadores, que tenían que trabajar todos los días, inclusive los domingos. Por eso las posibilidades para irse de vacaciones eran muy limitadas para la gran mayoría de los ciudadanos.

En 1936, la adopción por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) del Convenio 52 sobre las vacaciones pagadas marcó el punto de salida del turismo social, en la cual se afirma que «toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas».²

No obstante el turismo no tiene antecedentes históricos claros.

¹FUENTE: es.wikipedia.org/wiki/turismo

²FUENTE: www.bits-int.org/es/index.php?menu=1

Y es que en la **Edad Antigua** las motivaciones de los viajeros no se diferenciaban de los actuales pues se viajaba por interés político; he aquí el modo de producción esclavista necesitaba conquistar nuevos territorios, adquirir esclavos para aumentar sus riquezas; interés económico y comercial en donde los mercaderes emprendían largos viajes para buscar productos raros y codiciados; interés religioso, el sentimiento hacia que la gente realizara peregrinaciones hacia lugares sagrados y por último la curiosidad de conocer nuevas cosas, costumbres y construcciones de otros pueblos.

Las primeras civilizaciones en darle importancia al ocio, tiempo libre y desarrollar viajes de placer fueron la griega con motivo de asistir a juegos olímpicos a las que acudían miles de personas y se mezclaba religión y deporte, y la romana que frecuentaban las aguas termales (termas de Caracalla), como tratamiento de recuperación eran visionarios de grandes espectáculos como los teatros y muy comúnmente realizaban viajes habituales a la costa (villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

En la **Edad Media** viajar fue una actividad que quedó paralizada casi por completo puesto que era peligroso y agotador. La caída del imperio Romano supuso una interrupción a muchos de los avances que estos habían introducido, no se mantuvieron los caminos en buen estado, convirtiéndose en peligroso e inseguro, pues los ladrones asechaban para atacar a aquellos que

se arriesgaban a viajar. La mayor parte de la sociedad estaba apegada a sus tierras, para muchos era inconcebibles viajar por placer. Es allí donde toma auge el turismo religioso ya que la gente, por razones de seguridad, comenzó a viajar en grupo; especialmente de peregrinos que recorrían grandes trayectos para visitar lugares.³

Pero es en la **Edad Moderna** donde aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel, como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc. Cabe recalcar también que en esta época hubo el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.⁴

En la **Edad Contemporánea** el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados

³FUENTE: Antecedentes históricos del turismo, www.monografias.com/trabajos-pdf4

⁴FUENTE: Origen del turismo, www.webescolar.com

por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha, etc.).⁵

En 1841 Thomas Cook emprende el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and Son". En 1867 Henry Wells y William Fargo crean la agencia de viajes "American Express" que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa. El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia.

⁵FUENTE: es.wikipedia.org/wiki/turismo#edad-contempr.c3.a1nea

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

1.2. CONCEPTUALIZACIONES BÁSICAS

Turismo.- Según la OMT, “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”. Siendo las siguientes actividades turísticas las que se realizan con mayor frecuencia:

- **Turismo cultural**, basado en las atracciones culturales que posee el destino, siendo permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc.
- **Turismo de aventura**, basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, mountain-bike. Suelen implicar un riesgo y normalmente la motivación consiste en la experimentación de nuevas sensaciones.
- **Turismo de negocios**, incluye los segmentos de reuniones, convenciones, viajes de incentivo, ferias y exposiciones, que mueven cada vez más visitantes, debido sobre todo a la internacionalización de las empresas.

- **Turismo deportivo**, derivado de los acontecimientos deportivos que atraen numerosos visitantes, tales como los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol, campeonatos, etc.
- **Turismo de salud**, se basa en los viajes a instalaciones o destinos con la intención de obtener cuidados médicos, realizar una rehabilitación, hacer una cura de salud o un tratamiento de belleza. Son los balnearios, centros de talasoterapia, fitness center, etc.
- **Turismo rural**, referido a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc.
- **Ecoturismo**, tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido.⁶

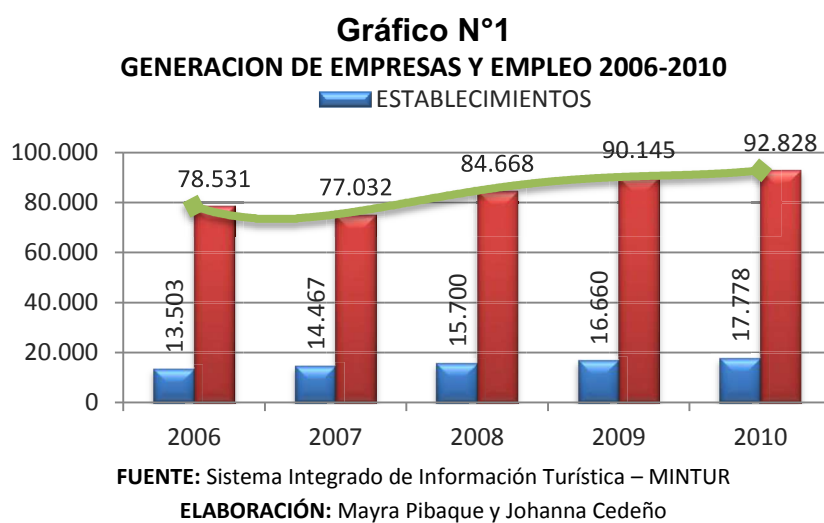
1.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL ECUADOR

El turismo es un hecho económico, humano, social y cultural, que ha transformado a la sociedad, desde sus inicios hasta la actualidad. Como es el caso del turismo en el Ecuador que ha crecido positivamente en los últimos años generando mayores ingresos al país y nuevas oportunidades de empleo a

⁶OMT, Introducción al Turismo.

nivel nacional.⁷ Debido a que tiene enormes potencialidades naturales y culturales para el desarrollo turístico, como son su flora, fauna, grupos étnicos, ríos, lagos, etc., que hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de los países de Europa y América con gustos y tendencias que se identifican con la oferta de Ecuador.

Existen nuevas organizaciones que se encuentran incentivando la actividad turística, por lo que a partir del 2006 el emprendimiento en turismo ha crecido en un 31,66%, es decir, 4.275 establecimientos, lo que generó un incremento en el empleo del 18,21%⁸, con respecto al año 2010, como lo muestra el gráfico # 1. (Ver cuadro 6 y 7).

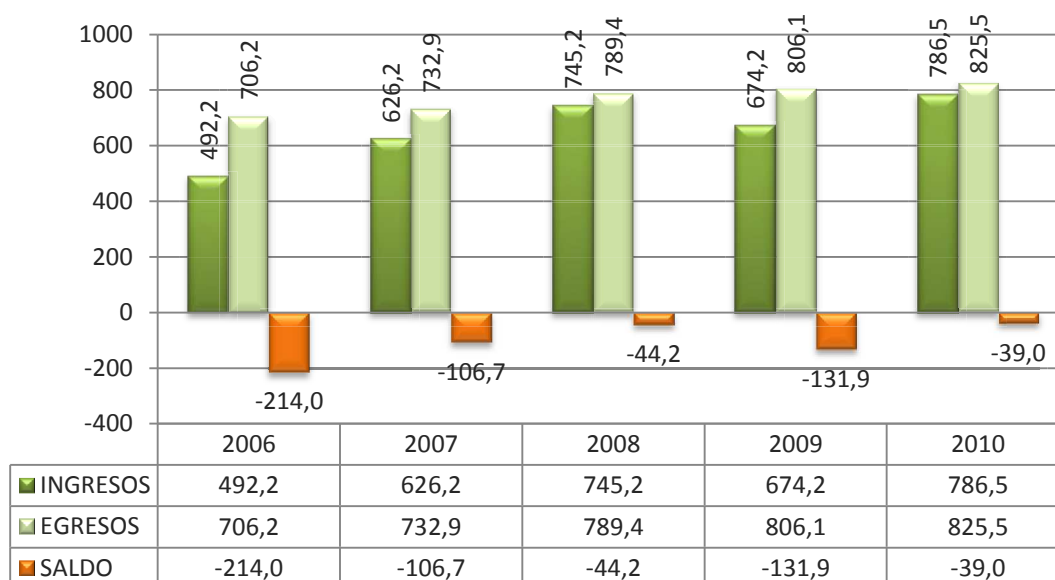


Considerando las iniciativas del desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador, se plantea la alternativa de un innovador negocio, que no tan solo generaría bienestar económico, sino también preservación y disfrute del patrimonio natural que posee el Ecuador en diferentes comunidades.

⁷Alianza Ecuatoriana para un turismo sostenible, abril 2009.
www.gstalliance.net/ecuador
⁸Rendición de cuentas 2011

Por otro lado, el turismo en el 2010 registra en la Balanza de pagos (viajes y transporte de pasajeros) 786,5 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas, que representan un incremento del 59,79% con respecto al 2006 (492,2 millones de dólares); al relacionar los ingresos y los egresos del 2010 existe un déficit de -39,0 millones de dólares, como muestra el gráfico N°2 en donde es notorio la reducción del déficit comparado el 2006 con el 2010 en un 81,76%, por lo cual el turismo apunta a convertirse en los próximos años en la segunda fuente de ingresos y poner las bases para que sea la primera, dado que al comparar el valor de ingreso con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el cuarto rubro de aporte en ingresos, después de petróleo, banano y plátano y camarón.⁹ (Ver anexo 1)

Grafico N°2
BALANZA TURÍSTICA 2006-2010
INGRESO Y EGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO
(Millones de dólares)



FUENTE: Ministerio de Turismo, Estadísticas 2006-2010

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

⁹Según los datos estadísticos expuestos por el ministerio de turismo y emitidos por el Banco Central del Ecuador

1.3.1. Importancia del turismo en la economía del Ecuador

El turismo se define importante para el Ecuador, desde el punto de vista económico, por su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente en el nivel de empleo, en la inversión local y extranjera, en el desarrollo de infraestructura pública, en la balanza de pagos, en el producto interno bruto; lo que favorece a la población ecuatoriana y mejora la calidad de vida. Además, el turismo es una herramienta fundamental para la conservación de los recursos naturales y culturales.

En el año 2010 el porcentaje del consumo turístico receptor en el PIB es del 1.4%, mayor al registrado en el 2009 (1.3%), ante lo cual es importante mantener y fortalecer las políticas y estrategias de promoción turística, que permitan incrementar las llegadas de visitantes no residentes y el respectivo gasto de consumo turístico.¹⁰

1.3.2. Demanda Turística

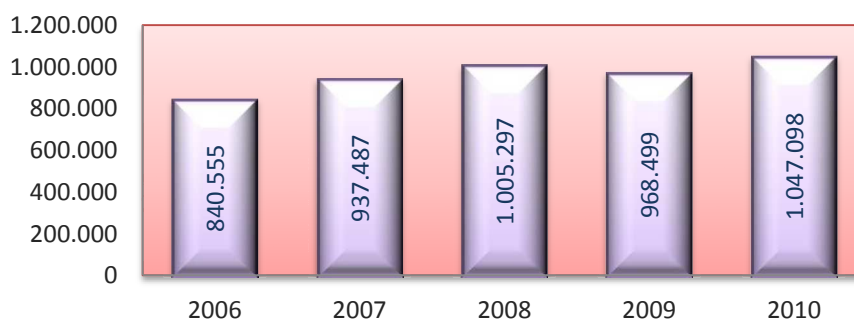
La demanda turística del Ecuador está conformada por el **turismo interno** que son los viajes realizados dentro de un país por sus residentes, el **turismo receptor** que son los viajes a un país efectuados por no residentes y el **turismo emisor** que son los viajes realizados fuera de un país por sus residentes.

¹⁰ Fuente: Ministerio de Turismo

1.3.2.1. Turismo receptor

El Ecuador entre el 2006 y 2010 la entrada de extranjeros al país incrementó de 840.555 a 1.047.098, a razones del incremento de turistas en el 2008 de 1.005.297, con un crecimiento del 19,60% respecto al 2006 y 7,23% en referencia al 2007. En el 2009 se da una disminución del 3,66% en comparación al 2008, pero es un incremento con respecto al 2006 de 15,22%, y el 2010 refleja un incremento del 8,12% en referencia al 2009 y el 24,57% en comparación con el 2006. Es decir, que los años de 2008 y 2010 son los periodos en los cuales ha existido mayor demanda de turistas para el Ecuador. (Ver gráfico N°3)

Gráfico N°3
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR
2006-2010



FUENTE: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2009-2010)

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Es importante destacar que los arribos desde los mercados Clave (Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania), durante el 2010 registran un total de 831.384 arribos, que comparado con los arribos en el 2009, presenta un incremento del 8,94%, que en términos absolutos significa un aumento de 68.194. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano, al pasar de 198.596 en el 2009 a

248.365 en el 2010, es decir, existe un incremento del 25,06%. (Ver cuadro N°1)

Así mismo, en el cuadro N°1 observamos que en el 2010 se ha registrado una disminución de los mercados de España y Alemania, con relación a los arribos contabilizados en el 2009, existe un decrecimiento del 3,04% y 4,36%, respectivamente. El total de arribos desde los mercados clave representa un 79,4% del total de arribos de 2010.

Dentro de los mercados de Consolidación, (Argentina, Chile, Canadá Reino Unido, Brasil, Francia, Italia, Holanda) se registra un aumento acumulado importante en el mercado de Argentina, el cual representa el 30,24% de incremento. Asimismo en los mercados de Oportunidad (Venezuela, México, Panamá, Suiza, Bélgica, Costa Rica y Austria), se registra un incremento acumulado del 25,28% del mercado de Costa Rica.

De acuerdo con los datos expuestos, los países pertenecientes al mercado clave que se detallan en el cuadro N°1, serían el principal mercado futuro al cual se dirigirían las promociones turísticas de los servicios a ofrecerse en el Centro Recreacional, para obtener mayores oportunidades de ingreso.

Cuadro N°1
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR
2006-2010

| | PAISES | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | VAR % 2009-2010 |
|---------------------------|------------------|----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|--------------------|
| Mercados Clave | Colombia | 210.742 | 236.348 | 239.838 | 198.596 | 248.365 | 25,06 |
| | EEUU | 230.054 | 262.157 | 265.611 | 251.039 | 262.244 | 4,46 |
| | Perú | 196.690 | 207.774 | 226.672 | 232.632 | 242.407 | 4,2 |
| | España | 49.890 | 53.506 | 60.179 | 73.472 | 71.242 | -3,04 |
| | Alemania | 6.264 | 7.453 | 7.760 | 7.451 | 7.126 | -4,36 |
| | SUB-TOTAL | 693.640 | 767.238 | 800.060 | 763.190 | 831.384 | 8,94 |
| Mercados de Consolidación | Argentina | 11.759 | 15.019 | 15.482 | 12.477 | 16.250 | 30,24 |
| | Chile | 18.041 | 18.832 | 22.186 | 22.078 | 23.602 | 6,9 |
| | Canadá | 5.041 | 6.613 | 6.011 | 5.112 | 5.793 | 13,32 |
| | Reino Unido | 6.009 | 7.500 | 6.489 | 5.603 | 4.828 | -13,83 |
| | Brasil | 6.456 | 8.950 | 9.643 | 8.470 | 8.408 | -0,73 |
| | Francia | 4.661 | 5.850 | 6.351 | 5.805 | 5.935 | 2,24 |
| | Italia | 5.302 | 5.984 | 6.118 | 6.291 | 6.490 | 3,16 |
| | Holanda | 17.313 | 17.529 | 20.809 | 14.585 | 13.355 | -8,43 |
| | SUB-TOTAL | 74.582 | 86.277 | 93.089 | 80.421 | 84.661 | 5,27 |
| Mercados de Oportunidad | Venezuela | 11.417 | 15.878 | 20.363 | 24.836 | 25.122 | 1,15 |
| | México | 6.780 | 8.585 | 9.981 | 8.758 | 9.662 | 10,32 |
| | Panamá | 21.904 | 20.276 | 27.597 | 29.345 | 29.109 | -0,8 |
| | Suiza | 2.737 | 3.022 | 2.845 | 2.541 | 2.849 | 12,12 |
| | Bélgica | 1.301 | 1.639 | 1.655 | 1.699 | 1.653 | -2,71 |
| | Costa Rica | 7.626 | 5.703 | 8.599 | 7.146 | 8.967 | 25,48 |
| | Austria | 580 | 750 | 799 | 585 | 681 | 16,41 |
| | SUB-TOTAL | 52.345 | 55.853 | 71.839 | 74.910 | 78.043 | 4,18 |
| OTROS PAISES | Resto de América | 10.278 | 15.294 | 21.680 | 35.425 | 36.631 | 3,40 |
| | Resto de Europa | 4.935 | 6.954 | 6.220 | 5.797 | 6.345 | 9,45 |
| | ASIA | 3.378 | 4.471 | 10.755 | 6.984 | 7.692 | 10,14 |
| | AFRICA | 256 | 210 | 225 | 744 | 909 | 22,18 |
| | OCEANIA | 1.114 | 1.175 | 1.417 | 1.019 | 1.417 | 39,06 |
| | SIN ESPECIFICAR | 27 | 15 | 12 | 9 | 16 | 77,78 |
| | SUB-TOTAL | 19.988 | 28.119 | 40.309 | 49.978 | 53.010 | 6,07 |
| | TOTAL | 840.555 | 937.487 | 1.005.297 | 968.499 | 1.047.098 | 8,12 |

FUENTE: Ministerio de Turismo
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

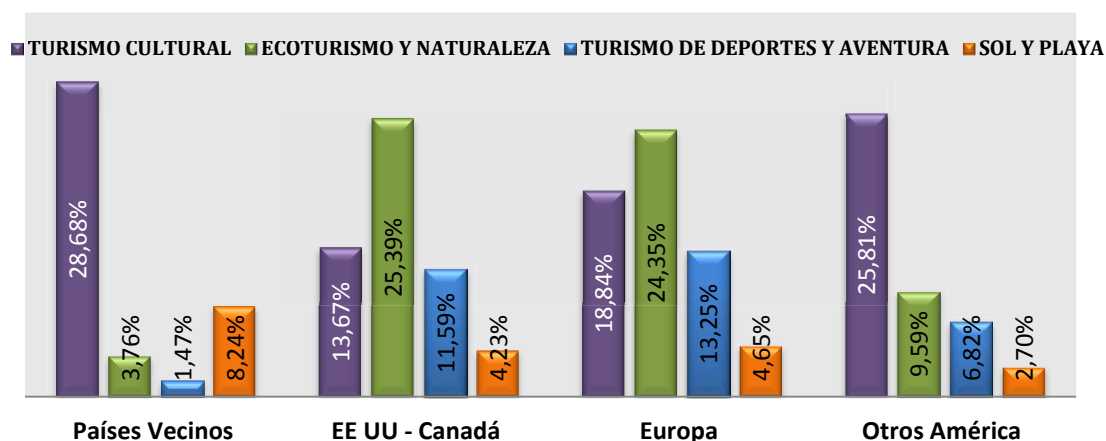
Los principales motivos de viaje de los turistas extranjeros al Ecuador son por diversión y recreación. Siendo los productos turísticos de mayor incidencia el turismo cultural, ecoturismo y aventura, turismo de deporte y aventura, sol y playa, los mismos que se consideran como clave para el proyecto.¹¹

**Cuadro N°2
MOTIVOS DE VIAJE A ECUADOR 2010**

| SEGMENTOS | PAÍSES VECINOS | EE UU - CANADÁ | EUROPA | OTROS AMÉRICA |
|--|----------------|----------------|--------|---------------|
| DIVERSIÓN Y RECREACIÓN | 42,15% | 54,88% | 61,09% | 44,92% |
| VISITA A FAMILIA Y AMIGOS | 36,87% | 24,92% | 25,96% | 26,92% |
| REUNIONES – INCENTIVOS – CONGRESOS - EVENTOS | 14,38% | 4,74% | 7,58% | 26,75% |
| ESTUDIOS/APRENDER ESPAÑOL | 1,66% | 4,85% | 2,42% | 0,72% |
| VOLUNTARIADO | 0,00% | 8,19% | 1,98% | 0,06% |
| TRATAMIENTOS DE SALUD | 3,27% | 0,39% | 0,12% | 0,39% |
| COMPRAS O SERVICIOS PERSONALES | 0,71% | 0,17% | 0,16% | 0,00% |
| OTROS | 0,97% | 1,86% | 0,70% | 0,24% |

FUENTE: Estudio de Marca y hábitos del turista no residente en el Ecuador, julio 2010

**Gráfico N°4
PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL SEGMENTO DIVERSIÓN Y RECREACIÓN, 2010**



FUENTE: Estudio de Marca y hábitos del turista no residente en el Ecuador, julio 2010

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

¹¹FUENTE: INEC y el Ministerio de Turismo

1.3.2.2. Turismo interno

El turismo interno está integrado por los viajes internos y receptores. En el año 2010 fueron transportados 3'643.099 pasajeros, que al relacionarlos con el año 2009, se tiene un crecimiento del 9.4%, siendo las rutas Quito - Guayaquil - Quito; Quito - Cuenca - Quito, y Quito - Manta - Quito, las de mayor demanda, aportando con el 45,8%, 11,5% y 7,6% en su orden, mientras que las demás rutas en su conjunto representan el 35% de la transportación nacional.

De acuerdo con una encuesta que realizó el Ministerio de Turismo entre diciembre de 2009 y agosto de 2010 los rubros más importantes del gasto de los turistas en el Ecuador son: gastos en alojamiento con un porcentaje promedio de 12,33%, gastos en alimentos y bebidas 38,67%, gastos de transporte 22%, gastos en compras 5,67%, gastos en visita a museos, zoológicos, entre otros 1%, gastos en bares, discotecas 4%, gastos en paquetes turísticos 2,33% y otros gastos 42%.

**Cuadro N°3
ESTRUCTURA DEL GASTO**

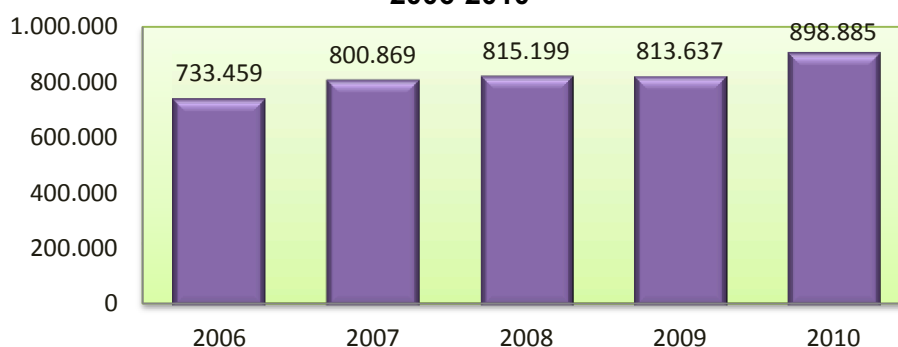
| GASTOS | DIC2009- FEB 2010 | MAR-MAY 2010 | JUN-AGO 2010 | PROMEDIO % |
|--|----------------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Gastos en alojamiento | 12% | 9% | 16% | 12,33% |
| gastos en alimentos y bebidas | 41% | 35% | 40% | 38,67% |
| gastos de transporte | 21% | 27% | 18% | 22,00% |
| gastos en compras | 6% | 5% | 6% | 5,67% |
| gastos en visita a museos, zoológicos, entre otros | 1% | 1% | 1% | 1,00% |
| gastos en bares, discotecas | 5% | 4% | 3% | 4,00% |
| gastos en paquetes turísticos | 1% | 2% | 4% | 2,33% |
| otros gastos | 13% | 16% | 13% | 14,00% |

FUENTE: Ministerio de Turismo
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

1.3.2.3. Turismo emisor

La salida de ecuatorianos al extranjero en los años 2006-2010 ha incrementado de 733.459 a 898.885, en un porcentaje promedio del 5,32%.

Gráfico N°5
SALIDA DE ECUATORIANOS AL EXTRANJERO
2006-2010



FUENTE: Ministerio de Turismo
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

La mayor parte de la salida de ecuatorianos al extranjero fue a través de transporte aéreo, con un porcentaje promedio de 0,85% en el 2006-2010, siendo el transporte menos utilizado el marítimo, con un porcentaje promedio del 0,01% y el transporte terrestre representa un promedio del 0,15% en el mismo periodo de la salida de ecuatorianos a otros países.

Cuadro N°4
SALIDA DE ECUATORIANOS SEGÚN MEDIOS DE TRANSPORTES UTILIZADOS
2006-2010

| MEDIOS DE TRANSPORTE | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| AÉREO | 613.777 | 675.778 | 692.501 | 688.862 | 763.191 |
| MARITIMO | 3.600 | 4.542 | 5.689 | 5.065 | 4.661 |
| TERRESTRE | 116.082 | 120.486 | 117.009 | 119.710 | 131.033 |
| TOTAL | 733.459 | 800.806 | 815.199 | 813.637 | 898.885 |

FUENTE: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2009-2010)
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Los principales motivos de la salida de ecuatorianos en el 2010 a los otros continentes son por turismo recreacional (52,8%), y el principal continente es América (83,12%), siendo uno de los principales países EEUU (40,94%), Perú (20,56%) y Colombia (14,42%); negocios, eventos y estudios tuvieron proporciones mínimas, mientras que por diversos motivos, no detallados en el procesamiento de la información, abandonaron el país el 44,3% del total.

Cuadro N°5
SALIDA DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE SEGÚN CONTINENTES
2010

| | TURISMO RECREACIONAL | NEGOCIOS | EVENTOS | ESTUDIOS | OTROS | TOTAL | % |
|-----------------|----------------------|--------------|---------------|--------------|----------------|----------------|-------------|
| AMÉRICA | 442.692 | 4.730 | 13.438 | 3.747 | 282.535 | 747.142 | 83,12% |
| EUROPA | 28.058 | 341 | 1.989 | 807 | 113.518 | 144.713 | 16,10% |
| ASIA | 2.673 | 159 | 348 | 51 | 1.625 | 4.856 | 0,54% |
| ÁFRICA | 1.221 | 37 | 50 | 12 | 588 | 1.908 | 0,21% |
| OCEANIA | 107 | 4 | 11 | 8 | 130 | 260 | 0,03% |
| SIN ESPECIFICAR | 2 | 1 | 0 | 0 | 3 | 6 | 0,00% |
| TOTAL | 474.753 | 5.272 | 15.836 | 4.625 | 398.399 | 898.885 | 100% |

FUENTE: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2009-2010)

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

1.3.3. Oferta Turística

El Ecuador posee una amplia oferta de atractivos turísticos, por lo que se ha incrementado el número de establecimientos turísticos de 13.503 a 17.778, en el 2006-2010, en el 2010 registra el 6,7% de crecimiento con relación al contabilizado en el año 2009 y, da lugar a un incremento del 31,7% en el período 2006- 2010.¹²

¹²FUENTE: Boletín de Estadísticas Turísticas 2006-2010, emitido por el Ministerio de Turismo.

Cuadro N°6
ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO

| ACTIVIDAD | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Alojamiento | 3.058 | 3.213 | 3.399 | 3.615 | 3.739 |
| Servicios de alimentos y bebidas | 8.120 | 8.898 | 10.299 | 11.089 | 11.937 |
| Transportación | 396 | 416 | 377 | 363 | 383 |
| Operación | 440 | 507 | 547 | 566 | 608 |
| Intermediación | 778 | 757 | 896 | 838 | 914 |
| Casinos, Salas de juegos, Hipódromos y Parques de atracciones estables | | | 182 | 189 | 197 |
| Recreación | 642 | 609 | | | |
| Otros | 69 | 67 | | | |
| TOTAL | 13.503 | 14.467 | 15.700 | 16.660 | 17.778 |

FUENTE: Catastro de establecimientos turísticos
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Los registros de establecimientos turísticos en el 2010 señalan que el número de empleados directos es de 92.828, de los cuales el 51.9% son hombres y el 48.1% mujeres.

Cuadro N°7
PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS

| AÑOS | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | |
|--|---------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Alojamiento | 11.791 | 9.862 | 13.044 | 10.831 | 13.352 | 11.508 | 13.929 | 12.187 |
| Servicios de alimentos/bebidas | 23.109 | 19.868 | 26.365 | 22.675 | 28.429 | 25.441 | 27.891 | 26.662 |
| Transportación | 1.779 | 921 | 1.845 | 955 | 1.657 | 877 | 1.713 | 1.072 |
| Operación | 587 | 1.247 | 1.108 | 873 | 1.154 | 903 | 1.195 | 1.135 |
| Intermediación | 2.176 | 1.783 | 2.287 | 2.571 | 2.244 | 2.475 | 2.214 | 2.651 |
| Casinos, Salas de juegos, Hipódromos y Parques de atracciones estables | | | 1.276 | 838 | 1.211 | 894 | 1.277 | 902 |
| Recreación | 2.149 | 1.051 | | | | | | |
| Otros | 371 | 338 | | | | | | |
| TOTAL | 77.032 | | 84.668 | | 90.145 | | 92.828 | |

FUENTE: Catastros de establecimientos turísticos
ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

El 58,8% están empleados en la actividad de comidas y bebidas, el 28,1% en alojamiento y el 13,1% en otras actividades turísticas. La capacidad de

establecimientos de alojamiento se refleja en la existencia de 3.739 establecimientos, 76.808 habitaciones y 170.236 plazas. El 50% de establecimientos está registrado en la categoría Tercera, 32,1% en Segunda, 16,0% en Primera, 1,1% en Cuarta y una proporción muy pequeña en la categoría Lujo.¹³

La mayor concentración de plazas de alojamiento se encuentran en las provincias de Guayas, Pichincha, Manabí, Esmeraldas y Tungurahua donde el aporte porcentual es de 19.2%, 16.6%, 10.3%, 9,8 y 5,2% respectivamente.

1.3.4. Turismo rural del Ecuador

El Turismo Rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios¹⁴.

El turismo rural en el Ecuador se desarrolla a partir de los años 80, “paralelamente” a la industria turística convencional, esta actividad, beneficia directa e indirectamente a la población del sector rural ecuatoriano. Este tipo de turismo surge en el Ecuador como una alternativa más para la generación de empleo, ingresos y la lucha contra la pobreza. Pero también como una

¹³FUENTE: Ministerio de Turismo (MINTUR)

¹⁴Ing. María Esther González, septiembre 2008. Desarrollo Rural

estrategia de conservación, acceso y control de recursos naturales y de revaloración de su patrimonio natural. Desde ese punto de vista, se tiene la iniciativa de crear un centro recreacional en el Recinto San Carlos del Cantón Jipijapa.

1.4. CARACTERIZACIÓN DEL RECINTO SAN CARLOS

1.4.1. Antecedentes

Como se ha demostrado en la primera parte de este estudio el turismo tiene una gran importancia para la economía nacional, provincial, cantonal; por los múltiples efectos positivos que genera. Esta importante tendencia es evidente en sectores no tradicionales, donde el turismo ha empezado a tener forma, tal es el caso del Recinto San Carlos de la cabecera cantonal de Jipijapa; por tal motivo a continuación se expone una breve descripción de este importante sitio del territorio manabita.

El recinto San Carlos es conocido por la producción de aguardiente, por lo que según habitantes de esta comuna el origen y su nombre se deben a don Carlos Alberto Zavala primer poblador, quien creó en el año de 1912 una fábrica de aguardiente denominada “San Carlos”, después de la muerte de este señor se decide nombrar a esta comunidad como Recinto San Carlos perteneciente a la cabecera cantonal de Jipijapa.

1.4.2. Datos Geográficos y Demográficos

La comunidad de San Carlos tiene una superficie de 900.000 m^2 se encuentra a una distancia de 10,2 km de la ciudad de Jipijapa. Cuenta con una población aproximadamente de 120 personas, no existen datos específicos acerca del total de hombres y mujeres ni la edad, pero se pudo determinar a través de una investigación de campo que la población del Recinto San Carlos está representada por un porcentaje mayor de adultos hombres entre 25-54 años y menor proporción mujeres entre 22-50 años y niños 0-12 años.

1.4.3. Características socio-económicas

Actividad Comercial

San Carlos es una zona donde la mayor parte de los pobladores se dedican al cultivo de caña de azúcar, con la cual producen panela, melcocha (alfeñique), miel, jugos y aguardiente, a través de la cual obtienen su principal ingreso. También producen en menor proporción naranja, aguacate, plátano, repollo, zanahoria, entre otras. Su producción por lo general es comercializada en la cabecera cantonal de Jipijapa.

Educación

El Recinto San Carlos no cuenta con centros educativos, por lo que la población estudiantil se dirige a la cabecera cantonal de Jipijapa, en donde

existen 256 centros educativos fiscales, particulares y fiscos misionales, toda la población estudiantil se encuentra en centro educativos fiscales, por la escasez de recursos económicos.

Infraestructura básica

No cuenta con alcantarillado, por ser una población prácticamente abandonada por las autoridades de la Municipalidad del Cantón Jipijapa, únicamente poseen pozos sépticos. De igual forma no cuentan con el servicio al agua potable, la población se abastecen por medio de pozos en donde manan agua y por carros tanqueros y en lo que respecta al servicio de energía eléctrica la población posee un alumbrado a través de un sistema interconectado con la cabecera cantonal de Jipijapa.

Cabe recalcar que en la actualidad se están dando proyectos de mejora en las zonas rurales, como la implementación de los servicios básicos de agua potable y alcantarillado, a través de los proyectos de la “CONSTRUCCIÓN Y/O MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE AGUA POTABLE EN COMUNIDADES RURALES” y el “PLAN MAESTRO DE ALCANTARILLADO SANITARIO Y PLUVIAL EN COMUNIDADES RURALES”.

Por otra parte, la población del Recinto San Carlos asiste a los centros de salud de la cabecera cantonal de Jipijapa, entre estos centros tenemos el Hospital General de Jipijapa y el Sub-Centro de Salud # 4, por su atención gratuita. Así mismo, para el abastecimiento de productos se dirige al mercado, a locales comerciales, entre otros de la cabecera cantonal de Jipijapa.

En lo que se refiere al tipo de telecomunicaciones, medio que se da a través de la telefonía celular Claro y Movistar, pero hay que recalcar que estas señales no cubren todo el sector.

Vivienda

En el recinto San Carlos los habitantes residen en viviendas en su mayoría de caña y la madera de soporte, en menor proporción son las viviendas de hormigón armado. El acceso a estos hogares no se encuentra en buen estado por la falta de mantenimiento.



El total de viviendas en el recinto San Carlos es de aproximadamente 10 viviendas de caña y 2 de hormigón armado.

Vialidad y Transporte

Para llegar al Recinto San Carlos se puede tomar buses de la cooperativa Cacique-Guale o transportes informales cuya estación se encuentra localizada por la calle Bolívar y Víctor Manuel Rendón, los cuales tienen turnos diarios

cada 20 minutos desde las 6:00 am hasta las 6:00 pm, el valor del pasaje es de 0,30 ctvs.

Estructura política y administrativa

El recinto San Carlos no posee ningún organismo político ni administrativo.

1.4.4. Flora y Fauna de la comunidad

La comunidad de San Carlos se caracteriza por tener bosques secos pre-montañosos, entre las especies está el cedro, el guasmo, el amarillo, en otras; es decir, una zona climática donde se desarrollan una gran variedad de especies vegetales. La cual ha sido explotada para potrero y cultivo.



Así, también es poseedora de una variedad de vida silvestre entre los cuales podemos mencionar: el guatuso, la guanta, la paloma, el loro, la perdiz, la lagartija, entre otros.



1.4.5. Análisis FODA

Cuadro N°8

| FACTORES INTERNOS CONTROLABLES | | FACTORES EXTERNOS NO CONTROLABLES | |
|--------------------------------|---|-----------------------------------|---|
| FORTALEZAS (+) | <ul style="list-style-type: none"> × La cercanía del recinto San Carlos hacia la cabecera cantonal de Jipijapa. × Las vías de acceso al recinto San Carlos están en buen estado. × Posee atractivos naturales y un clima agradable. × Apoyo de los pobladores por nuevas actividades. | OPORTUNIDADES (+) | <ul style="list-style-type: none"> × Apoyo del Municipio de Jipijapa con su plan maestro de agua potable y alcantarillado. × Desarrollo y mejoramiento de la infraestructura turística rural por parte del municipio de Jipijapa. × Predisposición del ministerio de turismo para apoyar capacitaciones en proyectos de turismo comunitario. × Apoyo del departamento de turismo del municipio en lo que respecta a publicidad y promoción. |
| DEBILIDADES (-) | <ul style="list-style-type: none"> × Falta de infraestructura turística. × Falta de concientización sobre el manejo de los recursos naturales entre los habitantes del recinto. × Falta de servicios básicos como el alcantarillado y agua potable. × Alto nivel de Emigración. | AMENAZAS (-) | <ul style="list-style-type: none"> × Descuido y falta de interés por algunos organismos y autoridades. × Los cambios climáticos. |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Según los resultados del análisis FODA, unas de las fortalezas con la que cuenta el proyecto es la cercanía que se tiene con la cabecera cantonal Jipijapa, que está a tan solo 15 minutos, además de que sus vías de acceso se encuentran en buen estado favoreciendo así la llegada de propios y extraños hacia el Recinto San Carlos. Por otro lado este Recinto posee diversos atractivos naturales tanto en flora como en fauna lo que hace de este lugar un paraíso terrenal, una zona climática ideal para que se desarrollen estas especies vegetales y exista vida silvestre. Conjuntamente se cuenta con el apoyo incondicional de sus pobladores para explotar turísticamente este sector.

Se puede recalcar que el recinto San Carlos se beneficiará del Proyecto de la “CONSTRUCCION Y/O MEJORAMIENTO DE AGUA POTABLE EN COMUNIDADES RURALES” y el “PLAN MAESTRO DE ALCANTARILLADO SANITARIO EN COMUNIDADES RURALES” que son oportunidades de desarrollo para el recinto, los cuales permiten contrarrestar la debilidad que se posee sobre estos servicios, cabe mencionar que estos proyectos son a futuro, por lo que se tendría que esperar años para su ejecución, es algo que realmente se escapa de las manos. Asimismo el contar con el ministerio del Turismo para que apoye en capacitaciones y proyectos de turismo comunitario los cuales incentivaría a los inversionistas a arriesgar por nuevos proyectos en esta comunidad.

En cuanto a las debilidades el Recinto San Carlos carece de Infraestructura turística ideal para la explotación de los recursos que posee este sector, también otro de los problemas es la falta de concientización u apoyo hacia los moradores de la comunidad sobre el manejo debido y oportuno de los recursos naturales del sector, de la misma forma la falta de servicios básicos como alcantarillado y agua potable que son imprescindibles en este sector, hacen que la población emigre a otras partes. Además, consta como amenaza primordial en ese sector el descuido y la falta de interés por las diversas autoridades, seguido de los cambios climáticos, problemas que afectan directamente el proyecto, que mediante estrategias de incentivación a las autoridades competentes se logre mejorar la infraestructura del Recinto San Carlos, en cada ocasión que se vea afectada por los cambios climáticos que se den el mismo.

CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar y analizar cada una de las variables que afectan el mercado donde se va a desarrollar el proyecto, las cuales permitan cuantificar la posible demanda para el centro de servicios turísticos.

Objetivos Particulares

- Determinar el mercado de consumidores del proyecto, actual y proyectado.
- Establecer el tamaño del mercado de competidores, así como sus ofertas actuales.
- Describir los servicios a ofrecerse en el centro de servicios turísticos.
- Establecer estrategias de promoción y publicidad.
- Determinar el precio del servicio que se ofrece.

2.2. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.1. Diseño de la Investigación de Mercado

Para el estudio de mercado se implementó la investigación cuantitativa, permitiendo de esta forma contabilizar los resultados. Para obtener la información requerida se realizó lo siguiente:

1. Se definió el tipo de mercado al que se dirige nuestro proyecto, es decir, el mercado internacional e interno.
2. Se estableció el segmento al cual se encontrará dirigido el proyecto:

Segmentación por Zona Geográfica

- Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Jipijapa.
- Población Ocupada del Cantón Jipijapa, y
- Turistas Nacionales y Extranjeros.

Segmentación Socioeconómica

- ✓ Medio-Alto, que según las encuestas de estratos socioeconómicos realizados por el INEC representa el 35,9% de la población.

Segmentación por Gustos y Preferencias

- ✓ Población que tenga tendencia a realizar actividades turísticas en el medio rural.

3. Se determinó el universo y la muestra, con la finalidad de realizar encuestas al segmento establecido y describir las variables: gustos, preferencias, ingresos, gastos y aceptación del proyecto; a través de cuestionarios, los mismos que se componen de preguntas cerradas de forma dicotómicas, de respuestas múltiples y unipolares.

Universo y muestra

Universo.-El universo de nuestro proyecto que tienen una misma característica en común está conformada por:

- × Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Jipijapa (32.940).
- × Población Ocupada del Cantón Jipijapa (5.874), y
- × Turistas Nacionales (890) y Extranjeros (391).

Muestra.- es el subconjunto del universo. Para el cálculo de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N=universo de estudio

P=0.5 probabilidad que ocurra el evento

Q=0.5 probabilidad de no ocurrencia de un evento

k= 95%=1,96 margen de confiabilidad

e=8% margen de error

n=muestra

1. Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Jipijapa (32.940).

$$n = \frac{(0,5*0,5)(32.940)}{(32.940-1)\left(\frac{0,08}{1,96}\right)^2 + 0,5*0,5} = \frac{8235}{55,125} = 149,386 \approx 149$$

2. Población Ocupada del Cantón Jipijapa (5.874), para el cálculo de la muestra de este segmento se realizó un muestreo estratificado según la rama de actividad que ejerce la población ocupada de Jipijapa, para minimizar el tamaño de ésta, se tomó en consideración las personas remuneradas cerca del 100%, (Ver anexo N°2), además se obtuvo una muestra de cada una de ellas como se observa en el siguiente cuadro.

| ESTRATOS | RAMAS DE ACTIVIDAD | PERSONAS OCUPADAS | MUESTRA |
|----------|--------------------------------------|-------------------|-------------|
| 1 | Actividades financieras y de seguros | 32 | $N_1 = 27$ |
| 2 | Construcción | 11 | $N_2 = 10$ |
| 3 | Administración pública y defensa | 355 | $N_3 = 128$ |
| 4 | Enseñanza | 1.096 | $N_4 = 132$ |

Luego de tener los 4 estratos según cada rama de actividad, se obtuvo primero una muestra general de las 297 personas ocupadas, la cual va a ser dividida según los estratos establecidos:

$$n = \frac{(0,5*0,5)(297)}{(101-1)\left(\frac{0,08}{1,96}\right)^2 + 0,5*0,5} = \frac{74,17}{0,742} = 99,88 \approx 100$$

El siguiente paso fue obtener las muestras según cada estrato, mediante la siguiente fórmula propuesta por Laura Lagares Barreiro:

$$n_1 = n * \frac{N_i}{N}$$

| ESTRATOS | RAMAS DE ACTIVIDAD | PERSONAS OCUPADAS | SUBMUESTRA |
|--------------|--------------------------------------|-------------------|------------|
| 1 | Actividades financieras y de seguros | $N_1 = 27$ | 9 |
| 2 | Construcción | $N_2 = 10$ | 3 |
| 3 | Administración pública y defensa | $N_3 = 128$ | 43 |
| 4 | Enseñanza | $N_4 = 132$ | 44 |
| TOTAL | | | 100 |

3. Turistas Nacionales (890) y Extranjeros (391), un total de 1.281 turistas, entonces tenemos una muestra de:

$$n = \frac{(0,5*0,5)(1.281)}{(1.281-1)\left(\frac{0,08}{1,96}\right)^2 + 0,5*0,5} = \frac{320,25}{2,382} = 134,42 \approx 134$$

Obtenidos los resultados de las muestras se aplicaron las encuestas eligiendo a las personas de manera aleatoria, en los siguientes lugares: El Parque Central del Cantón Jipijapa, el Terminal Terrestre del Cantón y las organizaciones administrativas, financieras y públicas.

2.1.1. Análisis del Mercado

2.1.1.1. Tabulación y análisis de las encuestas

Las encuestas realizadas el 24, 25 y 26 de agosto a los segmentos anteriormente expuestos arrojaron los siguientes resultados, mediante los siguientes objetivos planteados:

- × Conocer el nivel de aceptación del centro de servicios turísticos.
- × Determinar cuáles son las actividades a realizar por el turista.
- × Conocer la habitualidad con que realiza actividades turísticas.
- × Determinar los precios dispuestos a pagar por determinado servicio.
- × Conocer las preferencias del consumidor por determinado servicio turístico.
- × Determinar los medios que se utiliza para encontrar servicios turísticos.
- × Conocer los destinos para realizar actividades turísticas.

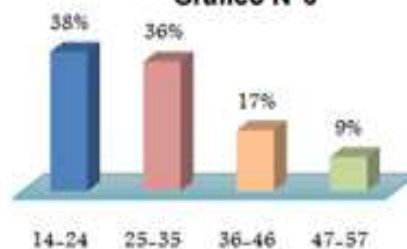
1. Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Jipijapa

INFORMACIÓN GENERAL

Cuadro N°9

| EDAD | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| 14-24 | 57 | 38% |
| 25-35 | 53 | 36% |
| 36-46 | 25 | 17% |
| 47-57 | 14 | 9% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°6



Cuadro N°10

| GENERO | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| MASCULINO | 69 | 46% |
| FEMENINO | 80 | 54% |
| TOTAL | 149 | 100% |

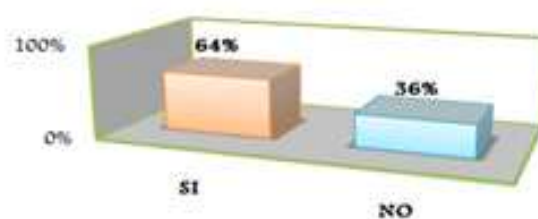
Cuadro N°11

| TRABAJA | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 96 | 64% |
| NO | 53 | 36% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°7



Gráfico N°8

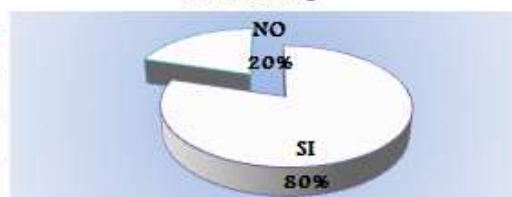


1. ¿CREE UD QUE EL CANTON JIPIJAPA ES UN LUGAR TURÍSTICO?

Cuadro N°12

| VARIABLES | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 119 | 80% |
| NO | 30 | 20% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°9

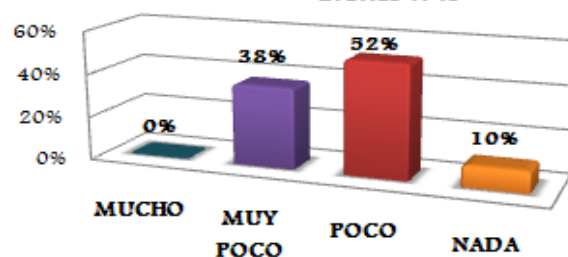


2. ¿CREE UD QUE EXISTE PROMOCION TURISCA DEL CANTÓN JIPIJAPA?

Cuadro N°13

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| MUCHO | 0 | 0% |
| MUY POCO | 56 | 38% |
| POCO | 78 | 52% |
| NADA | 15 | 10% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°10

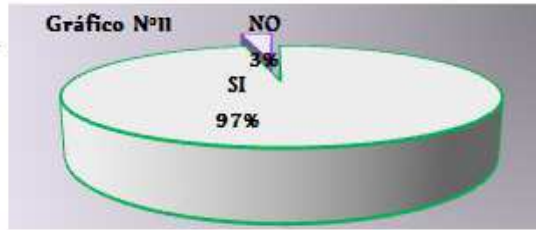


3. ¿REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL CANTON?

Cuadro N°14

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 144 | 97% |
| NO | 5 | 3% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°11

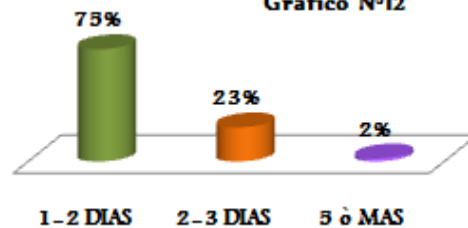


4. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA ACTIVIDADES RECREACIONALES EN EL CANTON JIJIJAPA?

Cuadro N°15

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|-----|
| 1-2 DIAS | 112 | 75% |
| 2-3 DIAS | 34 | 23% |
| 5 ò MAS | 3 | 2% |

Gráfico N°12

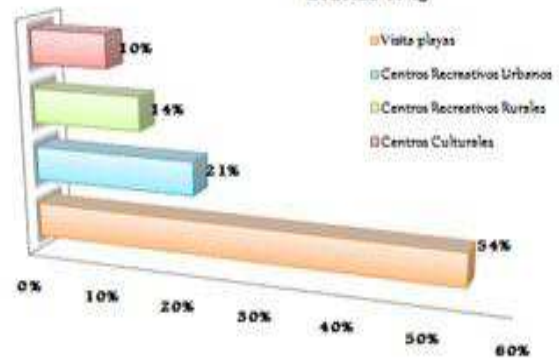


5. ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD RECREACIONAL REALIZA EN EL CANTON JIJIJAPA?

Cuadro N°16

| ACTIVIDADES | FRECUENCIA | % |
|-----------------------------|------------|------|
| Visita playas | 118 | 54% |
| Centros Recreativos Urbanos | 46 | 21% |
| Centros Recreativos Rurales | 31 | 14% |
| Centros Culturales | 22 | 10% |
| TOTAL | 217 | 100% |

Gráfico N°13

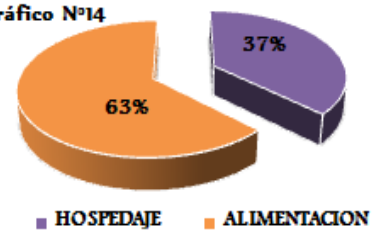


6. ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS ESCOGE AL REALIZAR ACTIVIDADES TURISTICAS?

Cuadro N°17

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------|
| HOSPEDAJE | 59 | 37% |
| ALIMENTACION | 100 | 63% |
| TOTAL | 159 | 100% |

Gráfico N°14

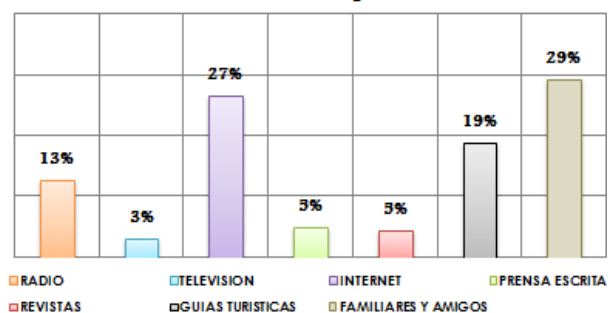


7. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA ENCONTRAR DESTINOS TURISTICOS?

Cuadro N°18

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|------------------------|------------|------|
| RADIO | 31 | 13% |
| TELEVISION | 8 | 3% |
| INTERNET | 65 | 27% |
| PRENSA ESCRITA | 12 | 5% |
| REVISTAS | 11 | 5% |
| GUIAS TURISTICAS | 46 | 19% |
| FAMILIARES Y AMIGOS | 71 | 29% |
| TOTAL | 244 | 100% |

Gráfico N°15

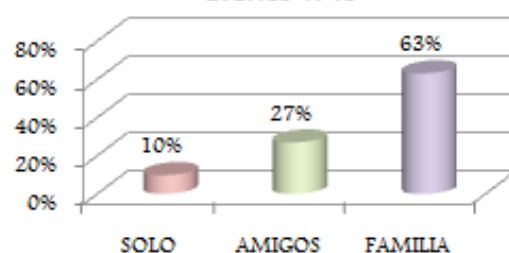


8. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE REALIZAR SUS ACTIVIDADES RECREACIONALES?

Cuadro N°19

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SOLO | 16 | 10% |
| AMIGOS | 44 | 27% |
| FAMILIA | 103 | 63% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Gráfico N°16

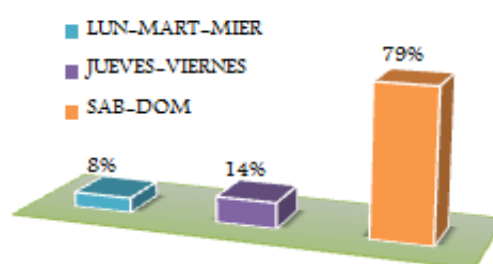


9. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFIERE REALIZAR ACTIVIDAD RECREACIONALES?

Cuadro N°20

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------------|------------|------|
| LUN-MART-MIER | 12 | 8% |
| JUEVES-VIERNES | 21 | 14% |
| SAB-DOM | 122 | 79% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Gráfico N°17

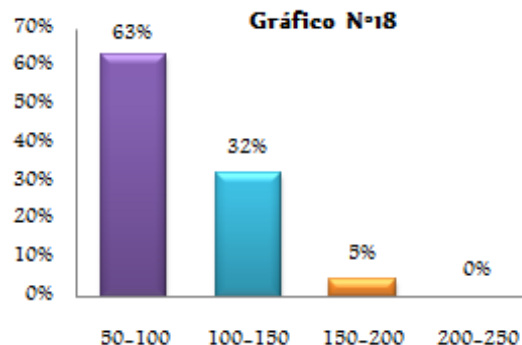


10. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA SUS ACTIVIDADES RECREATIVAS?

Cuadro N°21

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| 50-100 | 94 | 63% |
| 100-150 | 48 | 32% |
| 150-200 | 7 | 5% |
| 200-250 | 0 | 0% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°18

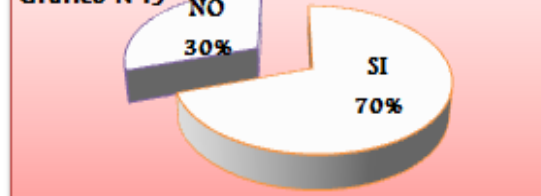


11. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°22

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 104 | 70% |
| NO | 45 | 30% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°19

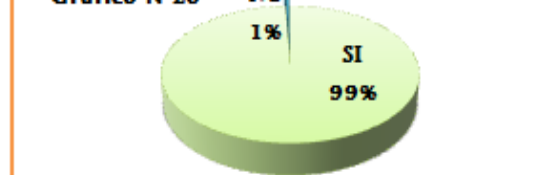


12. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°23

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 148 | 99% |
| NO | 1 | 1% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°20

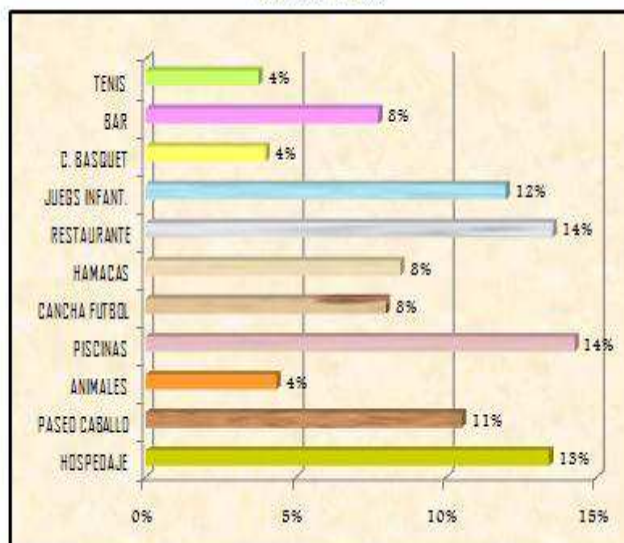


13. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

Cuadro N°24

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|-------------|
| HOSPEDAJE | 111 | 13% |
| PASEO CABALLO | 87 | 11% |
| ANIMALES | 36 | 4% |
| PISCINAS | 118 | 14% |
| CANCHA FUTBOL | 66 | 8% |
| HAMACAS | 70 | 8% |
| RESTAURANTE | 112 | 14% |
| JUEGS INFANT. | 99 | 12% |
| C. BASQUET | 33 | 4% |
| BAR | 64 | 8% |
| TENIS | 31 | 4% |
| TOTAL | 827 | 100% |

Gráfico N°22

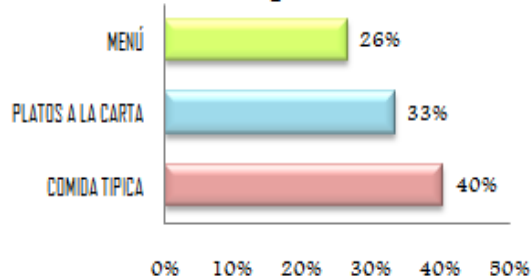


14. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

Cuadro N°25

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-------------------|------------|-------------|
| COMIDA TIPICA | 99 | 40% |
| PLATOS A LA CARTA | 82 | 33% |
| MENÚ | 65 | 26% |
| TOTAL | 246 | 100% |

Gráfico N°23

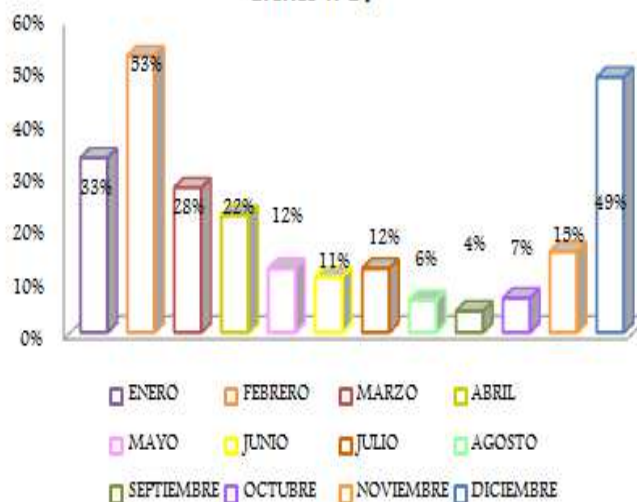


15. EN EL AÑO ¿CUALES SON LOS MESES EN QUE REALIZA ACTIVIDADES TURISTICAS?

Cuadro N°26

| MESES | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| ENERO | 82 | 33% |
| FEBRERO | 130 | 53% |
| MARZO | 68 | 28% |
| ABRIL | 55 | 22% |
| MAYO | 30 | 12% |
| JUNIO | 26 | 11% |
| JULIO | 30 | 12% |
| AGOSTO | 15 | 6% |
| SEPTIEMBRE | 10 | 4% |
| OCTUBRE | 16 | 7% |
| NOVIEMBRE | 38 | 15% |
| DICIEMBRE | 120 | 49% |
| TOTAL | 620 | 114% |

Gráfico N°24

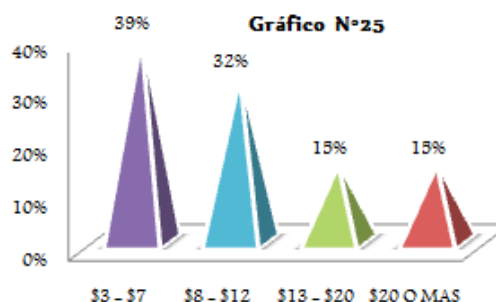


16. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO RECREACIONAL?

Cuadro N°27

| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|-------------|----------|------|
| \$3 - \$7 | 58 | 39% |
| \$8 - \$12 | 47 | 32% |
| \$13 - \$20 | 22 | 15% |
| \$20 O MAS | 22 | 15% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Gráfico N°25



CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS 1.-

Según las encuestas realizadas a la PEA, el Cantón Jipijapa es un lugar propicio para la actividad turística según el 80% de los encuestados (preg.1), por lo que se proyectan expectativas favorables para el centro de servicios turísticos, pero uno de los problemas que aqueja a este sector es la poca publicidad o promoción que se les atribuye al sector turístico (preg.2,7), siendo esta una de las metas para sacar a relucir el atractivo turístico del cantón y el fundamental apoyo para que sea reconocido a nivel nacional.

Por otra lado el 97% de las personas encuestadas realizan actividades turísticas con frecuencia (preg.3,4,9,8) ya sea con familiares o amigos, preferentemente los días viernes, sábados y domingos, por lo general en el mismo Cantón, lo que incentiva y da el hincapié para hacer del proyecto uno de los más apetecidos en dicho Cantón, siendo las playas las más visitadas y en menor porcentaje los centros recreativos urbanos y rurales (preg.5), realidad que se espera cambiar con todos los servicios con los que contará el centro recreacional y que superará las expectativas de quienes lo visiten.

Asimismo, el 63% de las personas optan en sus viajes turísticos por el servicio de alimentación (preg.6,14), especialmente por la comida típica y uno de los

servicios que se ofrecerá en el proyecto incluye lo que es comida criolla hecha en leña, lo apetecido por las personas en sus viajes. Por otra parte, el 63% de los encuestados consideran un gasto promedio de \$75 (preg.10), lo que generaría un buen ingreso al proyecto siempre y cuando se capte toda la demanda existente.

En el Cantón Jipijapa el 70% de la población conoce el Recinto San Carlos lo que significa una ventaja a favor, el que sea un lugar reconocido por la gente y además existe una aceptación por el proyecto, lo que generaría la posibilidad de hacer conocer los atractivos turísticos con que cuenta el Cantón Jipijapa(preg.11,12), por otra parte contaría con varios servicios como: piscina, hospedaje, restaurante, juegos infantiles entre otros que son aceptados en su mayoría por los encuestados (preg.13), los cuales estarían dispuestos a pagar por dichos servicios en un rango de 3-7 dólares, se pronostica que los meses en que nuestro centro de servicios turísticos tenga mayor afluencia serían los meses de enero, febrero, marzo, julio, diciembre y los restantes en menor cantidad.

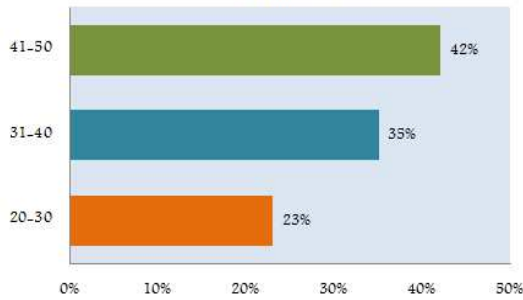
2. Población Ocupada del Cantón Jipijapa

INFORMACION GENERAL

Cuadro N°28

| EDAD | FRECUENCIA | % |
|-------|------------|------|
| 20-30 | 23 | 23% |
| 31-40 | 35 | 35% |
| 41-50 | 42 | 42% |
| TOTAL | 100 | 100% |

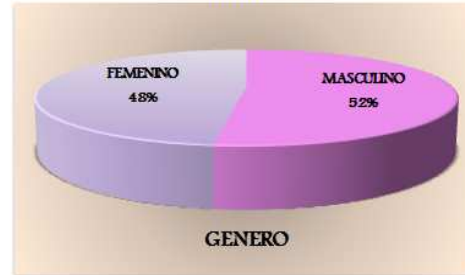
Gráfico N°26



Cuadro N°29

| GENERO | FRECUENCIA | % |
|-----------|------------|------|
| MASCULINO | 52 | 52% |
| FEMENINO | 48 | 48% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°27

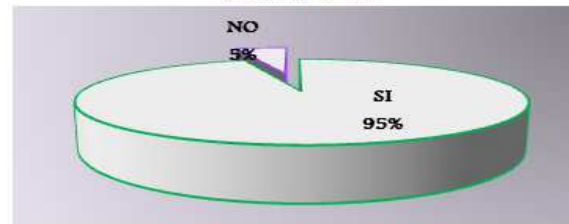


1. ¿REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL CANTON?

Cuadro N°30

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 95 | 95% |
| NO | 5 | 5% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°26

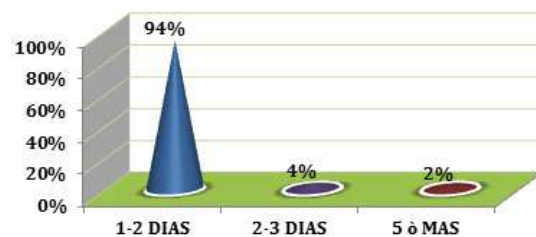


2. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA ACTIVIDADES RECREACIONALES EN EL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°31

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| 1-2 DIAS | 94 | 94% |
| 2-3 DIAS | 4 | 4% |
| 5 ò MAS | 2 | 2% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°29

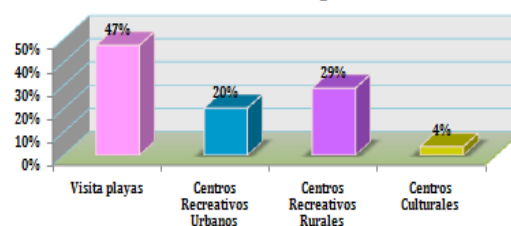


3. ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD RECREACIONAL REALIZA EN EL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°32

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-----------------------------|------------|------|
| Visita playas | 77 | 47% |
| Centros Recreativos Urbanos | 33 | 20% |
| Centros Recreativos Rurales | 47 | 29% |
| Centros Culturales | 6 | 4% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Gráfico N°30

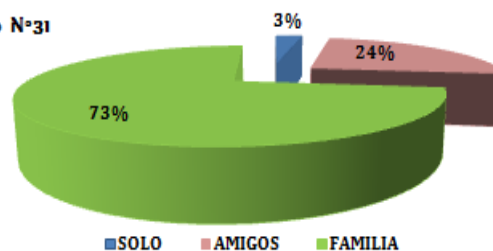


4. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE REALIZAR SUS ACTIVIDADES RECREACIONALES?

Cuadro N°33

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SOLO | 3 | 3% |
| AMIGOS | 25 | 24% |
| FAMILIA | 75 | 73% |
| TOTAL | 103 | 100% |

Gráfico N°31

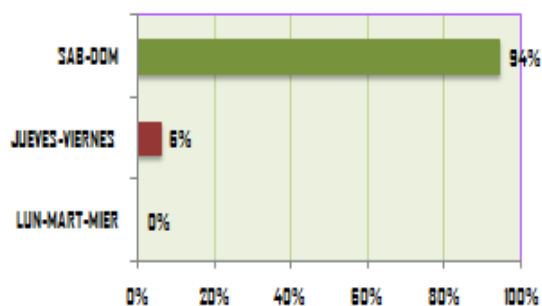


5. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFERE REALIZAR ACTIVIDAD RECREACIONALES?

Cuadro N°34

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------------|------------|------|
| LUN-MART-MIER | 0 | 0% |
| JUEVES-VIERNES | 6 | 6% |
| SAB-DOM | 97 | 94% |
| TOTAL | 103 | 100% |

Gráfico N°32

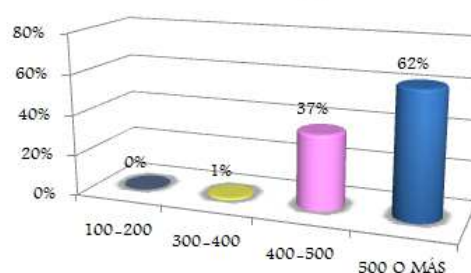


6. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA SUS ACTIVIDADES RECREATIVAS?

Cuadro N°35

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-----------|------------|------|
| 100-200 | 0 | 0% |
| 300-400 | 1 | 1% |
| 400-500 | 37 | 37% |
| 500 O MÁS | 62 | 62% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°33

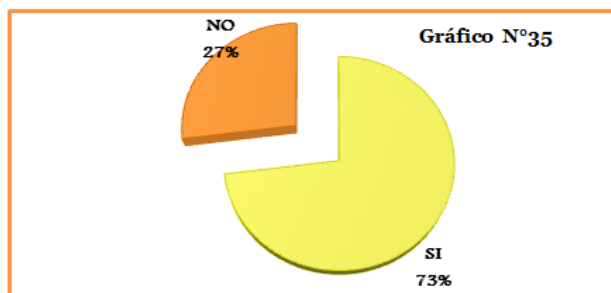


7. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIJIJAPA?

Cuadro N°37

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 73 | 73% |
| NO | 27 | 27% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°35

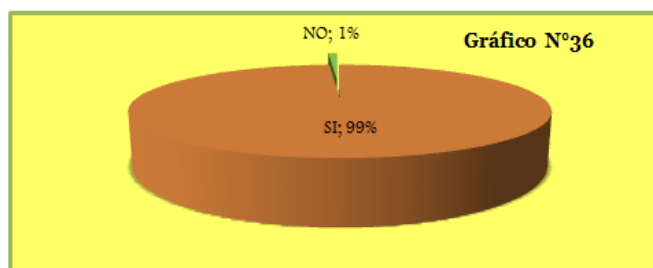


8. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIJIJAPA?

Cuadro N°38

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 99 | 99% |
| NO | 1 | 1% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°36

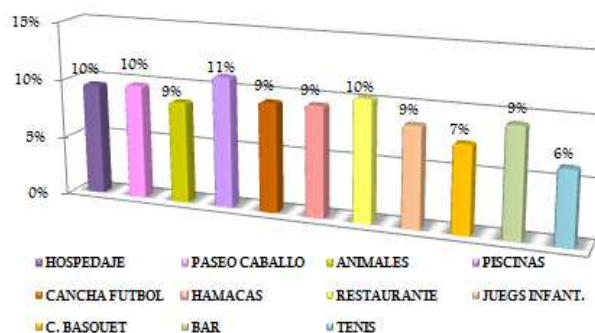


10. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

Cuadro N°39

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|------|
| HOSPEDAJE | 85 | 10% |
| PASEO CABALLO | 87 | 10% |
| ANIMALES | 77 | 9% |
| PISCINAS | 99 | 11% |
| CANCHA FUTBOL | 83 | 9% |
| HAMACAS | 84 | 9% |
| RESTAURANTE | 92 | 10% |
| JUEGS INFANT. | 76 | 9% |
| C. BASQUET | 66 | 7% |
| BAR | 83 | 9% |
| TENIS | 56 | 6% |
| TOTAL | 888 | 100% |

Gráfico N°36

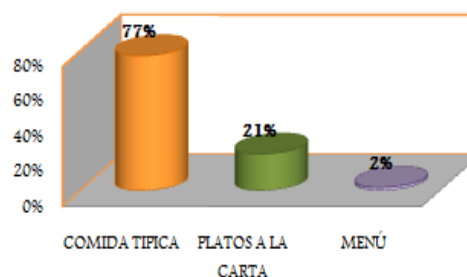


11. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

Cuadro N°40

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-------------------|------------|------|
| COMIDA TIPICA | 85 | 77% |
| PLATOS A LA CARTA | 23 | 21% |
| MENÚ | 2 | 2% |
| TOTAL | 110 | 100% |

Gráfico N°38

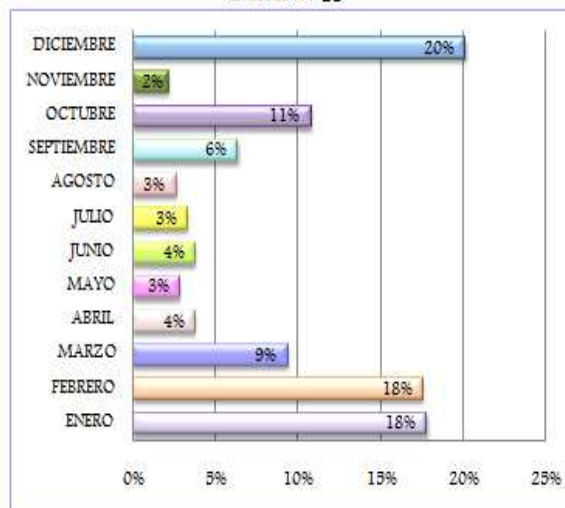


12. EN EL AÑO ¿CUALES SON LOS MESES EN QUE REALIZA ACTIVIDADES RECREATIVAS?

Cuadro N°41

| MESES | FRECUENCIA | % |
|------------|------------|------|
| ENERO | 76 | 18% |
| FEBRERO | 75 | 18% |
| MARZO | 40 | 9% |
| ABRIL | 16 | 4% |
| MAYO | 12 | 3% |
| JUNIO | 16 | 4% |
| JULIO | 14 | 3% |
| AGOSTO | 11 | 3% |
| SEPTIEMBRE | 27 | 6% |
| OCTUBRE | 46 | 11% |
| NOVIEMBRE | 9 | 2% |
| DICIEMBRE | 86 | 20% |
| TOTAL | 428 | 100% |

Gráfico N°39

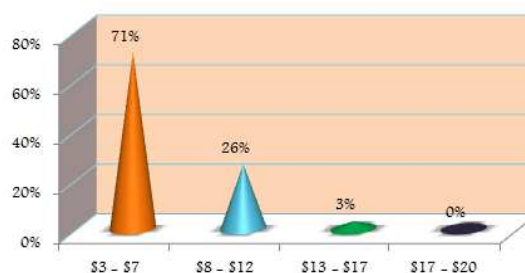


13. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO RECREACIONAL?

Cuadro N°42

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|------|
| \$3 - \$7 | 71 | 71% |
| \$8 - \$12 | 26 | 26% |
| \$13 - \$17 | 3 | 3% |
| \$17 - \$20 | 0 | 0% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Gráfico N°40



CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS 2.-

En las encuestas realizadas a la población ocupada del Cantón Jipijapa el 23% de dicha población está entre la edad de 20-30, que vendría a ser la posible demanda y en menor porcentaje las otras edades, asimismo no habrá mayor diferencia con la asistencia de hombres y mujeres como lo muestra la información general obtenida en las encuestas. Por otro lado el 94% de las personas encuestadas realizan con frecuencia actividades turísticas en el Cantón Jipijapa, por lo general su estadía es de 1-2 días lo que resulta favorable para el servicio de hospedaje que brindara el proyecto logrando que su permanencia sea más prolongada (preg.1, 2). Optando así también por la visita a las playas y en segundo lugar los centros recreativos rurales ya que el 73% prefiere salir con familiares y el 21% ya sea solo o con amigos, especialmente los días viernes, sábados y domingos (preg.3,4,5).

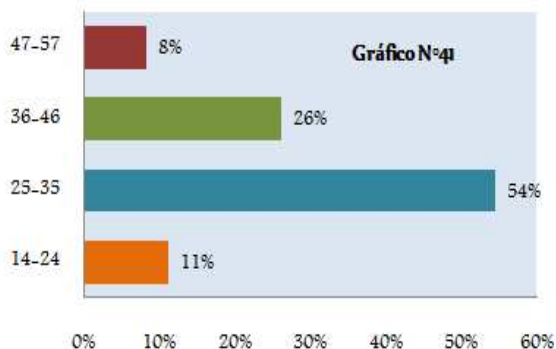
En cuanto al nivel de ingresos se tiene que el 60% de los encuestados tienen un ingreso de \$ 500 o más y el gasto que destinan para actividades turísticas está entre 100-150 dólares es decir que aproximadamente cerca del 30%. Por otra parte el 98% de las personas están de acuerdo con la creación del centro recreacional, el 72% conoce el recinto san Carlos donde estará ubicado el centro de servicios turísticos rurales (preg.8,9), y a la gran mayoría le gusta los servicios que se ofrecerán (pag.10), el 77% opta por la comida típica, estarían dispuestas a pagar entre 3-7 dólares y las temporadas buenas para el centro de servicios turísticos serían en los meses febrero, marzo, julio, octubre, diciembre y en los otros meses en menor proporción.(preg.10,11,12,13).

3. Turistas Nacionales y Extranjeros

INFORMACION GENERAL

Cuadro N°43

| EDAD | FRECUENCIA | % |
|-------|------------|------|
| 14-24 | 15 | 11% |
| 25-35 | 73 | 54% |
| 36-46 | 35 | 26% |
| 47-57 | 11 | 8% |
| TOTAL | 134 | 100% |



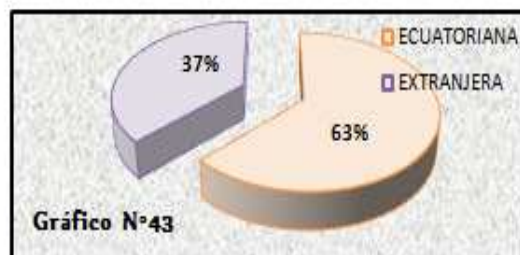
Cuadro N°44

| GENERO | FRECUENCIA | % |
|-----------|------------|------|
| MASCULINO | 89 | 66% |
| FEMENINO | 45 | 34% |
| TOTAL | 134 | 100% |



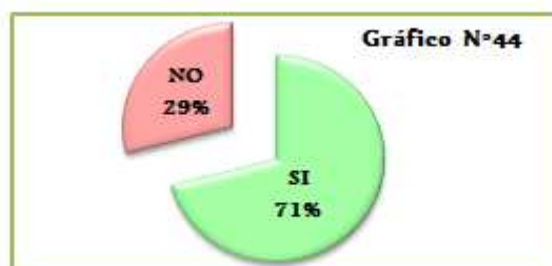
Cuadro N°45

| NACIONALIDAD | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------|
| ECUATORIANA | 84 | 63% |
| EXTRANJERA | 50 | 37% |
| TOTAL | 134 | 100% |



Cuadro N°46

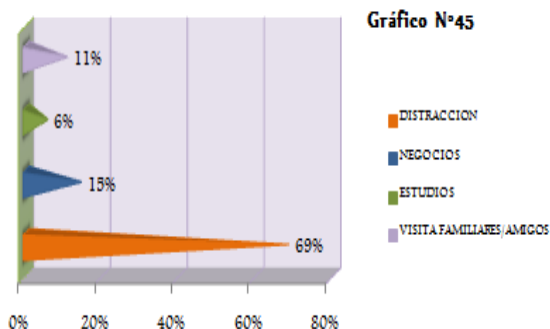
| TRABAJA | FRECUENCIA | % |
|---------|------------|------|
| SI | 95 | 71% |
| NO | 39 | 29% |
| TOTAL | 134 | 100% |



I. GENERALMENTE ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SUS VIAJES?

Cuadro N°47

| MOTIVOS DE VIAJES | FRECUENCIA | % |
|--------------------------|------------|------|
| DISTRACCION | 94 | 69% |
| NEGOCIOS | 20 | 15% |
| ESTUDIOS | 8 | 6% |
| VISITA FAMILIARES/AMIGOS | 15 | 11% |
| TOTAL | 137 | 100% |

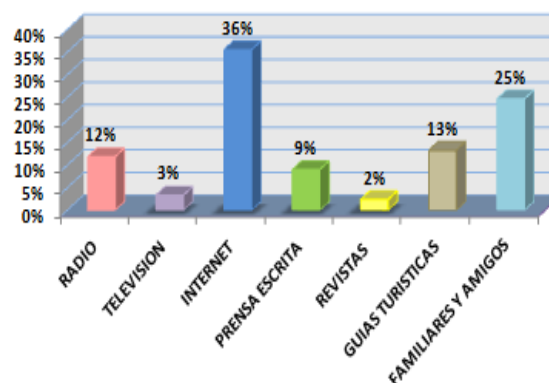


2. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA ENCONTRAR DESTINOS TURÍSTICOS?

Cuadro N°48

| MEDIOS | FRECUENCIA | % |
|---------------------|------------|------|
| RADIO | 25 | 12% |
| TELEVISION | 7 | 3% |
| INTERNET | 75 | 36% |
| PRENSA ESCRITA | 19 | 9% |
| REVISTAS | 5 | 2% |
| GUIAS TURISTICAS | 28 | 13% |
| FAMILIARES Y AMIGOS | 52 | 25% |
| TOTAL | 211 | 100% |

Gráfico N°46

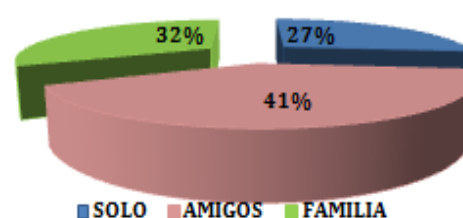


3. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE REALIZAR SUS VIAJES?

Cuadro N°49

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SOLO | 36 | 27% |
| AMIGOS | 55 | 41% |
| FAMILIA | 43 | 32% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°47

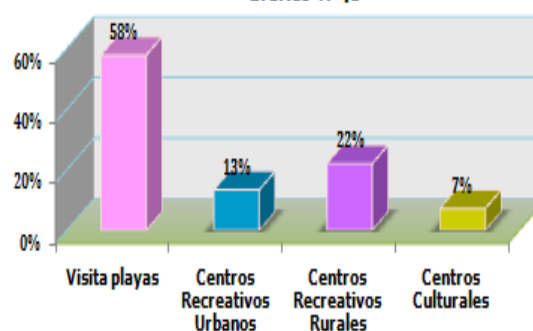


4. ¿QUÉ TIPO DE LUGARES ASISTE CUANDO REALIZA ACTIVIDADES TURÍSTICAS?

Cuadro N°50

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-----------------------------|------------|------|
| Visita playas | 113 | 58% |
| Centros Recreativos Urbanos | 26 | 13% |
| Centros Recreativos Rurales | 43 | 22% |
| Centros Culturales | 14 | 7% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Gráfico N°48

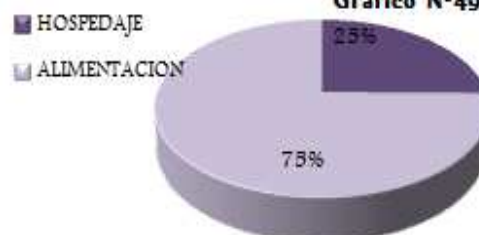


5. ¿QUE TIPO DE SERVICIOS ESCOGE AL REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICA?

Cuadro N°51

| SERVICIOS | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------|
| HOSPEDAJE | 35 | 25% |
| ALIMENTACION | 104 | 75% |
| TOTAL | 139 | 100% |

Gráfico N°49



6. ¿CUAL ES SU TIEMPO PROMEDIO EN QUE REALIZA ACTIVIDAD TURISTICA??

Cuadro N°52

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| 1-2 DIAS | 53 | 40% |
| 2-3 DIAS | 62 | 46% |
| 5 ò MAS | 19 | 14% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°50

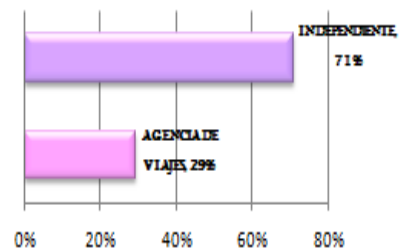


7. UD PREFIERE VIAJAR A TRAVES DE:

Cuadro N°53

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-------------------|------------|------|
| AGENCIA DE VIAJES | 39 | 29% |
| INDEPENDIENTE | 95 | 71% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°51

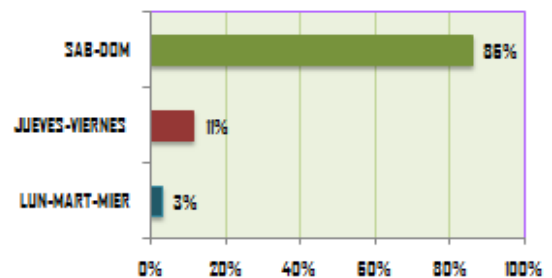


8. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFIERE VIAJAR?

Cuadro N°54

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------------|------------|------|
| LUN-MART-MIER | 4 | 3% |
| JUEVES-VIERNES | 15 | 11% |
| SAB-DOM | 115 | 86% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°52

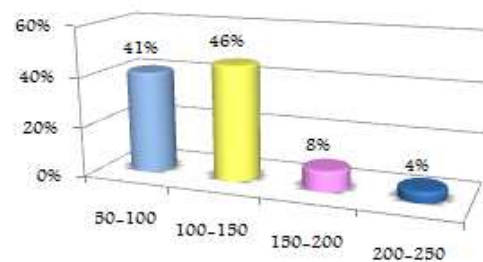


9. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA RECREACION EN SUS VIAJES?

Cuadro N°55

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| 50-100 | 55 | 41% |
| 100-150 | 62 | 46% |
| 150-200 | 11 | 8% |
| 200-250 | 6 | 4% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°53

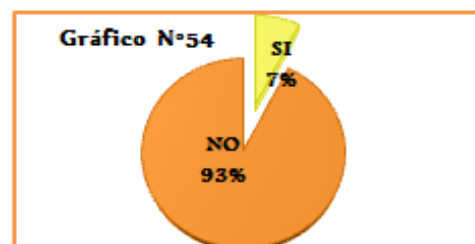


10. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°56

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 10 | 7% |
| NO | 124 | 93% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°54

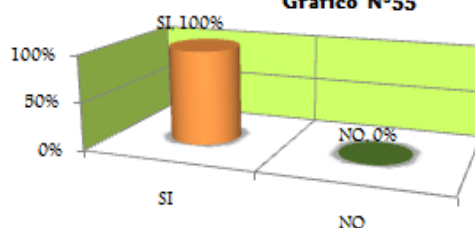


11. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

Cuadro N°57

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|----------|------------|------|
| SI | 134 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°55

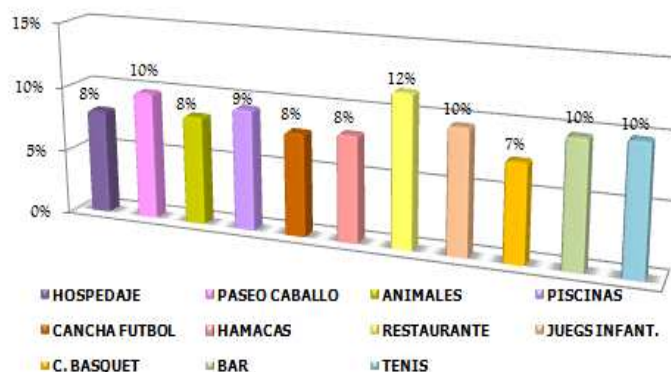


12. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

Cuadro N°58

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|------|
| HOSPEDAJE | 93 | 8% |
| PASEO CABALLO | 113 | 10% |
| ANIMALES | 96 | 8% |
| PISCINAS | 107 | 9% |
| CANCHA FUTBOL | 91 | 8% |
| HAMACAS | 94 | 8% |
| RESTAURANTE | 134 | 12% |
| JUEGS INFANT. | 110 | 10% |
| C. BASQUET | 86 | 7% |
| BAR | 111 | 10% |
| TENIS | 113 | 10% |
| TOTAL | 1148 | 100% |

Gráfico N°56

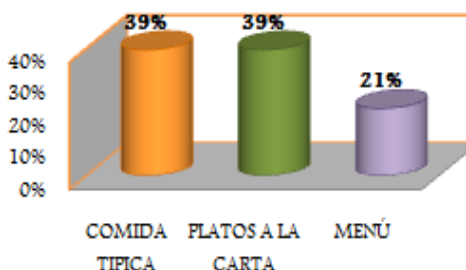


13. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

Cuadro N°59

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|-------------------|------------|------|
| COMIDA TIPICA | 120 | 39% |
| PLATOS A LA CARTA | 120 | 39% |
| MENÜ | 64 | 21% |
| TOTAL | 304 | 100% |

Gráfico N°60

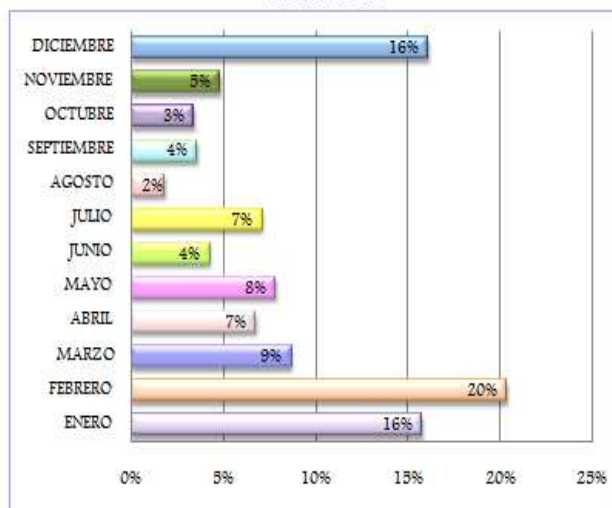


14. EN EL AÑO ;CUALES SON LOS MESES EN QUE REALIZAN ACTIVIDADES TURISTICAS?

Cuadro N°60

| MESES | FRECUENCIA | % |
|------------|------------|------|
| ENERO | 89 | 16% |
| FEBRERO | 115 | 20% |
| MARZO | 49 | 9% |
| ABRIL | 38 | 7% |
| MAYO | 44 | 8% |
| JUNIO | 24 | 4% |
| JULIO | 40 | 7% |
| AGOSTO | 10 | 2% |
| SEPTIEMBRE | 20 | 4% |
| OCTUBRE | 19 | 3% |
| NOVIEMBRE | 27 | 5% |
| DICIEMBRE | 91 | 16% |
| TOTAL | 566 | 100% |

Gráfico N°58

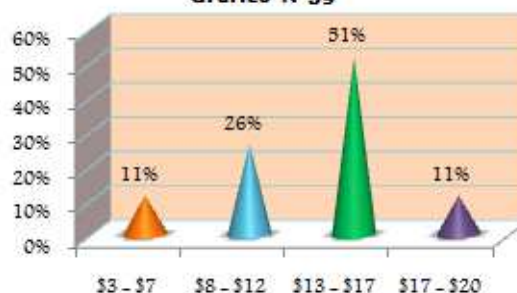


15. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO

Cuadro N°61

| OPCIONES | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| \$3 - \$7 | 15 | 11% |
| \$8 - \$12 | 35 | 26% |
| \$13 - \$17 | 69 | 51% |
| \$17 - \$20 | 15 | 11% |
| TOTAL | 134 | 100% |

Gráfico N°59



CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS 3.-

En cuanto a los turistas nacionales y extranjeros el 69% el motivo principal de sus viajes es por distracción, realizándolas más a menudo con sus familias, por lo que el centro de servicios turísticos es una buena opción para que visiten el Cantón de Jipijapa, siendo el internet el medio más utilizado para obtener información turística (preg.1, 2,3), por lo que se pretende crear una página web del centro de servicios recreacionales para que pueda ser apreciado por propios y extranjeros.

Predominando así las visitas a las playas realidad que se pretende cambiar y así satisfacer las necesidades de los turistas no solo en lo que concierne a recreación sino brindarles un ambiente confortable y relajante acompañado de un buen menú, siendo la especialidad la comida criolla hecha a base de leña (preg.4, 5,13), y que su permanencia sea de algunos días, y que no solo prefieran los fines de semana sino días laborables (preg.7, 8).

Por otra parte el 46% de los turistas encuestados consideran un gasto de entre 100-150 dólares para sus actividades turísticas estando dispuestos a pagar

entre 3-7 dólares por los servicios a brindar, siendo de su preferencia el viajar independientemente (preg.6, 9,15).

El 93% de los turistas encuestados conocen el Recinto San Carlos, la aceptación del proyecto es del 100%, ellos esperan que el Centro de Servicios Turísticos cuente con diversos servicios recreacionales para su sana diversión, siendo visitados la mayoría de días de los 12 meses del año.

2.1.1.2. Análisis de la demanda

Perfil del Consumidor

Mediante el resultado de las encuestas se determinó que las personas que se consideran potenciales clientes han de cumplir el siguiente perfil:

1. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

- * Realizan actividades turísticas el 97%,
- * Asisten a Centros recreativos rurales el 14%,
- * Medio de información turística a través de familiares y amigos, el 29%,
- * Concurren a realizar actividades turísticas con su familia, el 63%,
- * Acuden entre sábado y domingo a lugares turísticos, el 79%,
- * Tienden a realizar un gasto en actividades turística entre \$50 a \$100, el 63%,
- * Aceptación del proyecto, el 99%, y
- * Aceptarían pagar entre \$3 y \$12 por los servicios brindados en el centro recreacional que se desea implementar, el 71%.

2. POBLACIÓN OCUPADA

- × Realizan actividades turísticas el 94%,
- × Asisten a Centros recreativos rurales el 29%,
- × Concurren a realizar actividades turísticas con su familia, el 73%,
- × Acuden entre sábado y domingo a lugares turísticos, el 94%,
- × Tienen a realizar un gasto en actividades turística entre \$100 a \$150, el 53%,
- × Tienen un ingreso mensual entre los \$400 o más del 99%
- × Aceptación del proyecto, el 98%, y
- × Aceptarían pagar entre \$3 y \$7 por los servicios brindados en el centro recreacional que se desea implementar, el 70%.

3. TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

- ✓ Realizan actividades turísticas el 69%,
- ✓ Asisten a Centros recreativos rurales el 22%,
- ✓ Medio de información turística a través de internet, el 36%,
- ✓ Concurren a realizar actividades turísticas con su familia y amigos, el 73%,
- ✓ Acuden entre sábado y domingo a lugares turísticos, el 86%,
- ✓ Tienen a realizar un gasto en actividades turística entre \$50 a \$150, el 87%,
- ✓ Aceptación del proyecto, el 100%, y
- ✓ Aceptarían pagar entre \$13 y \$17 por los servicios brindados en el centro recreacional que se desea implementar, el 51%.

Demanda actual y potencial

La demanda actual y potencial del proyecto es la población de turistas que ingresan al cantón Jipijapa tanto nacionales como extranjeros, datos que no existen dado que no se lleva un control del turismo interno ni externo del cantón Jipijapa, por lo que tomaremos para efectos del estudio la población económicamente activa de Jipijapa (32.940)¹⁵ y los turistas nacionales y extranjeros que ingresan al terminal terrestre del Cantón de Jipijapa (1.281).

Para el cálculo de la demanda potencial se determinó lo siguiente:

1. El tamaño de turistas potenciales, basándose en los resultados de las encuestas que arrojaron el 69% de los encuestados tienden a realizar actividades turísticas, para su proyección se utiliza el 5,29%¹⁶ para los turistas nacionales y el 8,12%¹⁷ para los turistas extranjeros.
2. El tamaño de la demanda potencial de Jipijapa, según el 49,9%¹⁸, se obtiene la población de ocupados plenos, que al sumar con el tamaño de turistas potenciales se obtiene la demanda potencial total.

¹⁵ Dado el tamaño de la población de Jipijapa 71.083 en el año del 2010 según el **Censo de Población y Vivienda del Ecuador**, y de acuerdo a la tasa de ocupación bruta de **46,36%** según el **ENEMDU 2007-2012**, se obtiene la **PEA**.

¹⁶ Incremento del tráfico de turistas a nivel nacional vía terrestre 2009-2010, según el boletín de estadísticas emitido por el Ministerio de Turismo y el INEC.

¹⁷ Incremento de turistas extranjeros a nivel nacional 2009-2010, según las estadísticas de la llegada de extranjeros al Ecuador dado por el Ministerio de Turismo.

¹⁸ Tasa de ocupación plena del Ecuador, 2011 según el ENEMDU 2007-2012

Cuadro N°62

| AÑOS | P.E.A. JIPIJAPA | TURISTAS | | TOTAL DE TURISTAS | TURISTAS | OCUP. PLENOS | DEMANDA POTENCIAL |
|------|-----------------|------------|-------------|-------------------|----------|--------------|-------------------|
| | | NACIONALES | EXTRANJEROS | | 69% | 49,9% | |
| 2010 | 32.940 | 890 | 391 | 1.281 | 884 | 16.437 | 17.321 |
| 2011 | 33.223 | 937 | 423 | 1.360 | 938 | 16.578 | 17.517 |
| 2012 | 33.509 | 987 | 457 | 1.444 | 996 | 16.721 | 17.717 |
| 2013 | 33.797 | 1.039 | 494 | 1.533 | 1.058 | 16.865 | 17.923 |
| 2014 | 34.088 | 1.094 | 534 | 1.628 | 1.123 | 17.010 | 18.133 |
| 2015 | 34.381 | 1.152 | 578 | 1.729 | 1.193 | 17.156 | 18.349 |
| 2016 | 34.677 | 1.213 | 625 | 1.837 | 1.268 | 17.304 | 18.571 |
| 2017 | 34.975 | 1.277 | 675 | 1.952 | 1.347 | 17.452 | 18.799 |
| 2018 | 35.276 | 1.344 | 730 | 2.074 | 1.431 | 17.602 | 19.034 |
| 2019 | 35.579 | 1.415 | 789 | 2.205 | 1.521 | 17.754 | 19.275 |
| 2020 | 35.885 | 1.490 | 854 | 2.344 | 1.617 | 17.907 | 19.524 |
| 2021 | 36.193 | 1.569 | 923 | 2.492 | 1.719 | 18.061 | 19.780 |
| 2022 | 36.505 | 1.652 | 998 | 2.650 | 1.828 | 18.216 | 20.044 |

Elaboración: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

2.1.2.3. Análisis de la oferta

La oferta del proyecto está estrechamente relacionada con los competidores turísticos es por eso que se analizará la oferta sustitutiva, así mismo todo lo referente con la competencia existente.



ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

La oferta sustitutiva de nuestro proyecto es la Quinta recreacional Gabriel's, por ser la única que se desarrolla en el sector rural, por lo cual se le realizó una entrevista al propietario Sr. George Salazar Soledispa, los datos obtenidos se muestran en el Cuadro N°63.

Además de los datos obtenidos, también se dió a conocer que la Quinta Recreacional Gabriel's tiene sus inicios hace 5 años, dos de esos años en construcción y los 3 últimos años en el mercado, realizando actividad turística, el terreno donde se desarrolla esta actividad tiene 4 hectáreas y se encuentra ubicado a 22 Km de la ciudad de Jipijapa.

**Cuadro N°63
OFERTA SUSTITUTIVA**

| Razón Social | Ubicación | Servicios | Precio | Tipo de Visitantes (Mercado) | Temporada Mayor Afluencia | Capacidad Instalada | |
|---|---|---|---|------------------------------|---------------------------|---|-----------------|
| Quinta Recreacional Gabriel's | Recinto el Páramo Km20 Vía Jipijapa-Guayaquil | Entrada: Piscina, Cancha de Fútbol, Deporte Extremo, Hamacas, Paseo a Caballo | \$ 2,00 | Nacionales | Feriados | 3 Hab. 5 Mesas Total al año de 9.360 personas | |
| | | Hospedajes | \$ 20 x día | Paján | | | |
| | | Cabañas (Capac. 2 pers) | | Manta | | | |
| | | Carpas | \$30 x persona | Pto. López | | | |
| | | Restaurante | | Sierra | Extranjeros | | Fines de Semana |
| | | Comidas típicas | \$ 3,50-4,00 | | | | |
| | | Almuerzo | \$ 6,00 | | | | |
| | | Almuerzo Sencillo | \$ 2,50 | | | | |
| | | Plato Fuerte | \$ 4,50 | | | | |
| | | Camping | \$20x persona | | | | |
| Servicio de Alquiler | \$ 200,00 | | | | | | |
| Aspectos Positivos | | | Aspectos Negativos | | | | |
| Cuenta con Áreas Verdes Su Ubicación es propicia para el Turismo Rural Ambiente amplio y agradable Infraestructura e instalaciones en buen estado Precios Accesibles Apertura para todo el público | | | Falta de Promoción y Publicidad Falta de Capacitación al personal No poseen Organigrama No se realizó estudio previo a la construcción e instalación | | | | |

FUENTE: Datos obtenidos por encuesta

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Por otra parte, la frecuencia de turista aproximadamente es del 20%¹⁹ de la capacidad instalada, es decir, 1.872 turistas; los meses en que tienen mayor afluencia de lunes a domingos es en enero, febrero, octubre, noviembre y diciembre, y los meses restantes solo los fines de semana.

También para obtener mayor información referente al lugar se realizó una observación a las diferentes áreas recreativas que se desarrollan en el lugar, como se evidencia en las siguientes fotos.



Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta utilizamos los datos de la entrevista que se le realizó al establecimiento Quinta recreacional Grabiél's, según la capacidad esperada que es del 20%, y como no existen datos formales históricos ni actuales del número de turistas alojados o atendidos, únicamente el ya mencionado, por lo que efectos de estudio se considerará a los 1.872 turistas²⁰, adicionalmente no

¹⁹ Dato expuestos por el Sr. George Salazar Soledispa

²⁰ Dato aproximado de turistas que ingresan al Centro Recreacional Grabiél's.

existen registros de nuevos centros turísticos, por lo que se contará con las mismas características anteriormente mencionadas.

Cuadro N°64

| AÑOS | OFERTA | 20% |
|------|--------|-------|
| 2010 | 9.360 | 1.872 |
| 2011 | 9.360 | 1.872 |
| 2012 | 9.360 | 1.872 |
| 2013 | 9.360 | 1.872 |
| 2014 | 9.360 | 1.872 |
| 2015 | 9.360 | 1.872 |
| 2016 | 9.360 | 1.872 |
| 2017 | 9.360 | 1.872 |
| 2018 | 9.360 | 1.872 |
| 2019 | 9.360 | 1.872 |
| 2020 | 9.360 | 1.872 |
| 2021 | 9.360 | 1.872 |
| 2022 | 9.360 | 1.872 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Establecidas tanto la oferta como la demanda, determinamos la demanda insatisfecha.

Cuadro N°65
Demanda insatisfecha proyectada

| AÑOS | DEMANDA POTENCIAL | OFERTA | DEMANDA INSATIFECHA | DEMANDA | |
|------|-------------------|--------|---------------------|---------|----------|
| | | | | MENSUAL | SEMANTAL |
| 2010 | 17.321 | 1.872 | 15.449 | 1.287 | 322 |
| 2011 | 17.517 | 1.872 | 15.645 | 1.304 | 326 |
| 2012 | 17.717 | 1.872 | 15.845 | 1.320 | 330 |
| 2013 | 17.923 | 1.872 | 16.051 | 1.338 | 334 |
| 2014 | 18.133 | 1.872 | 16.261 | 1.355 | 339 |
| 2015 | 18.349 | 1.872 | 16.477 | 1.373 | 343 |
| 2016 | 18.571 | 1.872 | 16.699 | 1.392 | 348 |
| 2017 | 18.799 | 1.872 | 16.927 | 1.411 | 353 |
| 2018 | 19.034 | 1.872 | 17.162 | 1.430 | 358 |
| 2019 | 19.275 | 1.872 | 17.403 | 1.450 | 363 |
| 2020 | 19.524 | 1.872 | 17.652 | 1.471 | 368 |
| 2021 | 19.780 | 1.872 | 17.908 | 1.492 | 373 |
| 2022 | 20.044 | 1.872 | 18.172 | 1.514 | 379 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

2.1.2.4. Análisis del Servicio

Los servicios con que contará el proyecto son los siguientes:

Alojamiento: se contará con 7 cabañas al inicio del proyecto, las cuales se podrían incrementar en función de la demanda potencial. Estas cabañas estarán compuestas de 2 tipos: las simples y familiar.

- × **Cabaña Simple:** La cual tendrá 1 baño (lavamanos, espejo, 3 toallas grandes y 3 pequeñas, papel higiénico, ambientador, Shampoo y jabón), 2 dormitorios, 1 cama de 2 plazas, 2 camas de 11/2, (Sabana, sobrecama, almohadas), 1 Televisor de 21 pulgadas pantalla plana a color con cable, ventilador de pared, persianas, 2 velador, 2 lámpara, teléfono, sofá, mesa, silla, closet y servicio de camarera 2 veces al día.
- × **Cabaña Familiar:** La cual tendrá 2 baño (lavamanos, espejo, 4 toallas grandes y 4 pequeñas, papel higiénico, ambientador, Shampoo y jabón), 3 dormitorios, 1 cama de 2 plazas, 4 camas de 11/2 plazas, (sábanas, sobrecama, almohadas), 1 Televisor de 21 pulgadas pantalla plana a color con cable, ventilador de pared, persianas, 3 velador, 3 lámpara, teléfono, sofá, mesa, silla, closet y servicio de camarera 2 veces al día, mini bar.

Restaurante: En donde habrán 15 mesas; 10 de ellas constaran con 4 sillas y las 5 restantes con 6 sillas todas ellas elaboradas de madera, cubiertos, vajillas y demás utensilios de cocina, el piso será de madera y demás decoraciones.

En lo que respecta a los servicios que se brindaran en el restaurante se tiene como menú principal las comidas típicas de la región como: caldo y seco de gallina criolla, ceviche de pescado, camarón y mixto, encebollado, tortillas, etc., además platos a la carta, almuerzos, desayuno y merienda.

Bar: Se contará con 10 sillas alrededor del bar por su forma redonda y llamativa, se ofrecerán los servicios de cocteles cabe recalcar que nuestros cocteles usaran una mínima parte de alcohol, batidos de diferentes sabores (frutilla, orea, mango, durazno, níspero, guineo, aguacate, melón, y demás frutas de la región), colas, jugos, sanduches, tostadas, hamburguesa, chifle con carne, papi pollo, salchipapas, hot - dog, etc., y todo lo referente a snacks (papas fritas, chitos, cheetos, entre otros).

Salón de Eventos: Contará con 23 mesas, 5 mesas que tendrán 6 sillas y 18 mesas con 4 sillas, cocina, refrigeradora, proyector, equipo de amplificación, equipo de sonido y DVD. En el cual se brindará el servicio de alquiler para eventos como fiestas, sociales, intelectuales, entre otros.

Otros Servicios: Contaremos con una Piscina especialmente para grandes la cual tendrá su propio tobogán, una piscina para niños que tendrá 2 toboganes infantiles, un parque infantil que contará con resbaladera, sube y baja, pasa mano, columpios, futbolines y juegos electrónicos, además habrá una cancha de uso múltiple en la cual se podrá realizar juegos de básquet, futbol, tenis, voleibol.

Atracciones Locales: Entre estas tenemos las cabalgatas que se realizarán por los senderos de la zona, camping para el cual está destinada un área específica en donde habrá carpas, se realizaran fogatas por la noche acompañados de música agradable, además podrán gozar de la observación de flora y fauna ya que se contará con un jardín botánico y diversos animales, y por último para relajarse, respirar aire puro y gozar de la naturaleza se contará con varias hamacas.

Deporte Extremo: Se contará con la tarabita y el parapente como únicos deportes extremos que estarán a elección del consumidor.

Para complementar los servicios a ofrecerse, se debe considerar ciertas estrategias para que el proyecto tenga éxitos, dado que en la actualidad y como se ha visto en el mundo, para poder establecerse en el mercado, el servicio o producto a ofrecerse se tiene que poseer un valor agregado, dado que muchas industrias, organizaciones o empresas ofertan exactamente lo que las otras lo hacen en el mercado. Por lo que el proyecto del centro de servicios turísticos debe poseer valor agregado para que sea competitivo y se lo diferencie de los demás servicios turísticos y sea del agrado de los turistas.

Para lograr que sea competitivo, se requiere del planteamiento de estrategias competitivas de diferenciación, que serán detalladas a continuación:

- × El servicio estará bajo un control de calidad total, es decir, los servicios que se ofrecerán en el centro de servicios turísticos brindarán total satisfacción, seguridad, higiene y sobre todo salud.
- × Existirá una variedad de platillos tanto nacionales como extranjeros, con el fin de satisfacer las preferencias del turista.
- × Las habitaciones se adecuarán con baños privados, a diferencia de los demás establecimientos del Cantón, que tendrán todos los implementos necesarios para la estadía del turista.
- × La edificación tendrá una temática de campo, es decir, con material no muy costoso que a su vez dará ese toque original, sencillo y sobrio.
- × Se brindará constante mantenimiento a las instalaciones del centro de servicios turísticos.
- × El personal a unos meses de iniciado el negocio, será capacitado en servicio al cliente, en calidad de mantenimiento, entre otros.
- × Se organizarán eventos según las festividades como el día de las Madres, el día de San Valentín, el día de los padres, entre otros. En donde se ofrecerán platillos especiales y promociones.
- × Se realizarán actividades con promociones y paquetes especiales a empresas y demás organizaciones, para que asistan al centro de servicios turísticos.
- × Se ofrecerán descuentos, obsequios de aperitivos, servicios a domicilios, menú especial para niños.
- × En el área de juegos en años posteriores se ofrecerá el servicio de guardería para los niños entre 0 a 3 años.

2.1.2.5. Análisis de la Promoción

Para lograr lo expuesto anteriormente se debe dar a conocer el centro de servicios turísticos, por lo que se propone realizar material publicitario, mediante las siguientes herramientas:

- * Páginas Web
- * Folletos y afiches
- * Anuncios

Páginas Web: Se creará una página web del centro recreacional de servicios turísticos en donde se establecerá todos los servicios que se ofrecen, el lugar, la dirección, los precios y a través de la página se podrán contestar todas las inquietudes de los clientes, realizar reservaciones y ofrecer toda la información necesaria en lo que respecta al centro de recreación, etc.

Además se utilizarán las redes sociales, para lograr mayor información y comunicación del servicio ofrecerse.

Folletos y Afiches: Se elaborarán diversos folletos y afiches del centro recreacional y serán distribuidos por toda la ciudad de jipijapa y sus alrededores.

Anuncios: Se realizarán anuncios en el periódico, la radio y la televisión respecto a todo lo que brinda el centro recreacional. Para llevar a cabo cada una de las publicidades y promoción del centro recreacional se contará con un

publicista el cual va hacer el único encargado de ejecutar cada una de las actividades a realizar.

2.1.2.6. Análisis de la Plaza

El proyecto tiende abarcar la población nacional y extranjera, para ello con la agencia de viaje JIPITOUR del cantón Jipijapa para dar a conocer del centro recreacional a los demás provincias del Ecuador y países pertenecientes al mercado clave. Así mismo, se participará en ferias, exposiciones, conferencias, entre otros eventos realizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador o incluso a nivel internacional.

2.1.2.7. Análisis del Precio

Para la elección de los precios de los servicios del Centro Recreacional, se considerará los precios de la competencia y el precio dispuesto a pagar según las encuestas, dicho precio oscila entre 3 y 20 dólares. A continuación se muestran en el Cuadro N°66, los precios de los servicios a ofrecer en el Centro Recreacional:

Cuadro N°66

| PRECIOS POR HOSPEDAJE | X HABITACION | X PERSONA |
|-----------------------|--------------|-----------|
| CABAÑA SIMPLE | \$ 25,00 | \$ 8,33 |
| CABAÑA FAMILIAR | \$ 45,00 | \$ 11,25 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Para estimar los precios por restauración, se tomó en consideración el consumo de platillos en precios promedios de los precios detallados en el menú (Anexo 13), los cuales servirán para obtener los ingresos del proyecto.

**Cuadro N°67
PRECIO Y COSTO PROMEDIO DE RESTURACIÓN**

| DETALLE | PROMEDIO | |
|---------------------|-----------------|----------------|
| | PRECIO | COSTOS |
| <i>BEBIDA</i> | \$ 0,79 | \$ 0,20 |
| <i>ENTRADA</i> | \$ 5,13 | \$ 1,28 |
| <i>PLATO FUERTE</i> | \$ 5,79 | \$ 1,45 |
| <i>POSTRE</i> | \$ 2,58 | \$ 0,65 |
| TOTAL | \$ 14,29 | \$ 3,57 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Para el tercer servicio a ofrecerse en el centro de servicios turísticos, se considera los siguientes criterios:

- * El precio por comida de \$ 3,50 por la capacidad instalada posible en el salón de eventos que es de 100 personas, dando un total de \$ 350,00
- * El precio de arreglo del local que es de \$ 60,00
- * El precio de alquiler de \$ 90,00

Teniendo así un precio de alquiler del salón de eventos más servicios de comida, arreglo del local y el uso de las instalaciones del centro de servicios turísticos es de \$ 500. Cabe recalcar que si no necesita de los servicios agregados el valor del alquiler es de \$ 90.

CAPÍTULO III. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1.1. Macro localización

El cantón Jipijapa está ubicado al sur de la provincia de Manabí, limita al norte con los cantones de Montecristi, Portoviejo y Santa Ana , al Sur con la provincia de Santa Elena y Puerto López , al este con los cantones Paján y 24 de Mayo; y, al oeste con el Océano Pacífico



3.1.2. Micro localización

El centro turístico se encontrará ubicado en el Recinto San Carlos a 15 minutos de la Cabecera Cantonal de Jipijapa, los factores por los cuales se escogió el lugar son los siguientes:

✂ Por su diversidad en flora y fauna.



✂ Espacio físico y facilidad de acceso al recinto San Carlos.



3.2. CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO

El Centro Recreacional tendrá una capacidad de 95 plazas distribuidas de la siguiente forma: 7 habitaciones con capacidad de 29 personas, 15 mesas en el área del restaurante con capacidad de 70 personas, 23 mesas en el área de eventos con capacidad de 102 personas, que permiten al mes tener una capacidad para 4.824 personas y al año de 57.888 personas, se espera que cerca del 20%²¹ de esa capacidad sea ocupada, es decir que al año se tenga una afluencia de 11.578 personas.

²¹ FUENTE: Porcentaje de capacidad esperada según la entrevista realizada al Sr. George Salazar Soledispa

Cuadro N°68

| SERVICIOS | FACTOR | DETALLE | CANT. |
|------------------|-------------------------|--------------------------------|-------|
| HOSPEDAJE | Capacidad Instalada | # de habitaciones disponibles | 7 |
| | 3 habitaciones simples | Capacidad máxima de 3 personas | 9 |
| | 4 habitaciones Familiar | Capacidad máxima de 5 personas | 20 |
| RESTAURANTE | Capacidad Instalada | # de mesas disponibles | 15 |
| | 10 mesas sencillas | Capacidad máxima de 4 personas | 40 |
| | 5 mesas familiar | Capacidad máxima de 6 personas | 30 |
| SALÓN DE EVENTOS | Capacidad Instalada | # de mesas disponibles | 23 |
| | 18 mesas sencillas | Capacidad máxima de 4 personas | 72 |
| | 5 mesas familiar | Capacidad máxima de 6 personas | 30 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

3.3. EQUIPOS Y MAQUINARIAS**Cuadro N°69
ÁREA ADMINISTRATIVA**

| EQUIPOS DE OFICINA | | | | | |
|----------------------|-----------|-------------|-----------|-------|------------------|
| DETALLE | MARCA | MODELO | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Caja Registradora | | | \$ 200,00 | 1 | \$ 200,00 |
| Fax | Panasonic | KX-FT93ILAB | \$ 169,00 | 2 | \$ 338,00 |
| Teléfono Inalámbrico | Panasonic | KXTG131ILAH | \$ 40,00 | 3 | \$ 120,00 |
| TOTAL | | | | | \$ 658,00 |

FUENTE: ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

**Cuadro N°70
ÁREA ADMINISTRATIVA**

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|-------------------|-----------|-------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Archivador | \$ 110,00 | 1 | \$ 110,00 |
| Escritorio | \$ 150,00 | 2 | \$ 300,00 |
| Sofá | \$ 42,00 | 1 | \$ 42,00 |
| Sillas | \$ 35,00 | 2 | \$ 70,00 |
| Sillas ejecutivas | \$ 45,00 | 2 | \$ 90,00 |
| TOTAL | | | \$ 612,00 |

FUENTE: MUEBLERIA MODERNA

**Cuadro N°71
ÁREA ADMINISTRATIVA**

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | | | |
|------------------------|----------|-----------|-----------|-------|--------------------|
| DETALLE | MARCA | MODELO | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| LAPTO TABLE TOUCH | XTRATECH | TABLET II | \$ 699,99 | 2 | \$ 1.399,98 |
| IMPRESORA | Canon | MP 250 | \$ 79,90 | 2 | \$ 159,80 |
| TOTAL | | | | | \$ 1.559,78 |

FUENTE: ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

Cuadro N°72
ÁREA ADMINISTRATIVA

| ÚTILES DE OFICINA | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Sellos | \$ 11,50 | 2 | \$ 23,00 |
| Pendrives | \$ 8,50 | 2 | \$ 17,00 |
| Archivadores | \$ 2,95 | 10 | \$ 29,50 |
| Adhesivos | \$ 0,75 | 6 | \$ 4,50 |
| Perforadoras | \$ 6,50 | 6 | \$ 39,00 |
| Grapadoras | \$ 4,95 | 6 | \$ 29,70 |
| Saca Grapa | \$ 0,75 | 6 | \$ 4,50 |
| Goma | \$ 10,00 | 3 | \$ 30,00 |
| Tijera | \$ 2,75 | 5 | \$ 13,75 |
| Lápices | \$ 3,50 | 5 | \$ 17,50 |
| Cuadernos | \$ 1,35 | 10 | \$ 13,50 |
| Caja de Clips | \$ 0,45 | 7 | \$ 3,15 |
| Resma de papel | \$ 4,00 | 10 | \$ 40,00 |
| Esferográficos | \$ 0,30 | 10 | \$ 3,00 |
| Marcadores | \$ 0,50 | 5 | \$ 2,50 |
| Borradores | \$ 0,25 | 5 | \$ 1,25 |
| Tinta de impresora | \$ 15,50 | 6 | \$ 93,00 |
| TOTAL | | | \$ 364,85 |

FUENTE:LIBRERÍA PAPELERÍA Y BAZAR "GENESIS"

Cuadro N°73
ÁREA ADMINISTRATIVA

| DECORACION Y ACCESORIOS | | | |
|--------------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Cortinas | \$ 18,00 | 2 | \$ 36,00 |
| Cuadros | \$ 25,00 | 2 | \$ 50,00 |
| Espejos | \$ 26,00 | 2 | \$ 52,00 |
| Floreros | \$ 15,00 | 1 | \$ 15,00 |
| Posters | \$ 9,99 | 1 | \$ 9,99 |
| Reloj de pared | \$ 6,00 | 1 | \$ 6,00 |
| J. toallas pequeñas/BAÑO | \$ 3,00 | 2 | \$ 6,00 |
| TOTAL | | | \$ 174,99 |

FUENTE:COMERCIAL TUMBACO

Cuadro N°74
ÁREA ADMINISTRATIVA

| EQUIPOS SANITARIOS | | | |
|-----------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Juego Sanitario | \$ 80,00 | 2 | \$ 160,00 |
| Dispensador jabón Liquido | \$ 15,00 | 1 | \$ 15,00 |
| Dispensador Papel Higiénico | \$ 19,00 | 1 | \$ 19,00 |
| TOTAL | | | \$ 194,00 |

FUENTE:FERRETERIA JIPIFERRER

**Cuadro N°75
ÁREA DE HOSPEDAJE**

| EQUIPOS DE HOSPEDAJE | | | | | |
|-----------------------------|--------------|---------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | MARCA | MODELO | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Teléfono | Panasonic | KXT5S20 | \$ 18,00 | 7 | \$ 126,00 |
| Televisor | Daewoo | DEA24RIF | \$ 499,99 | 7 | \$ 3.499,93 |
| Mini Bar | Daewoo | FR146BIRNB | \$ 279,99 | 4 | \$ 1.119,96 |
| TOTAL | | | | | \$ 4.745,89 |

FUENTE:ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

**Cuadro N°76
ÁREA DE HOSPEDAJE**

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|------------------------------|-----------------|--------------|---------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Almohadas | \$ 10,00 | 36 | \$ 360,00 |
| Armadores | \$ 0,35 | 24 | \$ 8,40 |
| Basureros | \$ 1,50 | 7 | \$ 10,50 |
| Cama 1 1/2 plazas | \$ 92,50 | 18 | \$ 1.665,00 |
| Cama 2 plazas | \$ 99,00 | 7 | \$ 693,00 |
| Closet | \$ 81,00 | 7 | \$ 567,00 |
| Cobijas | \$ 30,00 | 56 | \$ 1.680,00 |
| Colchón 1 1/2 plazas | \$ 133,00 | 18 | \$ 2.394,00 |
| Colchón 2 plazas | \$ 167,00 | 7 | \$ 1.169,00 |
| Juegos de sábanas | \$ 19,99 | 23 | \$ 459,77 |
| Modular | \$ 150,00 | 7 | \$ 1.050,00 |
| Puertas pegables para closet | \$ 102,00 | 7 | \$ 714,00 |
| Sofá | \$ 345,00 | 7 | \$ 2.415,00 |
| TOTAL | | | \$ 13.185,67 |

FUENTE:ELECTROHOGAR MORAN PARRALES Y COMERCIAL TUMBACO

**Cuadro N°77
ÁREA DE HOSPEDAJE**

| EQUIPOS SANITARIOS | | | |
|-----------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Juego Sanitario | \$ 80,00 | 11 | \$ 880,00 |
| Dispensador Jabón Liquido | \$ 15,00 | 11 | \$ 165,00 |
| Dispensador Papel Higiénico | \$ 19,00 | 11 | \$ 209,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.254,00 |

FUENTE:FERRETERIA JIPIFERRER

Cuadro N°78
ÁREA DE HOSPEDAJE

| DECORACION Y ACCESORIOS | | | |
|--------------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Ceniceros | \$ 1,00 | 7 | \$ 7,00 |
| Cortinas | \$ 20,00 | 14 | \$ 280,00 |
| Cuadros | \$ 20,00 | 7 | \$ 140,00 |
| Floreros | \$ 10,00 | 7 | \$ 70,00 |
| Lámparas | \$ 10,00 | 18 | \$ 180,00 |
| Relojes | \$ 8,00 | 7 | \$ 56,00 |
| Veladores | \$ 4,00 | 18 | \$ 72,00 |
| Basureros para baños | \$ 5,00 | 7 | \$ 35,00 |
| Cortinas de baños | \$ 7,00 | 7 | \$ 49,00 |
| Espejos | \$ 3,99 | 7 | \$ 27,93 |
| Juego de toallas grandes | \$ 10,00 | 14 | \$ 140,00 |
| Juego de toallas pequeñas | \$ 3,00 | 14 | \$ 42,00 |
| Repisas | \$ 18,00 | 7 | \$ 126,00 |
| Rodapiés | \$ 5,99 | 7 | \$ 41,93 |
| TOTAL | | | \$ 1.266,86 |

FUENTE:COMERCIAL TUMBACO

Cuadro N°79
ÁREA DE RESTAURANTE

| EQUIPOS DE COCINA | | | | | |
|--------------------------|--------------|---------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | MARCA | MODELO | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Asador | | | \$ 70,00 | 1 | \$ 70,00 |
| Batidora | Oster | 2520 | \$ 61,50 | 1 | \$ 61,50 |
| Cafetera | Oster | 3291 | \$ 33,00 | 1 | \$ 33,00 |
| Cocina industrial | | | \$ 300,00 | 2 | \$ 600,00 |
| Congelador | Whirlpool | XEH15CDXGW | \$ 975,00 | 1 | \$ 975,00 |
| Dispensador de bebidas | | | \$ 240,09 | 1 | \$ 240,09 |
| Extractor de jugo | Oster | 3157-012 | \$ 63,01 | 1 | \$ 63,01 |
| Horno tostador | Oster | | \$ 89,00 | 1 | \$ 89,00 |
| Licuadaora | Oster | 4655 | \$ 94,99 | 3 | \$ 284,97 |
| Microondas | Indurama | MW128SP22 | \$ 169,00 | 1 | \$ 169,00 |
| Molino | | | \$ 36,00 | 1 | \$ 36,00 |
| Refrigeradora | Indurama | RI530 | \$ 844,99 | 1 | \$ 844,99 |
| Sanduchera | Oster | 3882-12 | \$ 87,80 | 3 | \$ 263,40 |
| Tanque de gas | | | \$ 65,00 | 2 | \$ 130,00 |
| TOTAL | | | | | \$ 3.859,96 |

FUENTE:ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

Cuadro N°80
ÁREA DE RESTAURANTE

| UTENSILIOS DE COCINA | | | |
|-----------------------------|-----------------|--------------|--------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Abrelatas | \$ 2,99 | 2 | \$ 5,98 |
| Achiotera | \$ 3,00 | 2 | \$ 6,00 |
| Afilador | \$ 3,99 | 1 | \$ 3,99 |
| Balanza | \$ 80,00 | 1 | \$ 80,00 |
| Balde grande | \$ 2,00 | 1 | \$ 2,00 |
| Balde mediano | \$ 1,50 | 1 | \$ 1,50 |
| Basurero | \$ 2,59 | 2 | \$ 5,18 |
| Canastos | \$ 4,50 | 5 | \$ 22,50 |
| Charoles | \$ 1,59 | 5 | \$ 7,95 |
| Cuchareta de pastel y papa | \$ 1,29 | 2 | \$ 2,58 |
| Cucharetas | \$ 3,00 | 2 | \$ 6,00 |
| Cucharones | \$ 0,99 | 2 | \$ 1,98 |
| Destapador | \$ 1,99 | 2 | \$ 3,98 |
| Destapador de vinos | \$ 3,99 | 2 | \$ 7,98 |
| Embudo | \$ 1,25 | 1 | \$ 1,25 |
| Espátula | \$ 1,99 | 2 | \$ 3,98 |
| Exprimidor de citricos | \$ 2,59 | 1 | \$ 2,59 |
| Jarra pequeña | \$ 2,99 | 5 | \$ 14,95 |
| Juego de 3 bandejas | \$ 11,50 | 3 | \$ 34,50 |
| Juego de 4 cedazos | \$ 3,00 | 1 | \$ 3,00 |
| Jueg de cubiertos de cocina | \$ 17,50 | 2 | \$ 35,00 |
| Juego de cuchillos | \$ 3,99 | 2 | \$ 7,98 |
| Juego de 2 lavacaras | \$ 10,00 | 3 | \$ 30,00 |
| Jueg de 4 moldes de pastel | \$ 10,00 | 2 | \$ 20,00 |
| Juego de 10 ollas | \$ 45,00 | 2 | \$ 90,00 |
| Juego de 4 Pailas | \$ 22,50 | 2 | \$ 45,00 |
| Juego de Pirex de 16 Piezas | \$ 60,00 | 1 | \$ 60,00 |
| Juego de sartenes | \$ 35,00 | 3 | \$ 105,00 |
| Lavaderos | \$ 144,00 | 2 | \$ 288,00 |
| Olla freidora | \$ 54,00 | 2 | \$ 108,00 |
| Olla industrial | \$ 84,00 | 1 | \$ 84,00 |
| Olla presión | \$ 69,00 | 1 | \$ 69,00 |
| Paila | \$ 20,00 | 1 | \$ 20,00 |
| Pinza de ensalada | \$ 2,00 | 3 | \$ 6,00 |
| Plancha | \$ 126,75 | 2 | \$ 253,50 |
| Rallador | \$ 3,99 | 2 | \$ 7,98 |
| Recipiente de condimentos | \$ 1,50 | 12 | \$ 18,00 |
| Recipientes pequeños | \$ 1,00 | 6 | \$ 6,00 |

| | | | |
|--------------------------|---------|---|--------------------|
| Recogedor de basura | \$ 3,50 | 3 | \$ 10,50 |
| Tablas de picar | \$ 3,99 | 2 | \$ 7,98 |
| Tenedor grande de cocina | \$ 1,99 | 2 | \$ 3,98 |
| Tijera de cortar pollo | \$ 2,99 | 1 | \$ 2,99 |
| Tina grande | \$ 5,00 | 2 | \$ 10,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.506,80 |

FUENTE:COMERCIAL TUMBACO Y ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

**Cuadro N°81
ÁREA DE RESTAURANTE**

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Anaqueles | \$ 120,00 | 1 | \$ 120,00 |
| Estanterías | \$ 115,92 | 2 | \$ 231,84 |
| TOTAL | | | \$ 351,84 |

FUENTE:MUEBLERIA MODERNA

**Cuadro N°82
ÁREA DE RESTAURANTE**

| DECORACION Y ACCESORIOS | | | |
|--------------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Cuadros | \$ 15,00 | 4 | \$ 60,00 |
| Espejos | \$ 36,00 | 1 | \$ 36,00 |
| Floreros | \$ 5,00 | 15 | \$ 75,00 |
| Reloj de pared | \$ 8,00 | 2 | \$ 16,00 |
| Servilleteros | \$ 1,50 | 30 | \$ 45,00 |
| TOTAL | | | \$ 232,00 |

FUENTE:COMERCIAL TUMBACO

**Cuadro N°83
ÁREA DE RESTAURANTE**

| EQUIPOS SANITARIOS | | | |
|-----------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Juego Sanitario | \$ 80,00 | 2 | \$ 160,00 |
| Dispensador jabón Liquido | \$ 15,00 | 2 | \$ 30,00 |
| Dispensador Papel Higiénico | \$ 19,00 | 2 | \$ 38,00 |
| TOTAL | | | \$ 228,00 |

FUENTE:FERRETERIA JIPIFERRER

Cuadro N°84
ÁREA DE RESTAURANTE

| UTENSILIOS DEL RESTAURANTE | | | |
|-----------------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Azucareras | \$ 3,00 | 15 | \$ 45,00 |
| Cartas de menú | \$ 1,20 | 15 | \$ 18,00 |
| Cevicheras (juego de 6) | \$ 30,00 | 10 | \$ 300,00 |
| Ensaladeras | \$ 6,00 | 15 | \$ 90,00 |
| Jarra cafetera | \$ 15,00 | 5 | \$ 75,00 |
| Jarra de jugo mediana con 6 vasos | \$ 11,50 | 10 | \$ 115,00 |
| Jarra lechera | \$ 22,50 | 5 | \$ 112,50 |
| Juego de Copas | \$ 9,99 | 10 | \$ 99,90 |
| Juego de Cubiertos | \$ 17,50 | 10 | \$ 175,00 |
| Juego de Cucharitas | \$ 1,29 | 15 | \$ 19,35 |
| Juego de Individuales de 6 | \$ 6,00 | 15 | \$ 90,00 |
| Platos base (unid) | \$ 1,25 | 100 | \$ 125,00 |
| Platos postre (unid) | \$ 0,80 | 100 | \$ 80,00 |
| Platos soperos (unid) | \$ 1,00 | 100 | \$ 100,00 |
| Juego de vasos de cristal | \$ 6,00 | 10 | \$ 60,00 |
| Juegos de platos de taza de café | \$ 12,00 | 10 | \$ 120,00 |
| Paneras | \$ 3,00 | 15 | \$ 45,00 |
| Pimenteros | \$ 1,25 | 15 | \$ 18,75 |
| Saleras | \$ 1,25 | 15 | \$ 18,75 |
| TOTAL | | | \$ 1.707,25 |

FUENTE:COMERCIAL TUMBACO

Cuadro N°85
ÁREA DE RECREACIÓN

| EQUIPOS PARA PISCINA | | | |
|---------------------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Toboganes Acuáticos (Pisc de adultos) | \$ 3.340,00 | 1 | \$ 3.340,00 |
| Toboganes Acuáticos (Pisc de niños) | \$ 1.000,00 | 1 | \$ 1.000,00 |
| Instalación Eléctrica | \$ 300,00 | 2 | \$ 600,00 |
| Accesorios de Instalación | \$ 350,00 | 2 | \$ 700,00 |
| Bomba de 2,5 HP. MYERS | \$ 420,00 | 2 | \$ 840,00 |
| Calefón de 250.000 BTU | \$ 1.800,00 | 2 | \$ 3.600,00 |
| TOTAL | | | \$ 4.340,00 |

FUENTE:Investigación de Campo

Cuadro N°86
ÁREA DE RECREACIÓN

| EQUIPOS PARA PARQUE INFANTIL | | | |
|-------------------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Juegos Infantiles Toboganes | \$ 2.800,00 | 1 | \$ 2.800,00 |
| Columpio | \$ 250,00 | 1 | \$ 250,00 |
| Sube y Baja | \$ 100,00 | 3 | \$ 300,00 |
| Pasamano | \$ 150,00 | 1 | \$ 150,00 |
| TOTAL | | | \$ 3.500,00 |

FUENTE: Investigación de Campo

Cuadro N°87
ÁREA DE RECREACIÓN

| EQUIPOS DEPORTIVOS | | | |
|---------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Montura | \$ 220,00 | 5 | \$ 1.100,00 |
| Frenos | \$ 40,00 | 5 | \$ 200,00 |
| Carpas | \$ 24,50 | 10 | \$ 245,00 |
| Aislantes | \$ 16,98 | 5 | \$ 84,90 |
| Linterna de mano | \$ 3,00 | 5 | \$ 15,00 |
| Plástico para carpas | \$ 0,99 | 5 | \$ 4,95 |
| Bolsas de dormir | \$ 39,99 | 15 | \$ 599,85 |
| Balón de fútbol | \$ 30,00 | 2 | \$ 60,00 |
| Balón de básquet | \$ 6,00 | 2 | \$ 12,00 |
| Balón de voleibol | \$ 2,50 | 2 | \$ 5,00 |
| Red de voleibol | \$ 5,99 | 1 | \$ 5,99 |
| Raquetas de tenis | \$ 15,99 | 5 | \$ 79,95 |
| Pelotas de tenis | \$ 3,99 | 5 | \$ 19,95 |
| Red de tenis | \$ 7,99 | 1 | \$ 7,99 |
| Mesa de Ping Pong | \$ 120,00 | 2 | \$ 240,00 |
| Pelotas de Ping Pong | \$ 5,99 | 4 | \$ 23,96 |
| TOTAL | | | \$ 2.704,54 |

FUENTE: Investigación de Campo

**Cuadro N°88
ÁREA DE RECREACIÓN**

| EQUIPOS SANITARIOS | | | |
|---------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| JUEGO SANITARIO | \$ 80,00 | 12 | \$ 960,00 |
| DISP JABON LIQUIDO | \$ 15,00 | 2 | \$ 30,00 |
| DISP PAPEL HIGIENICO | \$ 19,00 | 2 | \$ 38,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.028,00 |

FUENTE: FERRETERIA JIPIUFERRER

**Cuadro N°89
ÁREA DE RECREACIÓN**

| OTROS | | | |
|---------------------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| Botas de Caucho (diferentes tallas) | \$ 8,00 | 3 | \$ 24,00 |
| Estantes para las bodegas | \$ 115,92 | 2 | \$ 231,84 |
| Hamacas | \$ 30,00 | 3 | \$ 90,00 |
| Juegos de maceteros | \$ 27,50 | 3 | \$ 82,50 |
| Manguera x m | \$ 3,00 | 6 | \$ 18,00 |
| Pala | \$ 11,50 | 2 | \$ 23,00 |
| Rastrillo | \$ 10,00 | 2 | \$ 20,00 |
| Semillas de plantas (varias especies) | \$ 1,00 | 50 | \$ 50,00 |
| TOTAL | | | \$ 539,34 |

FUENTE: Investigación de Campo

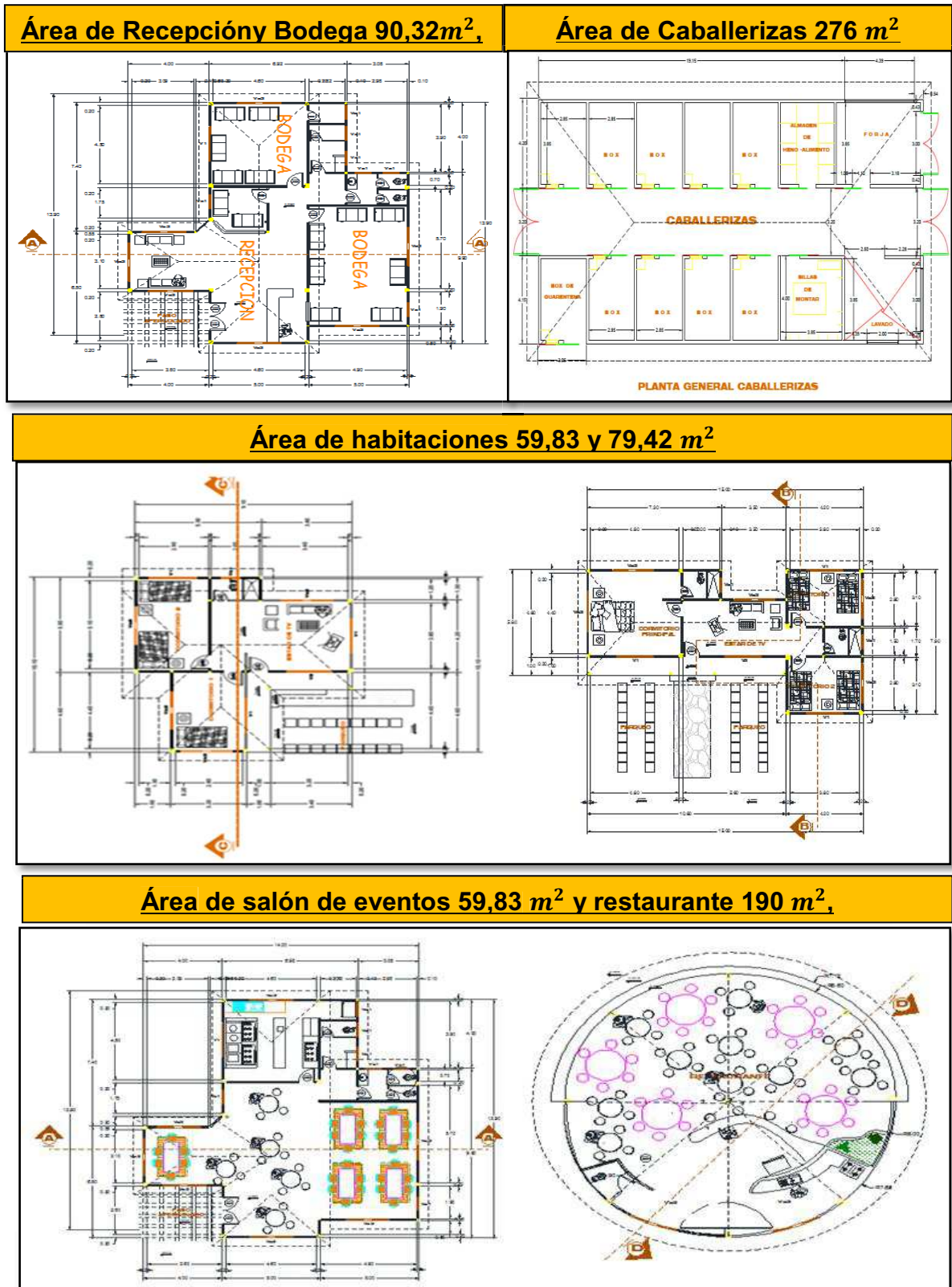
**Cuadro N°90
ÁREA DE EVENTOS**

| OTROS EQUIPOS | | | | | |
|-------------------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------|--------------------|
| DETALLE | MARCA | MODELO | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
| DVD | L.G. | DP827 | \$ 59,00 | 2 | \$ 118,00 |
| Equipo de amplificación | American Xtreme | AXSPA1507LUBI | \$ 299,99 | 1 | \$ 299,99 |
| Equipo de sonido | Sony | MHCE-X660 | \$ 250,99 | 1 | \$ 250,99 |
| Extensiones eléctricas | | | \$ 18,00 | 2 | \$ 36,00 |
| Proyector | L.G. | BX275 | \$ 999,99 | 1 | \$ 999,99 |
| TOTAL | | | | | \$ 1.704,97 |

FUENTE: ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

3.4. DIMENSIONES DEL ÁREA

El Centro recreacional que se pretende implementar en el Recinto San Carlos abarca un área de 34.300 m^2 , distribuida de la siguiente forma:



3.5. PRESUPUESTO DE INSTALACIONES

Cuadro N°91

PRESUPUESTO DE OBRA

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES EN EL RECINTO SAN CARLOS DE LA PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA.

FECHA: AGOSTO DE 2013

REALIZADO POR: LUIS MANUEL

UBICACIÓN: RECINTO SAN CARLOS PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA

| ITEM | RUBRO | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|-------------------------------|-----------------------------------|----|----------|---------|-------------------|
| LOTE DE TERRENO | | | | | |
| 1 | LOTE DE TERRENO | Ha | 3,50 | 3500,00 | 12250,00 |
| ACABADOS Y EDIFICACION | | | | | |
| 2 | REPLANTEO Y NIVELACION | M2 | 13836,80 | 0,75 | 10377,60 |
| 3 | EXCAVACION Y DESALOJO A MAQUINA | M3 | 5520,00 | 4,19 | 23128,80 |
| 4 | RELLENO DE LASTRE HIDROCOMPACTADO | M3 | 8302,08 | 10,20 | 84681,22 |
| 5 | ADOQUINADO | M2 | 11199,24 | 17,50 | 195986,70 |
| 6 | AREAS VERDES | M2 | 14983,00 | 16,00 | 239728,00 |
| 7 | AREAS DE JARDINERAS | M2 | 293,00 | 18,50 | 5420,50 |
| SUB-TOTAL | | | | | 571.572,82 |

| 8 | CABALLERIZAS | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|------------------|---|------|--------|----------|------------------|
| 8.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210$ Kg/cm ² EN CIMNETACION | M3 | 17,04 | 235,00 | 4004,40 |
| 8.2 | COLUMNAS | U | 20,00 | 225,00 | 4500,00 |
| 8.3 | PISO DE DE H. SIMPLE | M2 | 27,60 | 220,00 | 6072,00 |
| 8.4 | MAMPOSTERIA MADERA | GLOB | 1,00 | 16500,00 | 16500,00 |
| 8.5 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 2,00 | 1,80 | 3,60 |
| 8.6 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 2200,00 | 2200,00 |
| 8.7 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 331,21 | 42,00 | 13910,82 |
| 8.8 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 450,00 | 450,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 47.640,82 |

| 9 | CABAÑA DE TIPOI DOBLE | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|------------------|---|------|--------|-------------|-------------------|
| 9.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210$ Kg/cm ² EN CIMNETACION | M3 | 12,18 | 220,00 | 2679,60 |
| 9.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 18,00 | 50,00 | 900,00 |
| 9.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 122,35 | 65,00 | 7952,75 |
| 9.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura madera y paredes dobles) | M2 | 399,02 | 28,00 | 11172,67 |
| 9.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 520,00 | 520,00 |
| 9.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 798,05 | 1,80 | 1436,49 |
| 9.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 960,00 | 960,00 |
| 9.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 170,58 | 28,95 | 4938,29 |
| 9.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 31.159,80 |
| CANTIDAD | | | | 4,00 | 124.639,20 |

| 10 | CABAÑA DE TIPO I SENCILLA | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|------------------|---|----------|--------------|----------------|------------------|
| 10.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210$ Kg/cm ² EN CIMNETACION | M3 | 7,61 | 220,00 | 1674,20 |
| 10.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 14,00 | 50,00 | 700,00 |
| 10.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 71,94 | 65,00 | 4676,10 |
| 10.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura madera y paredes dobles) | M2 | 300,00 | 28,00 | 8400,00 |
| 10.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 10.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 600,00 | 1,80 | 1080,00 |
| 10.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 10.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 121,06 | 28,95 | 3504,69 |
| 10.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 21.914,99 |
| CANTIDAD | | | | 3,00 | 65.744,96 |

| 11 | CABAÑA DE ADMINISTRACION | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|------------------|---|----------|--------------|----------------|------------------|
| 11.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210$ Kg/cm ² EN CIMNETACION | M3 | 4,50 | 220,00 | 990,00 |
| 11.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 14,00 | 50,00 | 700,00 |
| 11.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 62,91 | 65,00 | 4089,15 |
| 11.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura madera y paredes dobles) | M2 | 280,00 | 28,00 | 7840,00 |
| 11.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 11.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 560,00 | 1,80 | 1008,00 |
| 11.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 11.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 93,81 | 28,95 | 2715,80 |
| 11.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 19.222,95 |

| 12 | RESTAURANTE- BAR | U | CANT. | C. UNIT | C. TOTAL |
|------------------|---|----------|--------------|----------------|------------------|
| 12.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210$ Kg/cm ² EN CIMNETACION | M3 | 8,10 | 220,00 | 1782,00 |
| 12.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 12,00 | 50,00 | 600,00 |
| 12.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 105,68 | 65,00 | 6869,20 |
| 12.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura madera y paredes dobles) | M2 | 145,60 | 28,00 | 4076,80 |
| 12.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 12.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 291,20 | 1,80 | 524,16 |
| 12.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 12.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 116,00 | 28,95 | 3358,20 |
| 12.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 500,00 | 500,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 18.990,36 |

| | | | | | |
|------------------|--|------|------|----------|-------------------|
| 13 | CONSTRUCCION DE SALON DE EVENTOS | GLOB | 1,00 | 27292,80 | 27292,80 |
| 14 | CONSTRUCCION DE BATERIA SANITARIA Y SAUNA | GLOB | 1,00 | 17635,20 | 17635,20 |
| 15 | CONSTRUCCION DE CANCHA | GLOB | 1,00 | 23793,20 | 23793,20 |
| 16 | CONSTRUCCION DE AREA DE JUEGOS DE PIM POM | GLOB | 1,00 | 9054,00 | 9054,00 |
| 17 | CONSTRUCCION DE JUEGOS DE NIÑOS | GLOB | 1,00 | 21847,20 | 21847,20 |
| 18 | CONSTRUCCION DE PISCINA DE ADULTOS | GLOB | 1,00 | 23308,80 | 23308,80 |
| 19 | CONSTRUCCION DE PISCINA DE NIÑOS | GLOB | 1,00 | 6030,00 | 6030,00 |
| 20 | CONSTRUCCION DE PISCINA | GLOB | 1,00 | 6030,00 | 6030,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 134.991,20 |

| | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|---------------------|
| TOTAL | | | | | \$982.802,30 |
|--------------|--|--|--|--|---------------------|

Cuadro N°92**PRESUPUESTO DE OBRA**

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES EN EL RECINTO SAN CARLOS DE LA PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA.

FECHA: AGOSTO DE 2013

REALIZADO POR: ING. CIVIL LUIS MANUEL PARRALES QUIMIS

UBICACIÓN: RECINTO SAN CARLOS PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA

| EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|----------|--------------|----------------|----------------------|
| ITEM | DETALLE | U | CANT. | C. UNIT | TOTAL |
| 1 | Replanteo y nivelación | M2 | 13.836,80 | \$ 0,75 | \$ 10.377,60 |
| 2 | Excavación y desalojo a máquina | M3 | 5.520,00 | \$ 4,19 | \$ 23.128,80 |
| 3 | Relleno de lastre hidrocompactado | M3 | 8.302,08 | \$ 10,20 | \$ 84.681,22 |
| 4 | Adoquinado | M2 | 11.199,24 | \$ 17,50 | \$ 195.986,70 |
| 5 | Áreas Verdes | M2 | 14.983,00 | \$ 16,00 | \$ 239.728,00 |
| 6 | Áreas de Jardinería | M2 | 293,00 | \$ 18,50 | \$ 5.420,50 |
| 7 | Área Administrativa | GLOB | 1,00 | \$ 19.222,95 | \$ 19.222,95 |
| 8 | Área de Baños | GLOB | 1,00 | \$ 17.635,20 | \$ 17.635,20 |
| 9 | Área de Caballerizas | GLOB | 1,00 | \$ 47.640,82 | \$ 47.640,82 |
| 10 | Área de Canchas Múltiples | GLOB | 1,00 | \$ 23.793,20 | \$ 23.793,20 |
| 11 | Área de Hospedaje Familiar | GLOB | 4,00 | \$ 31.159,80 | \$ 124.639,20 |
| 12 | Área de Hospedaje Simple | GLOB | 3,00 | \$ 21.914,99 | \$ 65.744,96 |
| 13 | Área de Juegos Infantiles | GLOB | 1,00 | \$ 21.847,20 | \$ 21.847,20 |
| 14 | Área de Piscina | GLOB | 1,00 | \$ 6.030,00 | \$ 6.030,00 |
| 15 | Área de Piscina-Grande | GLOB | 1,00 | \$ 23.308,80 | \$ 23.308,80 |
| 16 | Área de Piscina-Pequeña | GLOB | 1,00 | \$ 6.030,00 | \$ 6.030,00 |
| 17 | Área de Restaurante | GLOB | 1,00 | \$ 18.990,36 | \$ 18.990,36 |
| 18 | Área de Ping Pong | GLOB | 1,00 | \$ 9.054,00 | \$ 9.054,00 |
| 19 | Área de Salón de Eventos | GLOB | 1,00 | \$ 27.292,80 | \$ 27.292,80 |
| SUB-TOTAL | | | | | \$ 970.552,30 |
| 20 | LOTE DE TERRENO | Ha | 3,50 | \$ 3.500,00 | \$ 12.250,00 |
| TOTAL | | | | | \$982.802,30 |

SON: NOVECIENTOS OCHENTA Y DOS MIL OCHOCIENTOS DOS DÓLARES CON 30/100

FUENTE: Ing. Civil. Luis Manuel Parrales Quimis

3.6. DISEÑO ARQUITECTÓNICO Y DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA DEL CENTRO DE SERVICIOS TURÍSTICO RURAL



CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

4.1. OBJETIVO

Predecir y evaluar la situación ambiental y posibles impactos tanto positivos y negativos en el desempeño de todas las etapas del proyecto.

4.2. SITUACIÓN AMBIENTAL ACTUAL

En el cantón Jipijapa son reducidos los estudios sobre problemas ambientales, es poca o diseminada la información existente. Pero a través de un estudio de campo por parte del Municipio del Cantón Jipijapa se observan los siguientes problemas ambientales:

- ✓ Contaminación de las aguas del río Jipijapa que atraviesa el casco urbano contaminado por las descargas de aguas negras domiciliarias y basura depositada en ciertos tramos del río.
- ✓ Contaminación de menor escala causada por: las ladrilleras, avícolas gasolineras, lavadoras de vehículos, lubricadoras, talleres mecánicos, distribuidoras de gas, automotores que efectúan su actividad productiva sin considerar normas ambientales existentes.
- ✓ Amenazas naturales como sismos, tsunamis y mareas altas (para la población costera de Puerto Cayo) dado esto por su ubicación geográfica en la zona de las cordilleras costeras.

- ✓ Amenazas socio-naturales como: deslizamientos, inundaciones, sequías; por su clima y características de los suelos; la población más afectada es la parte rural principalmente por el aislamiento de las comunidades.
- ✓ Y a estos se suman las antrópicas como la contaminación ambiental, accidentes de tránsito y la tunelización del centro de Jipijapa

4.3. MÉTODO DE LEOPOLD

El método de LEOPOLD es una matriz que relaciona causa y efecto de los impactos ambientales, a través de una lista de chequeo de acuerdo a las características particulares de cada proyecto, lista que está compuesta por las acciones proyectadas y los factores ambientales.

Este método fue desarrollado por el Servicio Geológico del Departamento del Interior de Estados Unidos en 1971, inicialmente fue diseñado para evaluar los impactos asociados con proyectos mineros y posteriormente ha resultado útil en proyectos de construcción de obras.

Para realizar la matriz de LEOPOLD se sigue los siguientes pasos:

1. Se identifica las acciones o las actividades que se pueden dar en el momento de preparar el sitio, en construir y en operar.

Cuadro N°93
ACCIONES PREVISTAS EN LAS DIFERENTES ETAPAS DEL PROYECTO

| PREPARACIÓN DEL SITIO | CONSTRUCCIÓN | OPERACIÓN |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| Desmontes y Rellenos | Modificación del Hábitat | Requerimientos de energía |
| Excavaciones superficiales | Alteración de Drenaje | Tránsito de personas |
| Excavaciones subterráneas | Ruido y Vibraciones | Tránsito de vehículos |
| Limpieza del sitio | Senderos | Gestión y control de vida natural |
| Retiro de estructuras | Mano de Obra | Mantenimiento |
| Cercado del predio | Obras de drenaje | Mano de Obra |
| Emisiones a la atmósfera | Compactación | Jardinería |
| Aguas residuales negras | Reforestación | Demanda de agua |
| Reciclado de residuos | Requerimientos de Agua | Implementación de señaléctica |
| Control de la erosión | Emisiones a la atmósfera | Intercambio cultural |
| Movimiento de equipo y maquinaria | Aguas residuales negras | Operación Turística |
| Manejo de combustibles | Manejo de productos químicos | |
| Requerimientos de agua | Manipulación de alimentos | |
| | Estructura recreacional | |
| | Obras complementarias | |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

2. Luego, se identifica los factores ambientales por cada acción de las diferentes etapas de implementación del proyecto.

Cuadro N°94
FACTORES AMBIENTALES

| CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS | TIERRA | AGUA | ATMOSFERA | PAISAJE | RECREATIVOS |
|---|--------------------|---------------------------------------|--|-----------------------------------|--------------------|
| | Tasa de Erosión | Turbidez | Calidad del aire | Vista panorámica | Camping |
| Drenaje | Toxidad | Micro clima | Relieve | Excursiones y/o caminatas | |
| Estructura del suelo | | Visibilidad | Naturaleza | Cabalgatas | |
| Fertilidad | | Temperatura | | Baños | |
| | | | | Zonas de entretenimiento | |
| CONDICIONES BIOLÓGICAS | FLORA | FAUNA | ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS | ECONOMÍA | |
| | Cosechas | Aves | | Generación de empleo | |
| | Árboles y Arbustos | Animales terrestres, incluso reptiles | | Dinamización de la economía local | |
| | Micro flora | | | Comercialización de los productos | |
| | | | | Bienestar social | |
| | | | Sensibilización de turistas y la comunidad | | |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

3. Después, determinamos la magnitud con que se da el impacto y la importancia del impacto sobre la calidad del medio o zona territorial afectada. Para ello nos planteamos las siguientes preguntas:

¿Cuál ha sido la magnitud de las acciones realizadas sobre los factores ambientales? y ¿Cuál es la importancia del impacto sobre los factores ambientales?

Cuadro N°95

| VALORACION | MAGNITUD | IMPORTANCIA |
|------------|----------|-------------|
| 1 | Baja | Eventual |
| 2 | Media | Temporada |
| 3 | Alta | Permanente |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Como se pudo observar tanto la magnitud como importancia se les ha dado una valoración entre 1 (mínimo), 2 (medio) y 3 (máximo); siendo evaluada en el siguiente paso la magnitud según la incidencia que tiene el impacto y la importancia según el tiempo que durará dicho impacto. Por otra parte, en el momento de la evaluación sobre la magnitud del impacto se considerará si éste es beneficioso o es perjudicial, representándose con el signo + y – respectivamente.

4. Por último, se construye la matriz de LEOPOLD, se evalúa las acciones de las etapas de implementación del proyecto y los factores ambientales que se ven afectados por las acciones realizadas.

Cuadro N°96

| ACCIONES FACTORES AMBIENTALES | | PREPARACION DEL SITIO | | | | | | | | | | | | | | CONSTRUCCION | | | | | | | | | | | | OPERACIÓN | | | | | | | | | | AFECCIONES (+) | | | AFECCIONES (-) | | | AGREGACION DE IMPACTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|--|----------------------------|---------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|----------|--------------|------------------|--------------|---------------|------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------|--------------|------------|-----------------|------------------------------|----------------------|---------------------|----|-----|------------------------|----|-----|-----|-----|---|----|-----|----|----|----|----|---|---|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|---|
| | | Desmontes y Rellenos | Excavaciones superficiales | Excavaciones subterráneas | Limpieza del sitio | Retiro de estructuras | Cercado del predio | Emissiones a la atmósfera | Agua s residuales negras | Reciclado de residuos | Control de la erosión | Movimiento de equipo y maquinaria | Manejo de combustibles | Requerimientos de agua | Ruido y Vibraciones | Modificación del Hábitat | Alteración de Drenaje | Ruido y Vibraciones | Senderos | Mano de Obra | Obras de drenaje | Compactación | Reforestación | Requerimientos de Agua | Emissiones a la atmósfera | Agua s residuales negras | Manejo de productos químicos | Manipulación de alimentos | Estructura recreacional | Obras complementarias | Requerimientos de energía | Tránsito de personas | Tránsito de vehículos | Gestión y control de vida natural | Mantenimiento | Mano de Obra | Jardinería | Demanda de agua | Implementación de señalética | Intercambio cultural | Operación Turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TIERRA | Erosión del Suelo | -1/2 | -1/2 | | | | -2/2 | +1/3 | +3/3 | -2/2 | | | | | -2/2 | -1/2 | | | +1/3 | +1/3 | | | -2/2 | -2/2 | -2/1 | | | | -1/1 | -1/1 | +3/3 | +2/3 | | +2/3 | | | | | | | | 8 | 11 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Estructura del suelo | +1/2 | +1/1 | +2/1 | | | -2/1 | +2/3 | +2/3 | | | | | | -1/2 | +2/3 | +2/3 | +1/3 | -1/2 | -2/1 | | | | | | -1/2 | -1/2 | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | 8 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Fertilidad | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 3 | -2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| AGUA | Turbidez | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 2 | -2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Toxicidad | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 2 | -2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ATMÓSFERA | Calidad del aire | | | | | | -1/1 | | | | | | | | -1/1 | | -1/1 | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | 0 | 5 | -5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Micro clima | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 2 | -2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Visibilidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | 0 | 3 | -3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Temperatura | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | -1/1 | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 2 | -2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| P. VISUAL | Vista panorámica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 5 | 0 | 30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Naturaleza | | | | | | -1/2 | -1/2 | +2/3 | +2/3 | -1/2 | | -1/2 | | -1/2 | -1/2 | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | +2/3 | +2/3 | | | | | | | | | | | | | | 5 | 11 | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONDICIONES BIOLÓGICAS | FLORA | Cosechas | | | | | -1/2 | -1/2 | +1/2 | +1/2 | -1/2 | | | | -1/2 | | | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | | -1/1 | +2/3 | | | | | | | | | | 3 | 11 | -10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Árboles y Arbustos | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | -1/2 | -1/2 | +1/2 | +1/2 | -1/2 | | | | -1/2 | | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | | -1/1 | +2/3 | | | | | | | | | | 3 | 14 | -16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Otras especies | | | | | | -1/2 | -1/2 | +1/2 | +1/2 | -1/2 | | | | -1/2 | | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | | -1/1 | +2/3 | | | | | | | | | | | 3 | 11 | -10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | FAUNA | Aves | | | | | | -1/2 | -1/2 | | | | | | | -1/2 | -1/2 | -1/2 | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | 10 | -14 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Animales terrestres, incluso reptiles | | | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | | | | | | -1/1 | -1/1 | -1/2 | -1/1 | | | | | | -1/1 | -1/2 | -1/2 | | | | | -1/1 | | -1/2 | | | | | | | | 0 | 13 | -20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS | ECONOMÍA | Generación de empleo | +2/1 | +2/1 | +2/1 | +2/1 | +2/1 | +2/1 | | | | | +2/2 | | +2/1 | | | | | | +2/2 | +3/3 | | | | | +2/3 | +3/3 | +3/2 | +2/3 | +3/3 | +3/3 | | +3/3 | +3/3 | +1/2 | +2/3 | +3/3 | +3/2 | +3/3 | | | | 24 | 0 | 130 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Dinamización de la economía local | +3/2 | +3/2 | +3/2 | +3/2 | +3/2 | +3/2 | | | | | +2/2 | | +2/2 | | | | | | | | +2/2 | +2/2 | | | | | +2/2 | +3/2 | +2/2 | +2/3 | +3/3 | +3/3 | | +3/2 | +3/3 | +1/2 | +2/3 | +2/2 | +3/3 | | | | 23 | 0 | 130 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Comercialización de los productos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | +2/2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 5 | 0 | 34 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Bienestar social | +2/2 | +2/1 | +2/2 | +2/2 | +2/2 | +2/3 | | | | | | | | | +2/1 | | | | | | +2/2 | | | | | | +2/2 | +2/2 | +2/2 | +3/3 | +3/3 | | +3/3 | +3/3 | +1/2 | +2/3 | +3/3 | +2/3 | +3/3 | | | | 21 | 0 | 114 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Sensibilización de turistas y la comunidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | 0 | 48 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| AFECCIONES (+) | | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 3 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 7 |
| AFECCIONES (-) | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 8 | 9 | 0 | 0 | 0 | 9 | 1 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 7 | 1 | 8 | 9 | 9 | 2 | 4 | 1 | 0 | 2 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | |
| AGREGACION DE IMPACTOS | | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 7 | 10 | 12 | 12 | 13 | -14 | -19 | 21 | 27 | 10 | -16 | 5 | -5 | -10 | -5 | -5 | 23 | 13 | 9 | 3 | -5 | 11 | -14 | -19 | -16 | 11 | 23 | 18 | 12 | 43 | 39 | 35 | 30 | 27 | 18 | 18 | 33 | 31 | 37 | | |

4.4. RESULTADOS DE LA MATRIZ DE LEOPOLD

La matriz de LEOPOLD ha permitido evaluar los impactos que provocarían las acciones al momento de preparar el sitio, las acciones de construcción y las acciones de la operación del proyecto, es decir, la operación del centro de servicios turísticos en el sector rural de San Carlos de la cabecera cantonal de Jipijapa.

Entonces se tiene que las acciones de las etapas de implementación del proyecto tienen consecuencias beneficiosas en el aspecto socio-económico, ya que refleja 457 puntos positivos, siendo las acciones de operación de mayor impacto positivo con 323 puntos. Cabe recalcar, que la parte más afectada en la implementación del proyecto son las condiciones biológicas que suman -70 puntos, en comparación con las características físicas y químicas que en su conjunto tienen 50 puntos.

En conclusión, se puede decir que la generación de esta alternativa de ingreso como es la de crear un centro recreacional no tiene mayor incidencia negativa, sino más bien positiva a nivel socio económico, siendo uno de los factores evaluados la generación de empleo, el bienestar social y la dinamización económica local, que representan la mayor puntuación de 374.

4.5. MEDIDAS DE MITIGACIÓN

Una vez analizados los resultados de la matriz de LEOPOLD, se presenta las siguientes medidas de mitigación con respecto a los factores que tienen

impactos negativos tanto en la preparación, construcción y operación del centro de servicios turísticos:

- ✓ Una de las medidas para contrarrestar el impacto negativo de la fertilidad del suelo por las acciones en las diferentes etapas de implementación del proyecto es evitar la incorporación de grasas, aceites lubricantes, diesel, aditivos, gasolinas y estopas en el suelo, mediante el mantenimiento adecuado de la maquinaria y equipo utilizados durante la preparación del sitio y la construcción.
- ✓ Por otra parte, para evitar la contaminación del agua se realizarán obras de drenaje, para que no se intercepten las aguas sucias, turbias o llenas de toxidad, con el agua de los ríos o cualquier otro tipo de contaminación que afecte la pureza del agua.
- ✓ Así mismo, se emplearán medidas para contrarrestar los impactos hacia la atmósfera como evitar en lo posible utilizar las maquinarias que generen humos negros u otros gases contaminantes.
- ✓ Por último, para no alterar las condiciones biológicas del recinto San Carlos, en lo respecta a flora y fauna, trataremos en lo posible de no alterar su hábitat, más bien de utilizar dichas condiciones para hacer del centro de servicio turístico un lugar que refleje belleza natural.

CAPÍTULO V. ESTUDIO ORGANIZATIVO-LEGAL

5.1. OBJETIVO

Conocer todos los aspectos legales que son determinantes para el funcionamiento del Centro de Servicios Turísticos, y las responsabilidades de cada uno de los empleados del mismo.

5.2. DESCRIPCIÓN DEL CENTRO RECREACIONAL

Nombre:

Centro Recreacional “**LAS MARAVILLAS DEL SUR**”

Misión:

Ofrecer servicios turísticos en el medio natural de calidad, generando utilidades que la beneficien y fomentar el turismo en el Cantón Jipijapa, a través de la adecuada utilización de recursos naturales.

Visión:

Convertirse en el líder del mercado turístico a nivel cantonal, provincial y nacional, mediante el trabajo en equipo de sus colaboradores.

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Mediante la estructura organizacional se define quienes y cuantas personas van a laborar en el centro de servicios turísticos, como se observa en el cuadro N°73, aquellas que tendrán las obligaciones de dirigir, ayudar, controlar, supervisar, coordinar, etc., que harán que el centro de servicios turísticos en el

momento de la implementación u operación logre cumplir sus metas propuestas.

Cuadro N°97

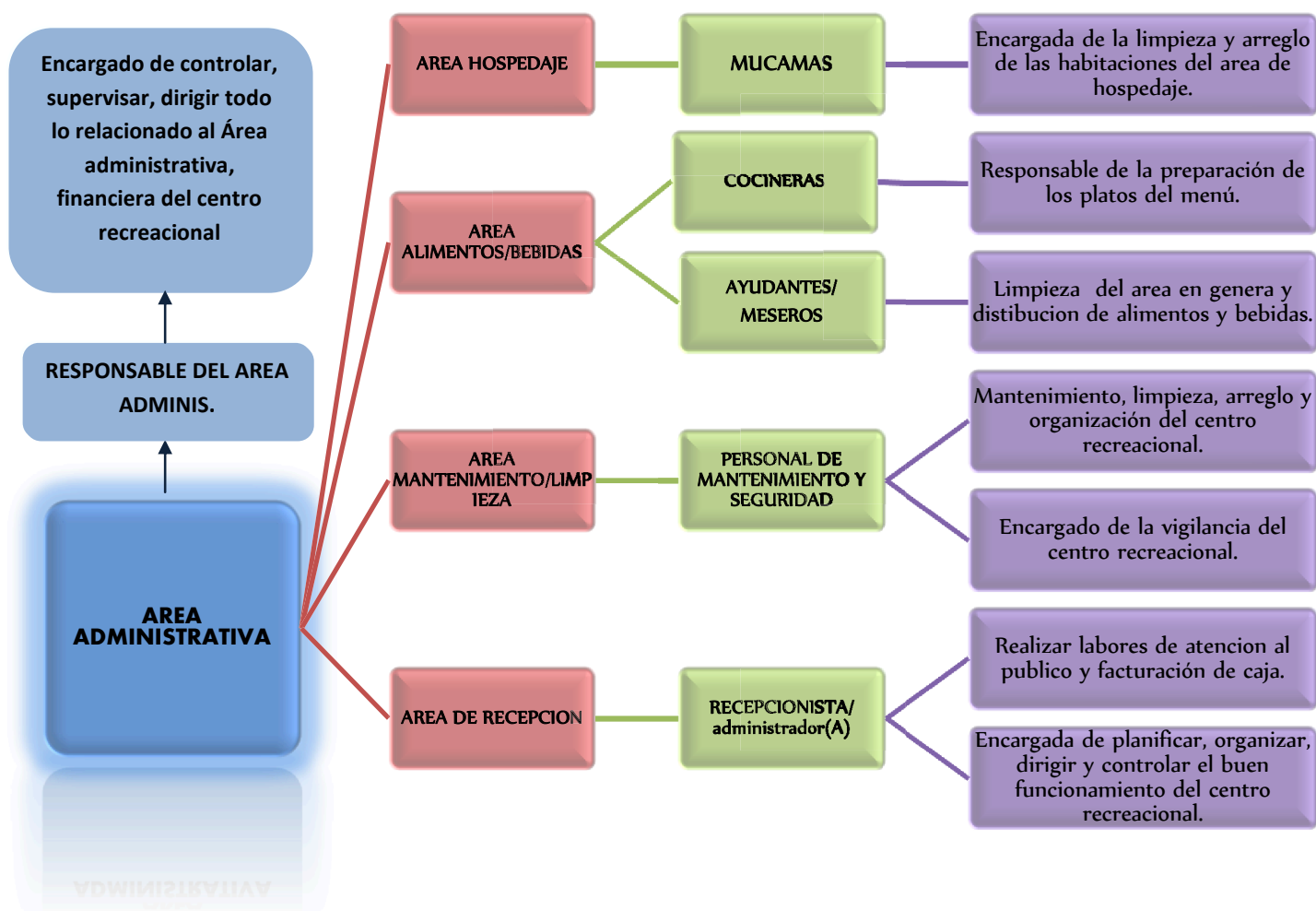
| AREAS | CARGO | N° DE EMPLEADOS |
|---------------------|--|-----------------|
| Administrador | Responsable del Área Administrativa-Financiera | 1 |
| Recepción | Recepcionista | 1 |
| Alimentos y bebidas | Ayudantes de cocina y meseros | 4 |
| Alimentos y bebidas | Cocinera | 1 |
| Mantenimiento | Personal de Seguridad/Mantenimiento | 1 |
| Hospedaje | Mucama | 1 |
| TOTAL | | 9 |

La estructura organizacional suele dividirse en unidades organizativas o departamentales, la cual se la representa mediante organigramas para su mayor comprensión.

5.3.1. Organigrama estructural



5.3.2. Cargos y funciones del personal



Las áreas establecidas como parte de la administración del centro recreacional, constan de pocos colaboradores, solo por inicios del proyecto, dado que se espera incrementar el número de trabajadores según se incremente las actividades del centro recreacional, se piensa en este objetivo, por conocer que el triunfo de una empresa es a través de sus colaboradores que hacen eficiente y de calidad el servicio que se brinda.

5.3.3. Sueldos y Salarios

Cuadro N°98

| CARGO | SALARIO MENSUAL | BENEFICIOS DE LA LEY | | | | | REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL |
|--|--------------------|----------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|
| | | FONDOS DE RESERVA | APORTE AL IESS | DÉCIMO TERCERO | DÉCIMO CUARTO | VACACIONES | |
| AREA ADMINISTRATIVA | | | | | | | |
| Responsable de la Administración | \$ 300,00 | \$ 24,99 | \$ 36,45 | \$ 300,00 | \$ 292,00 | \$ 150,00 | \$ 5.079,28 |
| AREA DE HOSPEDAJE | | | | | | | |
| Recepcionista | \$ 292,58 | \$ 24,37 | \$ 35,55 | \$ 292,58 | \$ 292,00 | \$ 146,29 | \$ 4.960,87 |
| Mucamas | \$ 292,29 | \$ 24,35 | \$ 35,51 | \$ 292,29 | \$ 292,00 | \$ 146,15 | \$ 4.956,25 |
| AREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS | | | | | | | |
| Ayudantes de cocina y meseros (4) | \$ 1.169,16 | \$ 97,39 | \$ 142,05 | \$ 1.169,16 | \$ 1.168,00 | \$ 584,58 | \$ 19.824,99 |
| Cocinera | \$ 293,02 | \$ 24,41 | \$ 35,60 | \$ 293,02 | \$ 292,00 | \$ 146,51 | \$ 4.967,90 |
| AREA DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD | | | | | | | |
| Personal de Seguridad/Mantenimiento | \$ 292,29 | \$ 24,35 | \$ 35,51 | \$ 292,29 | \$ 292,00 | \$ 146,15 | \$ 4.956,25 |
| TOTAL | \$ 2.639,34 | \$ 219,86 | \$ 320,67 | \$ 2.639,34 | \$ 2.628,00 | \$ 1.319,68 | \$ 44.745,54 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

5.4 ESTUDIO LEGAL

5.4.1. Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitarios.

Art. 1. Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2. Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro Turístico Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del país, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes **requisitos:**

- a. Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b. Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo²².

²² **Art. 7.- EXCEPCIONES.** - No gozan de beneficios tributarios:

a) Las empresas o sociedades destinadas al turismo emisor con destino al extranjero;
b) Las agencias de viajes a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo;
d) Las empresas naturales o jurídicas que no cumplan con los requisitos establecidos en la Ley de Turismo y en el presente reglamento.

- c. Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d. Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- e. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- f. Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- g. Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- h. Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
- i. Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3. Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el

que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4. La Licencia Anual de funcionamiento será expedida por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la expedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 5. Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 6. El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelaré cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.²³

²³Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitarios, dado por el Ministerio de Turismo según el **ACUERDO N° 2007130**, por el Ministro de Turismo Carlos Proaño.

5.4.2. Requisitos para obtener el R.U.C.

Dentro de los treinta primeros días de haber iniciado las actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que se disponga de bienes por los cuales se deban pagar impuestos, se debe inscribir en el Servicio de Rentas Internas, para obtener el R.U.C. mediante la presentación de los siguientes documentos:

- × Formulario 01^a y 01B
- × Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- × Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- × Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- × Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

5.4.3. Inscripción en la Superintendencia de Compañías

Para la inscripción a la Superintendencia de Compañía se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- * Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, la cual debe contener:

- Nombre y número de socios
 - Identificación de socios
 - Estatuto de la Empresa
 - Razón y objeto social de la Empresa
 - Afiliación a la Correspondiente Cámara Provincial de Turismo
 - EL plazo de duración de la empresa
 - Descripción del Capital Social y participación de los socios
 - Deberes y derechos de los socios
 - Sistema de Gobierno de la compañía
 - Mecanismo de fiscalización
 - Procedimientos de disolución y liquidación de la compañía.
- * Solicitud de aprobación del contrato constitutivo (suscrita por abogado)
 - * Opcional: presentar un proyecto de minuta junto con la petición antes referida (firmada por abogado).

5.4.4. Requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

Para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento de establecimientos turísticos, las personas naturales o jurídicas deberán presentar en la Dirección Municipal de Turismo, la siguiente documentación:

1. Solicitud dirigida al señor Alcalde del Cantón.
2. Certificado del registro conferido por el Ministerio de Turismo
3. La patente Municipal
4. Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
5. Lista de precios del establecimiento turístico
6. Formulario actualizado de la planta turística
7. Certificado de no adeudar a la Municipalidad
8. Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación
9. Los demás, que las normas vigentes respectivas así lo determine.

CAPÍTULO VI. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

6.1. INVERSIONES

La inversión inicial del proyecto está constituida por todos los activos fijos y diferidos, por el capital de trabajo, que son utilizados para la operación normal de la empresa. Entonces tenemos que la inversión inicial del proyecto del centro recreacional es de \$1.071.960,12 valor que será financiado en un 40% por el Banco Nacional del Fomento a una tasa de interés del 10% y en un plazo de 5 años, y el 60% será financiado por aportes de los socios.

Cuadro N°99

| DESCRIPCIÓN | INVERSIONES | | |
|------------------------------------|------------------------|----------------------|----------------------|
| | POR REALIZAR | CAPITAL PROPIO | BCO. FOMENTO |
| INVERSIONES FIJAS | \$ 1.034.959,28 | | |
| Terreno | \$ 12.250,00 | | \$ 12.250,00 |
| Edificaciones y construcciones | \$ 970.552,30 | \$ 554.018,25 | \$ 416.534,05 |
| Máquinas y Equipos | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | |
| Muebles y Enseres | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | |
| Menaje restaurante | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | |
| Accesorios | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 2.250,00 | | |
| Gastos de Constitución | \$ 265,00 | \$ 265,00 | |
| Gastos de patentes y licencias | \$ 910,00 | \$ 910,00 | |
| Gastos por estudio de factibilidad | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 34.750,85 | | |
| Gastos administrativos | \$ 2.839,85 | \$ 2.839,85 | |
| Gastos de ventas | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | |
| Materia Prima | \$ 21.371,36 | \$ 21.371,36 | |
| Mano de obra | \$ 9.539,63 | \$ 9.539,63 | |
| TOTAL | \$ 1.071.960,12 | \$ 643.176,07 | \$ 428.784,05 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Como se puede observar en el Cuadro N°99, el 40% del préstamo al Banco de Fomento, se destinará a los activos fijos edificaciones-construcciones el 94% y el 6% al terreno. Por lo tanto, la diferencia de la inversión de los activos fijos se financiarán por el 56% del aporte de los socios y el 4% restante se destinará para el total de la inversión de los activos diferidos y capital de trabajo.

6.2. ACTIVOS FIJOS

Cuadro N°100

| ACTIVOS FIJOS | |
|---------------------------|---------------------|
| MAQUINAS Y EQUIPOS | |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | \$ 1.559,78 |
| EQUIPOS DE HOSPEDAJE | \$ 4.745,89 |
| EQUIPOS SANITARIOS | \$ 2.704,00 |
| EQUIPOS DE COCINA | \$ 3.859,96 |
| EQUIPOS DE DEPORTES | \$ 2.704,54 |
| EQUIPOS DE OFICINA | \$ 658,00 |
| EQUIPOS PARA PISCINAS | \$ 4.340,00 |
| EQUIPOS PARA JUEGOS INF. | \$ 3.500,00 |
| OTROS EQUIPOS | \$ 1.704,97 |
| SUB-TOTAL | \$ 25.777,14 |
| IMPREVISTOS DEL 15% | \$ 3.866,57 |
| TOTAL | \$ 29.643,71 |
| MENAJE RESTAURANTE | |
| UTENSILIOS DE COCINA | \$ 1.506,80 |
| UTENSILIOS RESTAUR. | \$ 1.707,25 |
| TOTAL | \$ 3.214,05 |
| IMPREVISTOS DEL 15% | \$ 482,11 |
| TOTAL | \$ 3.696,16 |
| TOTAL DE ACTIVOS | |
| \$ 1.034.959,27 | |
| MUEBLES Y ENSERES | |
| MUEBLES ADMN. | \$ 612,00 |
| MUEBLES HOSPE. | \$ 13.185,67 |
| MUEBLES DE COCINA | \$ 351,84 |
| TOTAL | \$ 14.149,51 |
| IMPREVISTOS DEL 15% | \$ 2.122,43 |
| TOTAL | \$ 16.271,94 |
| ACCESORIOS | |
| DECORA. Y ACC. ADMN. | \$ 174,99 |
| DECORA. Y ACC. HOSP. | \$ 1.266,86 |
| DECORA. Y ACC. RESTA. | \$ 232,00 |
| OTROS | \$ 539,34 |
| TOTAL | \$ 2.213,19 |
| IMPREVISTOS DEL 15% | \$ 331,98 |
| TOTAL | \$ 2.545,17 |
| TERRENO | \$ 12.250,00 |
| EDIF. Y CONSTRUCC. | \$ 970.552,30 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

El total de activos fijos que es de \$1.034.959, para el desarrollo de las actividades del centro de servicios turísticos rurales, se conforma por el 2,9% de maquinarias y equipos, el 1,6% por muebles y enseres, el 0,4% por menaje del restaurante, el 0,2% por los accesorios, el 1,2% por el valor del terreno y el 93,8% por el rubro de edificaciones y construcciones como lo demuestra el Cuadro N°100.

6.3. ACTIVOS DIFERIDOS

A continuación se detallan los gastos en que incurre el proyecto para su operación:

Cuadro N°101

| | |
|---|--------------------|
| GASTOS POR ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | \$ 1.075,00 |
| Estudio Mercado-Técnico | \$ 1.000,00 |
| Estudio Administrativo, Legal - Ambiental | \$ 50,00 |
| Estudio Financiero | \$ 25,00 |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | \$ 265,00 |
| Conformación Jurídica | \$ 250,00 |
| Autorización Notariada | \$ 15,00 |
| GASTOS DE PATENTES Y LICENCIAS | \$ 910,00 |
| Registro en el MINTUR | \$ 500,00 |
| Licencia de Funcionamiento | \$ 410,00 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.4. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo²⁴, para una capacidad y tamaño determinados.²⁵

²⁴Es el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos, transformados en productos terminados, y se percibe el producto de la venta y queda disponible para cancelar nuevos insumos.

El capital de trabajo está compuesto por la materia prima, por la mano de obra, por los gastos administrativos (materiales y útiles de oficina) y de ventas, los cuales se detallan en los siguientes cuadros:

Cuadro N°102

| MATERIA PRIMA | | | |
|----------------------|-----------------|----------------------|---------------------|
| DETALLE | V. MENS. | V. TRIMESTRAL | V. ANUAL |
| Verduras y legumbres | \$ 2.795,75 | \$ 8.387,25 | \$ 33.548,99 |
| Frutas | \$ 810,36 | \$ 2.431,09 | \$ 9.724,35 |
| Conservas | \$ 648,29 | \$ 1.944,87 | \$ 7.779,48 |
| Carnes varias | \$ 3.338,69 | \$ 10.016,08 | \$ 40.064,30 |
| Lácteos | \$ 40,52 | \$ 121,55 | \$ 486,22 |
| Panadería diario | \$ 24,31 | \$ 72,93 | \$ 291,73 |
| Gaseosas | \$ 81,04 | \$ 243,11 | \$ 972,43 |
| Snacks | \$ 243,11 | \$ 729,33 | \$ 2.917,30 |
| Agua en botellón | \$ 121,55 | \$ 364,66 | \$ 1.458,65 |
| TOTAL | | \$ 24.310,86 | \$ 97.243,45 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Cuadro N°103

| CARGO | SALARIO MENSUAL | SALARIO TRIMESTRAL | SALARIO ANUAL |
|--|------------------------|---------------------------|----------------------|
| AREA ADMINISTRATIVA | | | |
| Responsable de la Administración | \$ 361,44 | \$ 1.084,32 | \$ 5.079,28 |
| AREA DE HOSPEDAJE | | | |
| Recepcionista | \$ 352,50 | \$ 1.057,50 | \$ 4.960,87 |
| Mucamas | \$ 352,15 | \$ 1.056,45 | \$ 4.956,24 |
| AREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS | | | |
| Ayudantes de cocina y meseros (4) | \$ 1.408,60 | \$ 4.225,80 | \$ 19.824,94 |
| Cocinera | \$ 353,03 | \$ 1.059,09 | \$ 4.967,89 |
| AREA DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD | | | |
| Personal de Seguridad/Mantenimiento | \$ 352,15 | \$ 1.056,45 | \$ 4.956,24 |
| TOTAL | \$ 2.826,84 | \$ 9.539,61 | \$ 44.745,46 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

²⁵ FUENTE: Formulación y evaluación de proyectos, A.G.VIVALLO P.

Cuadro N°103

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | V. MENSUAL | V. TRIMESTRAL | V. ANUAL |
|-----------------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| Útiles de Oficina | | \$ 364,85 | \$ 1.459,40 |
| Agua Potable | \$ 320,00 | \$ 960,00 | \$ 3.840,00 |
| Luz Eléctrica | \$ 150,00 | \$ 450,00 | \$ 1.800,00 |
| Teléfono-Internet | \$ 220,00 | \$ 660,00 | \$ 2.640,00 |
| Materiales de Mantenimiento | \$ 135,00 | \$ 405,00 | \$ 1.620,00 |
| TOTAL | \$ 825,00 | \$ 2.839,85 | \$ 11.359,40 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Cuadro N°104

| MESES | FOLLETOS Y AFICHES | PÁGINA DE INTERNET | RADIO-TELEVISIÓN | PRENSA ESCRITA |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ENERO | \$ 200,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | |
| FEBRERO | | | | \$ 150,00 |
| MARZO | | | | \$ 150,00 |
| ABRIL | | | \$ 350,00 | |
| MAYO | \$ 200,00 | | | \$ 150,00 |
| JUNIO | | | | \$ 150,00 |
| JULIO | | | \$ 350,00 | |
| AGOSTO | | | | \$ 150,00 |
| SEPTIEMBRE | \$ 200,00 | | | \$ 150,00 |
| OCTUBRE | | | \$ 350,00 | |
| NOVIEMBRE | | | | \$ 150,00 |
| DICIEMBRE | | | | \$ 150,00 |
| TOTAL | \$ 600,00 | \$ 150,00 | \$ 1.400,00 | \$ 1.200,00 |

| | |
|-----------------------------|-------------|
| VALOR MENSUAL PUBLICIDAD | \$ 700,00 |
| VALOR TRIMESTRAL PUBLICIDAD | \$ 1.000,00 |
| VALOR ANUAL PUBLICIDAD | \$ 3.350,00 |

ELABORACIÓN: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

El monto de la inversión de capital de trabajo para inicios del proyecto será por un periodo de tres meses, para cada rubro que lo compone, dado que al momento de iniciar las actividades el centro de servicios turísticos, los costos de éstos serán financiadas por los ingresos que se obtengan por dichas actividades.

6.5. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Una vez detallado todos los componentes de la inversión inicial, se especifica la estructura del crédito al Banco Nacional del Fomento para el 40% de financiamiento del proyecto, para el cual se utiliza el esquema de reembolso de capital y cancelación de intereses en cuotas iguales, en donde se cancela la deuda incluyendo el capital e intereses en cuotas iguales al final de cada periodo.

Cuadro N°105

| AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO | | | | | |
|---------------------------|---------------|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| AÑO | DEUDA VIGENTE | INTERES CAUSADO | CANCELACION | | |
| | | | INTERES | CAPITAL | TOTAL |
| 0 -1 | \$ 428.784,05 | \$ 42.878,40 | \$ 42.878,40 | \$ 70.233,75 | \$ 113.112,15 |
| 1 -2 | \$ 358.550,30 | \$ 35.855,03 | \$ 35.855,03 | \$ 77.257,12 | \$ 113.112,15 |
| 2 -3 | \$ 281.293,18 | \$ 28.129,32 | \$ 28.129,32 | \$ 84.982,83 | \$ 113.112,15 |
| 3 - 4 | \$ 196.310,35 | \$ 19.631,03 | \$ 19.631,03 | \$ 93.481,12 | \$ 113.112,15 |
| 4 - 5 | \$ 102.829,23 | \$ 10.282,92 | \$ 10.282,92 | \$ 102.829,23 | \$ 113.112,15 |
| TOTAL | | | \$ 136.776,71 | \$ 428.784,05 | \$ 565.560,76 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.6. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Las depreciaciones y las amortizaciones tienen por finalidad recuperar la inversión realizada dedicando para ello parte de los ingresos que se generen utilizando dichos bienes.

Cuadro N°106

| DEPRECIACIÓN | | | | | |
|--------------------------------|------------------------|---------------------|----------------------|-----|------|
| DETALLE | VALOR DEL BIEN | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN MENSUAL | % | AÑOS |
| Edificaciones y construcciones | \$ 970.552,30 | \$ 48.527,62 | \$ 4.043,97 | 5% | 20 |
| Máquinas y Equipos | \$ 25.379,39 | \$ 2.537,94 | \$ 211,49 | 10% | 10 |
| Equipos de Computación | \$ 1.559,78 | \$ 519,93 | \$ 43,33 | 33% | 3 |
| Equipos Deportivos | \$ 2.704,54 | \$ 540,91 | \$ 45,08 | 20% | 5 |
| Muebles y Enseres | \$ 16.271,94 | \$ 1.627,19 | \$ 135,60 | 10% | 10 |
| Menaje de Restaurante | \$ 3.696,16 | \$ 739,23 | \$ 61,60 | 20% | 5 |
| Accesorios | \$ 2.545,17 | \$ 509,03 | \$ 42,42 | 20% | 5 |
| Total | \$ 1.022.709,28 | \$ 55.001,85 | \$ 4.583,49 | | |

| AMORTIZACIÓN | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Gastos de Constitución | \$ 265,00 | \$ 53,00 | \$ 53,00 | \$ 53,00 | \$ 53,00 | \$ 53,00 |
| Gastos de Patentes y Licencias | \$ 910,00 | \$ 182,00 | \$ 182,00 | \$ 182,00 | \$ 182,00 | \$ 182,00 |
| Gastos de Promoción y Publicidad | \$ 3.350,00 | \$ 670,00 | \$ 670,00 | \$ 670,00 | \$ 670,00 | \$ 670,00 |
| Gastos de Estudios de Factibilidad | \$ 1.075,00 | \$ 215,00 | \$ 215,00 | \$ 215,00 | \$ 215,00 | \$ 215,00 |
| TOTAL | \$ 5.600,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.7. COSTOS TOTALES DE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

En el siguiente cuadro se detalla cada uno de los costos totales en que incurre la implementación del centro recreacional; además se especifica los costos proyectados a 10 años, en base a la tasa de inflación del 4,88% (variación anual hasta mayo 2012, según el INEC y el Banco Central del Ecuador).

**Cuadro N°107
COSTO DE VIDA ÚTIL**

| DETALLE | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | \$ 145.823,74 | \$ 153.001,38 | \$ 160.535,48 | \$ 168.443,75 | \$ 176.744,77 | \$ 185.458,06 | \$ 194.604,08 | \$ 204.204,34 | \$ 214.281,39 | \$ 224.858,93 |
| Materia Prima | \$ 85.485,46 | \$ 89.759,73 | \$ 94.247,72 | \$ 98.960,10 | \$ 103.908,11 | \$ 109.103,52 | \$ 114.558,69 | \$ 120.286,63 | \$ 126.300,96 | \$ 132.616,01 |
| Costo de Alquiler | \$ 17.771,88 | \$ 18.660,47 | \$ 19.593,49 | \$ 20.573,17 | \$ 21.601,83 | \$ 22.681,92 | \$ 23.816,01 | \$ 25.006,81 | \$ 26.257,15 | \$ 27.570,01 |
| Materiales de mantenimiento | \$ 1.620,00 | \$ 1.699,06 | \$ 1.781,97 | \$ 1.868,93 | \$ 1.960,13 | \$ 2.055,79 | \$ 2.156,11 | \$ 2.261,33 | \$ 2.371,68 | \$ 2.487,42 |
| Mano de Obra Directa | \$ 39.666,27 | \$ 41.601,98 | \$ 43.632,16 | \$ 45.761,41 | \$ 47.994,56 | \$ 50.336,70 | \$ 52.793,13 | \$ 55.369,43 | \$ 58.071,46 | \$ 60.905,35 |
| Depreciaciones Menaje de Restaurante | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 |
| Depreciaciones Equipos Deportivos | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 |
| COSTOS DE ADMINISTRACIÓN | \$ 68.918,39 | \$ 69.201,27 | \$ 69.497,95 | \$ 69.809,11 | \$ 70.135,45 | \$ 70.477,73 | \$ 70.836,70 | \$ 71.213,19 | \$ 71.608,05 | \$ 72.022,19 |
| Servicios Básicos | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 |
| Útiles de Oficina | \$ 1.459,40 | \$ 1.530,62 | \$ 1.605,31 | \$ 1.683,65 | \$ 1.765,81 | \$ 1.851,99 | \$ 1.942,36 | \$ 2.037,15 | \$ 2.136,56 | \$ 2.240,83 |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.337,28 | \$ 4.548,94 | \$ 4.770,93 | \$ 5.003,75 | \$ 5.247,93 | \$ 5.504,03 | \$ 5.772,63 | \$ 6.054,33 | \$ 6.349,78 | \$ 6.659,65 |
| Amortización de Activos Diferidos | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 |
| Dep. Edificaciones y construcciones | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 |
| Depreciación de Equipos de Comp. | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 |
| Depreciación de Maqu. y Equipos | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 |
| Depreciación de Accesorios | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 |
| COSTOS DE VENTAS | \$ 3.350,00 | \$ 3.513,48 | \$ 3.684,94 | \$ 3.864,76 | \$ 4.053,36 | \$ 4.251,17 | \$ 4.458,62 | \$ 4.676,21 | \$ 4.904,40 | \$ 5.143,74 |
| Publicidad | \$ 3.350,00 | \$ 3.513,48 | \$ 3.684,94 | \$ 3.864,76 | \$ 4.053,36 | \$ 4.251,17 | \$ 4.458,62 | \$ 4.676,21 | \$ 4.904,40 | \$ 5.143,74 |
| COSTOS FINANCIEROS | \$ 42.878,40 | \$ 35.855,03 | \$ 28.129,32 | \$ 19.631,03 | \$ 10.282,92 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Intereses Bancarios | \$ 42.878,40 | \$ 35.855,03 | \$ 28.129,32 | \$ 19.631,03 | \$ 10.282,92 | | | | | |
| TOTAL | \$ 260.970,53 | \$ 261.571,15 | \$ 261.847,68 | \$ 261.748,65 | \$ 261.216,51 | \$ 260.186,95 | \$ 269.899,41 | \$ 280.093,74 | \$ 290.793,85 | \$ 302.024,85 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.8. COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Cuadro N°108

| DETALLE | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| COSTOS FIJOS | \$ 102.350,25 | \$ 95.490,36 | \$ 87.936,10 | \$ 79.617,65 | \$ 70.458,13 | \$ 60.373,02 | \$ 60.580,47 | \$ 60.798,05 | \$ 61.026,25 | \$ 61.265,59 |
| Dep. Edificaciones y construcciones | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 | \$ 48.527,62 |
| Dep. Máquinas y Equipos | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 | \$ 2.537,94 |
| Dep. Equipos de Computación | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 | \$ 519,93 |
| Dep. Equipos Deportivos | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 | \$ 540,91 |
| Dep. Muebles y Enseres | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 | \$ 1.627,19 |
| Dep. Menaje de Restaurante | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 | \$ 739,23 |
| Dep. Accesorios | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 | \$ 509,03 |
| Amortizaciones Activos Diferidos | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 |
| Publicidad | \$ 3.350,00 | \$ 3.513,48 | \$ 3.684,94 | \$ 3.864,76 | \$ 4.053,36 | \$ 4.251,17 | \$ 4.458,62 | \$ 4.676,21 | \$ 4.904,40 | \$ 5.143,74 |
| Intereses Bancarios | \$ 42.878,40 | \$ 35.855,03 | \$ 28.129,32 | \$ 19.631,03 | \$ 10.282,92 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 158.620,28 | \$ 166.080,80 | \$ 173.911,58 | \$ 182.131,01 | \$ 190.758,38 | \$ 199.813,94 | \$ 209.318,93 | \$ 219.295,68 | \$ 229.767,60 | \$ 240.759,27 |
| Materia Prima | \$ 85.485,46 | \$ 89.759,73 | \$ 94.247,72 | \$ 98.960,10 | \$ 103.908,11 | \$ 109.103,52 | \$ 114.558,69 | \$ 120.286,63 | \$ 126.300,96 | \$ 132.616,01 |
| Costos de Alquiler | \$ 17.771,88 | \$ 18.660,47 | \$ 19.593,49 | \$ 20.573,17 | \$ 21.601,83 | \$ 22.681,92 | \$ 23.816,01 | \$ 25.006,81 | \$ 26.257,15 | \$ 27.570,01 |
| Servicios Básicos | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 | \$ 8.280,00 |
| Útiles de Oficina | \$ 1.459,40 | \$ 1.530,62 | \$ 1.605,31 | \$ 1.683,65 | \$ 1.765,81 | \$ 1.851,99 | \$ 1.942,36 | \$ 2.037,15 | \$ 2.136,56 | \$ 2.240,83 |
| Materiales de mantenimiento | \$ 1.620,00 | \$ 1.699,06 | \$ 1.781,97 | \$ 1.868,93 | \$ 1.960,13 | \$ 2.055,79 | \$ 2.156,11 | \$ 2.261,33 | \$ 2.371,68 | \$ 2.487,42 |
| Mano de Obra Directa | \$ 39.666,27 | \$ 41.601,98 | \$ 43.632,16 | \$ 45.761,41 | \$ 47.994,56 | \$ 50.336,70 | \$ 52.793,13 | \$ 55.369,43 | \$ 58.071,46 | \$ 60.905,35 |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.337,28 | \$ 4.548,94 | \$ 4.770,93 | \$ 5.003,75 | \$ 5.247,93 | \$ 5.504,03 | \$ 5.772,63 | \$ 6.054,33 | \$ 6.349,78 | \$ 6.659,65 |
| COSTOS TOTALES | \$ 260.970,53 | \$ 261.571,15 | \$ 261.847,68 | \$ 261.748,65 | \$ 261.216,51 | \$ 260.186,95 | \$ 269.899,41 | \$ 280.093,74 | \$ 290.793,85 | \$ 302.024,85 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.9. INGRESOS MENSUALES Y ANUALES

Para efectos de estudio se ha utilizado dos variables de ingreso: alimentos/ bebidas y hospedaje, dado que según la investigación de campo y entrevista que se realizó al Complejo Recreacional Grabiél's, sus principales ingresos son los anteriormente mencionados, además se incorpora un ingreso adicional que es por alquiler del salón de eventos.

Por ser este servicio en estudio, una empresa la cual tiene como finalidad prestar un servicio al público, es difícil cuantificar con exactitud las ventas diarias de los servicios ofrecidos por la misma. Por lo que las ventas se hacen en función de la capacidad instalada en el centro de servicios turísticos, dado que no existen datos específicos de la ocupación de centros turísticos relacionados con hospedaje y restaurante del Cantón Jipijapa. A continuación se detalla el cálculo de los ingresos por hospedaje, por los servicios de restaurante y por alquiler:

El servicio de restaurante ofrecerá 3 comidas diarias entre menú, platos a la carta y comidas típicas de la región, de los platos expuestos en el estudio de mercado, dado que las horas de servicio son de 8 horas y el tiempo del ciclo del servicio es de 3 horas.

Además, este servicio cuenta con una capacidad para 70 personas que se distribuyen en 10 mesas de cuatro sillas y 5 mesas de 6 sillas cada una. El número medio de clientes por mesa es de dos en temporada baja, tres en

temporada media y en temporada alta de cuatro, la rotación varía según la temporada analizada. Dado que, la fuerte estacionalidad de la actividad es un dato a tener en cuenta. En los meses de enero, febrero y diciembre que corresponden a la temporada alta, se ha establecido un índice de rotación de 1, que descienden a 0,75 en temporada media y a 0,25 en los meses de marzo a noviembre que se consideran temporada baja. La estacionalidad de los meses se los eligió en base a los resultados de las encuestas del estudio de mercado.

Los días laborables serán entre 24 a 27 días, según la terminación del mes, es decir, los meses que tengan 31 días solo se trabajarán 27 días, el mes de febrero que tiene 28 días se trabajará solo 24 días y los meses que tengan 30 días se trabajarán 26 días.

Determinados los platos a ofrecerse, los precios, los días laborables y las temporadas, se estima que el ingreso del restaurante del centro de servicios turísticos será igual a 3 platos de comida por el índice de rotación según la temporada y mes, obteniéndose así la cantidad de platos que rotaran al día, a su vez esta cantidad por los 2, 3 y 4 clientes promedios dependiendo de la temporada y por las 15 mesas disponibles del restaurante, darán como resultado los platos atendidos al día, los cuales se multiplicarán con los días laborables según el mes y este resultado por el precio promedio de las comidas de \$ 14,29, se tiene el ingreso mensual del restaurante, como se muestra en el Cuadro N°109.

El servicio de hospedaje ofrece 7 habitaciones con una capacidad de 29 personas, distribuidas 3 cabañas simples con una capacidad de 3 personas y 4 cabañas familiares con capacidad de 5 personas, el precio promedio por habitación es de \$ 35.

Para la estimación del ingreso, se utilizó los mismos índices del ingreso de alimentos/bebidas, considerando en este caso como porcentaje de ocupación. Al determinar estas variables, la capacidad instalada de este servicio se multiplica por el porcentaje de ocupación, a su vez por la estancia promedio que es de 2 días, según las encuestas del estudio de mercado, que al mes son 14 días y por el precio promedio por habitación, obteniéndose así el ingreso mensual.

Para obtener el ingreso por alquiler del salón de eventos se considera 1 evento por día que por los días laborales y por índice de ocupación utilizado para determinar los ingresos anteriores dan por resultado los eventos en el mes, el cual se multiplica el precio de alquiler da el ingreso mensual.

Finalmente, para obtener el ingreso de los años siguientes, tanto por hospedaje como por alimentos/bebidas y por alquiler, se espera un incremento del 5%, dado que el incremento del tráfico a nivel de turistas a nivel nacional vía terrestre en el período de 2009-2010²⁶.

²⁶ Según el boletín de estadísticas emitido por el Ministerio de Turismo y el INEC.

Cuadro N°110
INGRESOS DEL CENTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS AÑO 2013

| MESES | PLATOS X MES | INGRESOS | HABITACIÓN X MES | INGRESOS | EVENTOS X MES | INGRESOS | TOTAL |
|--------------|---------------|----------------------|------------------|---------------------|---------------|---------------------|----------------------|
| | \$ 14,29 | ALIMENTOS/BEBIDAS | \$ 35,00 | HOSPEDAJE | \$ 500,00 | ALQUILER | |
| ENERO | 4.860 | \$ 69.449,40 | 95 | \$ 3.307,50 | 27 | \$ 13.500,00 | \$ 86.256,90 |
| FEBRERO | 4.320 | \$ 61.732,80 | 84 | \$ 2.940,00 | 24 | \$ 12.000,00 | \$ 76.672,80 |
| MARZO | 2.734 | \$ 39.065,29 | 71 | \$ 2.480,63 | 20 | \$ 10.125,00 | \$ 51.670,92 |
| ABRIL | 585 | \$ 8.359,65 | 23 | \$ 796,25 | 7 | \$ 3.250,00 | \$ 12.405,90 |
| MAYO | 608 | \$ 8.681,18 | 24 | \$ 826,88 | 7 | \$ 3.375,00 | \$ 12.883,06 |
| JUNIO | 585 | \$ 8.359,65 | 23 | \$ 796,25 | 7 | \$ 3.250,00 | \$ 12.405,90 |
| JULIO | 608 | \$ 8.681,18 | 24 | \$ 826,88 | 7 | \$ 3.375,00 | \$ 12.883,06 |
| AGOSTO | 608 | \$ 8.681,18 | 24 | \$ 826,88 | 7 | \$ 3.375,00 | \$ 12.883,06 |
| SEPTIEMBRE | 585 | \$ 8.359,65 | 23 | \$ 796,25 | 7 | \$ 3.250,00 | \$ 12.405,90 |
| OCTUBRE | 608 | \$ 8.681,18 | 24 | \$ 826,88 | 7 | \$ 3.375,00 | \$ 12.883,06 |
| NOVIEMBRE | 585 | \$ 8.359,65 | 23 | \$ 796,25 | 7 | \$ 3.250,00 | \$ 12.405,90 |
| DICIEMBRE | 4.860 | \$ 69.449,40 | 95 | \$ 3.307,50 | 27 | \$ 13.500,00 | \$ 86.256,90 |
| TOTAL | 21.546 | \$ 307.860,21 | 529 | \$ 18.528,15 | 152 | \$ 75.625,00 | \$ 402.013,36 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

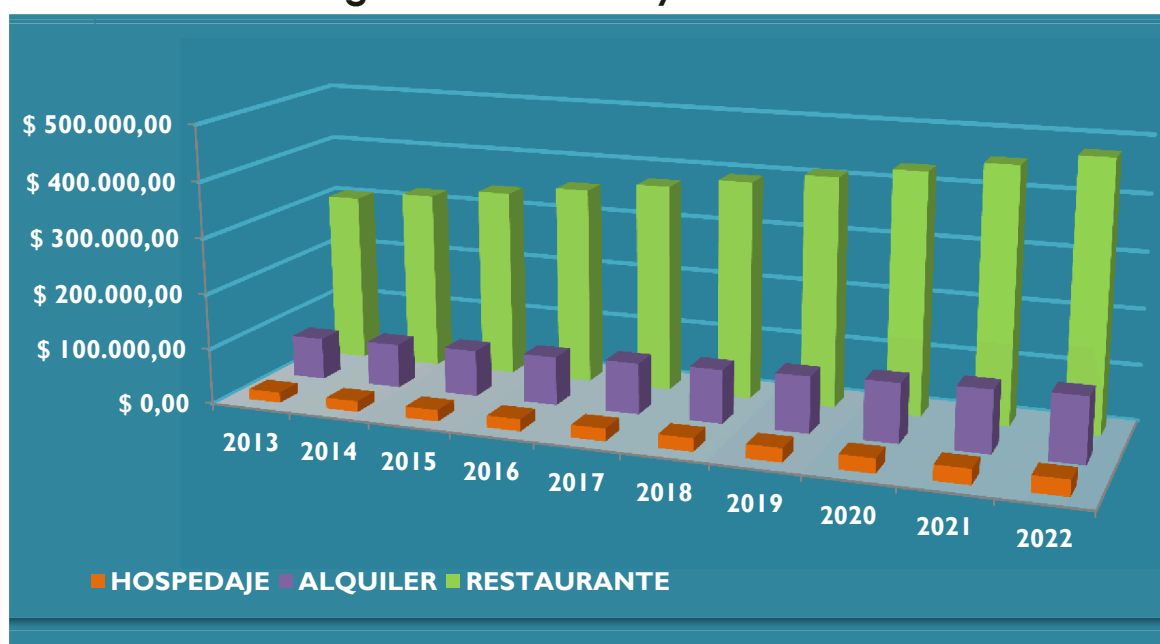
Cuadro N°111
INGRESO TOTAL DEL CENTRO DE SERVICIOS
TURISTICOS

| AÑOS | RESTAURANTE | HOSPEDAJE | ALQUILER | TOTAL |
|------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| 2013 | \$ 307.860,19 | \$ 18.528,13 | \$ 75.625,00 | \$ 402.013,31 |
| 2014 | \$ 323.253,20 | \$ 19.454,53 | \$ 79.406,25 | \$ 422.113,98 |
| 2015 | \$ 339.415,86 | \$ 20.427,26 | \$ 83.376,56 | \$ 443.219,68 |
| 2016 | \$ 356.386,65 | \$ 21.448,62 | \$ 87.545,39 | \$ 465.380,66 |
| 2017 | \$ 374.205,98 | \$ 22.521,05 | \$ 91.922,66 | \$ 488.649,69 |
| 2018 | \$ 392.916,28 | \$ 23.647,10 | \$ 96.518,79 | \$ 513.082,18 |
| 2019 | \$ 412.562,10 | \$ 24.829,46 | \$ 101.344,73 | \$ 538.736,29 |
| 2020 | \$ 433.190,20 | \$ 26.070,93 | \$ 106.411,97 | \$ 565.673,10 |
| 2021 | \$ 454.849,71 | \$ 27.374,48 | \$ 111.732,57 | \$ 593.956,76 |
| 2022 | \$ 477.592,20 | \$ 28.743,20 | \$ 117.319,20 | \$ 623.654,59 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Como podemos observar los ingresos totales dependen de los ingresos generados por los alimentos y bebidas (77%), esto nos lleva que solo el 23% corresponde a los ingresos por hospedaje (5%) y por alquiler del salón de eventos (18%).

Gráfico N°60
Ingresos Totales Proyectados



6.10. ESTADOS FINANCIEROS

6.10.1. Estado de Resultado

Cuadro N°112

| RUBROS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ventas Netas | \$ 402.013,31 | \$ 422.113,98 | \$ 443.219,68 | \$ 465.380,66 | \$ 488.649,69 | \$ 513.082,18 | \$ 538.736,29 | \$ 565.673,10 | \$ 593.956,76 | \$ 623.654,59 |
| Costos de Producción | \$ 144.543,60 | \$ 151.721,24 | \$ 159.255,34 | \$ 167.163,61 | \$ 175.464,63 | \$ 184.177,92 | \$ 193.323,94 | \$ 202.924,20 | \$ 213.001,25 | \$ 223.578,79 |
| Utilidad Bruta | \$ 257.469,71 | \$ 270.392,74 | \$ 283.964,34 | \$ 298.217,05 | \$ 313.185,06 | \$ 328.904,26 | \$ 345.412,34 | \$ 362.748,90 | \$ 380.955,50 | \$ 400.075,81 |
| Costos Administrativos | \$ 15.196,68 | \$ 15.479,56 | \$ 15.776,24 | \$ 16.087,40 | \$ 16.413,75 | \$ 16.756,02 | \$ 17.114,99 | \$ 17.491,48 | \$ 17.886,35 | \$ 18.300,48 |
| Costos de Ventas | \$ 3.350,00 | \$ 3.513,48 | \$ 3.684,94 | \$ 3.864,76 | \$ 4.053,36 | \$ 4.251,17 | \$ 4.458,62 | \$ 4.676,21 | \$ 4.904,40 | \$ 5.143,74 |
| Depreciación | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 |
| Utilidad de Operación | \$ 183.921,18 | \$ 196.397,85 | \$ 209.501,31 | \$ 223.263,04 | \$ 237.716,10 | \$ 252.895,23 | \$ 268.836,88 | \$ 285.579,37 | \$ 303.162,90 | \$ 321.629,74 |
| Costo Financiero | \$ 42.878,40 | \$ 35.855,03 | \$ 28.129,32 | \$ 19.631,03 | \$ 10.282,92 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Utilidad antes de repart/utilidades | \$ 141.042,78 | \$ 160.542,82 | \$ 181.371,99 | \$ 203.632,01 | \$ 227.433,18 | \$ 252.895,23 | \$ 268.836,88 | \$ 285.579,37 | \$ 303.162,90 | \$ 321.629,74 |
| Reparto de Utilidades 15% | \$ 21.156,42 | \$ 24.081,42 | \$ 27.205,80 | \$ 30.544,80 | \$ 34.114,98 | \$ 37.934,28 | \$ 40.325,53 | \$ 42.836,90 | \$ 45.474,44 | \$ 48.244,46 |
| Utilidad Neta antes de Impuestos | \$ 119.886,36 | \$ 136.461,40 | \$ 154.166,20 | \$ 173.087,21 | \$ 193.318,20 | \$ 214.960,94 | \$ 228.511,35 | \$ 242.742,46 | \$ 257.688,47 | \$ 273.385,28 |
| Impuestos 25% | \$ 29.971,59 | \$ 34.115,35 | \$ 38.541,55 | \$ 43.271,80 | \$ 48.329,55 | \$ 53.740,24 | \$ 57.127,84 | \$ 60.685,62 | \$ 64.422,12 | \$ 68.346,32 |
| Utilidad Neta | \$ 89.914,77 | \$ 102.346,05 | \$ 115.624,65 | \$ 129.815,40 | \$ 144.988,65 | \$ 161.220,71 | \$ 171.383,51 | \$ 182.056,85 | \$ 193.266,35 | \$ 205.038,96 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

6.10.2. Flujo de Caja

Cuadro N°113

| RUBROS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| A. INGRESOS OPERACIONALES | \$ 0,00 | \$ 402.013,31 | \$ 422.113,98 | \$ 443.219,68 | \$ 465.380,66 | \$ 488.649,69 | \$ 513.082,18 | \$ 538.736,29 | \$ 565.673,10 | \$ 593.956,76 | \$ 623.654,59 |
| Ingresos | | \$ 402.013,31 | \$ 422.113,98 | \$ 443.219,68 | \$ 465.380,66 | \$ 488.649,69 | \$ 513.082,18 | \$ 538.736,29 | \$ 565.673,10 | \$ 593.956,76 | \$ 623.654,59 |
| B. EGRESOS OPERACIONALES | \$ 0,00 | \$ 218.092,13 | \$ 225.716,12 | \$ 233.718,36 | \$ 242.117,62 | \$ 250.933,59 | \$ 260.186,95 | \$ 269.899,41 | \$ 280.093,74 | \$ 290.793,85 | \$ 302.024,85 |
| Costos de Producción | | \$ 145.823,74 | \$ 153.001,38 | \$ 160.535,48 | \$ 168.443,75 | \$ 176.744,77 | \$ 185.458,06 | \$ 194.604,08 | \$ 204.204,34 | \$ 214.281,39 | \$ 224.858,93 |
| Gastos de Administración | | \$ 68.918,39 | \$ 69.201,27 | \$ 69.497,95 | \$ 69.809,11 | \$ 70.135,45 | \$ 70.477,73 | \$ 70.836,70 | \$ 71.213,19 | \$ 71.608,05 | \$ 72.022,19 |
| Gastos Comerciales | | \$ 3.350,00 | \$ 3.513,48 | \$ 3.684,94 | \$ 3.864,76 | \$ 4.053,36 | \$ 4.251,17 | \$ 4.458,62 | \$ 4.676,21 | \$ 4.904,40 | \$ 5.143,74 |
| C. FLUJO OPERACIONAL (A - B) | \$ 0,00 | \$ 183.921,18 | \$ 196.397,85 | \$ 209.501,31 | \$ 223.263,04 | \$ 237.716,10 | \$ 252.895,23 | \$ 268.836,88 | \$ 285.579,37 | \$ 303.162,90 | \$ 321.629,74 |
| D. INGRESOS NO OPERACIONALES | \$ 1.071.960,12 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Aporte Capital Inicial | \$ 643.176,07 | | | | | | | | | | |
| Crédito a Instituciones Financieras | \$ 428.784,05 | | | | | | | | | | |
| E. EGRESOS NO OPERACIONALES | \$ 1.071.960,12 | \$ 94.006,41 | \$ 94.051,80 | \$ 93.876,67 | \$ 93.447,64 | \$ 92.727,45 | \$ 91.674,52 | \$ 97.453,37 | \$ 103.522,52 | \$ 109.896,55 | \$ 116.590,78 |
| Pago de Intereses | | \$ 42.878,40 | \$ 35.855,03 | \$ 28.129,32 | \$ 19.631,03 | \$ 10.282,92 | | | | | |
| Pago de Préstamo a Inst. Finan. | | | | | | | | | | | |
| Pago de Participación de Trabajadores | | \$ 21.156,42 | \$ 24.081,42 | \$ 27.205,80 | \$ 30.544,80 | \$ 34.114,98 | \$ 37.934,28 | \$ 40.325,53 | \$ 42.836,90 | \$ 45.474,44 | \$ 48.244,46 |
| Pago de Impuesto a la Renta | | \$ 29.971,59 | \$ 34.115,35 | \$ 38.541,55 | \$ 43.271,80 | \$ 48.329,55 | \$ 53.740,24 | \$ 57.127,84 | \$ 60.685,62 | \$ 64.422,12 | \$ 68.346,32 |
| ACTIVOS FIJOS | \$ 1.071.960,12 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |

| | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Inversión Terreno | \$ 12.250,00 | | | | | | | | | | |
| Inv. Edificaciones y Construcciones | \$ 970.552,30 | | | | | | | | | | |
| Inv. Maquinas y Equipos | \$ 29.643,71 | | | | | | | | | | |
| Inv. Muebles y Enseres | \$ 16.271,94 | | | | | | | | | | |
| Inv. Menaje Restaurante | \$ 3.696,16 | | | | | | | | | | |
| Inv. Accesorios | \$ 2.545,17 | | | | | | | | | | |
| Activos Diferidos | \$ 2.250,00 | | | | | | | | | | |
| Inv. Capital de Trabajo | \$ 34.750,85 | | | | | | | | | | |
| F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E) | \$ 0,00 | (\$ 94.006,41) | (\$ 94.051,80) | (\$ 93.876,67) | (\$ 93.447,64) | (\$ 92.727,45) | (\$ 91.674,52) | (\$ 97.453,37) | (\$ 103.522,52) | (\$ 109.896,55) | (\$ 116.590,78) |
| (+) Depreciaciones de Act. Fijos | | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 | \$ 55.001,85 |
| (+) Amortizaciones de Act. Difer. | | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 | \$ 1.120,00 |
| G. FLUJO NETO GENERADO (C+F+AMOR+DEP) | \$ 0,00 | \$ 146.036,62 | \$ 158.467,90 | \$ 171.746,49 | \$ 185.937,25 | \$ 201.110,50 | \$ 217.342,56 | \$ 227.505,36 | \$ 238.178,69 | \$ 249.388,20 | \$ 261.160,81 |
| H. SALDO INICIAL DE CAJA | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 146.036,62 | \$ 304.504,52 | \$ 476.251,01 | \$ 662.188,26 | \$ 863.298,76 | \$ 1.080.641,32 | \$ 1.308.146,68 | \$ 1.546.325,37 | \$ 1.795.713,57 |
| I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H) | \$ 0,00 | \$ 146.036,62 | \$ 304.504,52 | \$ 476.251,01 | \$ 662.188,26 | \$ 863.298,76 | \$ 1.080.641,32 | \$ 1.308.146,68 | \$ 1.546.325,37 | \$ 1.795.713,57 | \$ 2.056.874,38 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Para efecto del cálculo del flujo de caja, las depreciaciones y amortizaciones se suman al final, a pesar de formar parte de los costos del centro de servicios turísticos, este es un desembolso de dinero que no sale de la empresa, es una reinversión de activos fijos.

6.10.3. Balance General

Cuadro N°114

| RUBROS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ACTIVOS | | | | | | | | | | | |
| Activos Corrientes | \$ 33.386,00 | \$ 271.188,35 | \$ 435.866,23 | \$ 614.130,89 | \$ 806.909,77 | \$ 1.015.201,44 | \$ 1.240.081,53 | \$ 1.475.498,50 | \$ 1.721.981,43 | \$ 1.980.085,99 | \$ 2.250.395,74 |
| Caja | \$ 0,00 | \$ 146.036,62 | \$ 304.504,52 | \$ 476.251,01 | \$ 662.188,26 | \$ 863.298,76 | \$ 1.080.641,32 | \$ 1.308.146,68 | \$ 1.546.325,37 | \$ 1.795.713,57 | \$ 2.056.874,38 |
| Capital de Trabajo | \$ 12.014,63 | \$ 39.666,27 | \$ 41.601,98 | \$ 43.632,16 | \$ 45.761,41 | \$ 47.994,56 | \$ 50.336,70 | \$ 52.793,13 | \$ 55.369,43 | \$ 58.071,46 | \$ 60.905,35 |
| Materia Prima (ALIMENTOS) | \$ 21.371,36 | \$ 85.485,46 | \$ 89.759,73 | \$ 94.247,72 | \$ 98.960,10 | \$ 103.908,11 | \$ 109.103,52 | \$ 114.558,69 | \$ 120.286,63 | \$ 126.300,96 | \$ 132.616,01 |
| Activos Fijos | \$ 1.035.324,13 | \$ 981.416,83 | \$ 926.486,20 | \$ 871.559,05 | \$ 816.635,54 | \$ 761.715,85 | \$ 706.800,18 | \$ 651.888,71 | \$ 596.981,65 | \$ 542.079,21 | \$ 487.181,63 |
| Terrenos | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 | \$ 12.250,00 |
| Construcciones y Edificaciones | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 | \$ 970.552,30 |
| Máquinas y Equipos | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 | \$ 29.643,71 |
| Muebles y Enseres | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 | \$ 16.271,94 |
| Menaje restaurante | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 | \$ 3.696,16 |
| Accesorios | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 | \$ 2.545,17 |
| Útiles de Oficina | \$ 364,85 | \$ 1.459,40 | \$ 1.530,62 | \$ 1.605,31 | \$ 1.683,65 | \$ 1.765,81 | \$ 1.851,99 | \$ 1.942,36 | \$ 2.037,15 | \$ 2.136,56 | \$ 2.240,83 |
| Depreciación Acumulada | | (\$ 55.001,85) | (\$ 110.003,70) | (\$ 165.005,54) | (\$ 220.007,39) | (\$ 275.009,24) | (\$ 330.011,09) | (\$ 385.012,93) | (\$ 440.014,78) | (\$ 495.016,63) | (\$ 550.018,48) |
| Activos Diferidos | \$ 3.250,00 | \$ 4.480,00 | \$ 3.360,00 | \$ 2.240,00 | \$ 1.120,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Gastos de Constitución | \$ 265,00 | \$ 265,00 | \$ 265,00 | \$ 265,00 | \$ 265,00 | \$ 265,00 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Gastos de patentes y licencias | \$ 910,00 | \$ 910,00 | \$ 910,00 | \$ 910,00 | \$ 910,00 | \$ 910,00 | | | | | |
| Gastos de publicidad | \$ 1.000,00 | \$ 3.350,00 | \$ 3.350,00 | \$ 3.350,00 | \$ 3.350,00 | \$ 3.350,00 | | | | | |
| Gastos por estudio de factibilidad | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | \$ 1.075,00 | | | | | |
| Amortización Acumulada | | (\$ 1.120,00) | (\$ 2.240,00) | (\$ 3.360,00) | (\$ 4.480,00) | (\$ 5.600,00) | | | | | |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$ 1.071.960,12 | \$ 1.257.085,18 | \$ 1.365.712,43 | \$ 1.487.929,94 | \$ 1.624.665,31 | \$ 1.776.917,29 | \$ 1.946.881,71 | \$ 2.127.387,21 | \$ 2.318.963,08 | \$ 2.522.165,20 | \$ 2.737.577,36 |
| | | | | | | | | | | | |
| PASIVOS | | | | | | | | | | | |
| Préstamo a Largo Plazo | \$ 428.784,05 | \$ 358.550,30 | \$ 281.293,18 | \$ 196.310,35 | \$ 102.829,23 | | | | | | |
| TOTAL DE PASIVOS | \$ 428.784,05 | \$ 358.550,30 | \$ 281.293,18 | \$ 196.310,35 | \$ 102.829,23 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| | | | | | | | | | | | |
| CAPITAL | | | | | | | | | | | |
| Capital Social | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 | \$ 643.176,07 |
| Patrimonio | | \$ 255.358,80 | \$ 351.328,41 | \$ 456.182,69 | \$ 570.774,54 | \$ 696.040,34 | \$ 721.016,11 | \$ 740.300,90 | \$ 760.493,26 | \$ 781.638,54 | \$ 803.784,35 |
| Utilidad Retenida | | | | \$ 89.914,77 | \$ 192.260,82 | \$ 307.885,47 | \$ 437.700,87 | \$ 582.689,53 | \$ 743.910,23 | \$ 915.293,74 | \$ 1.097.350,59 |
| Utilidad Neta | | | \$ 89.914,77 | \$ 102.346,05 | \$ 115.624,65 | \$ 129.815,40 | \$ 144.988,65 | \$ 161.220,71 | \$ 171.383,51 | \$ 182.056,85 | \$ 193.266,35 |
| TOTAL CAPITAL | \$ 643.176,07 | \$ 898.534,87 | \$ 1.084.419,25 | \$ 1.291.619,59 | \$ 1.521.836,08 | \$ 1.776.917,29 | \$ 1.946.881,71 | \$ 2.127.387,21 | \$ 2.318.963,08 | \$ 2.522.165,20 | \$ 2.737.577,36 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CAPITAL + PATRIMONIO = ACTIVO | \$ 1.071.960,12 | \$ 1.257.085,18 | \$ 1.365.712,43 | \$ 1.487.929,94 | \$ 1.624.665,31 | \$ 1.776.917,29 | \$ 1.946.881,71 | \$ 2.127.387,21 | \$ 2.318.963,08 | \$ 2.522.165,20 | \$ 2.737.577,36 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

CAPÍTULO VII. EVALUACION FINANCIERA

7.1. OBJETIVO

- ✓ Determinar la viabilidad del proyecto del centro de servicios turísticos.

7.2. RATIOS FINANCIEROS

Las Razones de Liquidez:

- × **Índices de Solvencia**, nos muestra que por cada dólar que se adeuda en el periodo de 5 años, se tiene un promedio de \$ 3,60 para cubrir dicha deuda.

Las Razones de Eficiencia y Eficacia:

- × **Índice de Rotación de Activo Total**, nos muestra que por cada dólar invertido se genera un promedio de \$ 0,27 en ventas.
- × **Índice de Rotación de Activos Fijos**, nos muestra que por cada dólar en venta, se genera en un promedio de \$ 0,75 en activos fijos.

Las Razones de Apalancamiento:

- × **Cobertura de los Gastos Financieros**, nos muestra que por cada dólar que se tiene en gastos, se tiene un promedio de recuperación de \$10,34.
- × **Razón de Endeudamiento**, nos muestra que en un promedio de 19% los activos son financiados por los pasivos.

Las Razones de Rentabilidad:

- × **Rendimiento sobre la Inversión**, nos muestra que por cada dólar invertido entre los años 2013-2022, se ha generado un rendimiento promedio del 8%.
- × **Utilidad Activo**, nos indica que entre los años 2013-2022, se ha generado una utilidad promedio del 13%.
- × **Utilidad de Ventas**, nos muestra que por cada dólar en ventas entre los años 2013-2022, se ha obtenido una utilidad promedio del 49%.
- × **Rendimiento sobre el Patrimonio**, indica que por cada dólar invertido entre los años 2013-2022, se genera un rendimiento promedio del 8%, sobre el patrimonio o capital.

Margen bruto o Neto de Utilidad:

- × **Margen de Utilidad Bruta**, indica que se ha tenido unas ganancias promedio de 64% en relación en ventas, deducidos los costos de producción de los bienes vendidos.
- × **Margen Neto de Utilidad**, nos muestra que por cada dólar en ventas, se ha obtenido una utilidad promedio de 29%.

Cuadro N°115

| RAZONES DE LIQUIDEZ | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------------------------------------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|
| INDICE DE SOLVENCIA | ACTIVO CIRCULANTE | 0,63 | 1,22 | 2,18 | 4,11 | 9,87 | | | | | |
| | PASIVO CIRCULANTE | | | | | | | | | | |
| RAZONES DE EFICIENCIA Y EFICACIA | | | | | | | | | | | |
| INDICE DE ROTACION DE ACTIVO TOTAL | VENTAS NETAS | 0,32 | 0,31 | 0,30 | 0,29 | 0,27 | 0,26 | 0,25 | 0,24 | 0,24 | 0,23 |
| | ACTIVOS TOTALES | | | | | | | | | | |
| INDICE DE ROTACION DE ACTIVOS FIJOS | VENTAS NETAS | 0,41 | 0,46 | 0,51 | 0,57 | 0,64 | 0,73 | 0,83 | 0,95 | 1,10 | 1,28 |
| | ACTIVOS FIJOS (BRUTO) | | | | | | | | | | |
| RAZONES DE APALANCAMIENTO | | | | | | | | | | | |
| COBERTURA DE LOS GASTOS FINANCIEROS | UTILIDAD ANTE DE INTERESES | 4,29 | 5,48 | 7,45 | 11,37 | 23,12 | | | | | |
| | GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | | |
| RAZON DE ENDEUDAMIENTO | PASIVO TOTAL | 34% | 26% | 19% | 12% | 6% | | | | | |
| | ACTIVO TOTAL | | | | | | | | | | |
| RAZONES RENTABILIDAD | | | | | | | | | | | |
| RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION | UTILIDAD NETA | 7% | 7% | 7,8% | 8,0% | 8,2% | 8,3% | 8,1% | 7,9% | 7,7% | 7% |
| | ACTIVO TOTAL | | | | | | | | | | |
| UTILIDAD ACTIVO | UT. ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS | 15% | 14% | 14% | 14% | 13% | 13% | 12,6% | 12,3% | 12% | 12% |
| | ACTIVO | | | | | | | | | | |
| UTILIDAD DE VENTAS | UT. ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS | 46% | 47% | 47% | 48% | 49% | 49% | 49,9% | 50% | 51% | 52% |
| | VENTAS | | | | | | | | | | |
| RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO | UTILIDAD NETA | 10% | 9% | 9% | 9% | 8,16% | 8,28% | 8,06% | 7,9% | 7,7% | 7% |
| | CAPITAL | | | | | | | | | | |
| MARGEN BRUTO O NETO DE UTILIDAD | | | | | | | | | | | |
| MARGEN DE UTILIDAD BRUTA | VENTAS - COSTOS DE VENTAS | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% | 64% |
| | VENTAS | | | | | | | | | | |
| MARGEN NETO DE UTILIDAD | UTILIDAD NETA | 22% | 24% | 26% | 28% | 30% | 31% | 32% | 32% | 33% | 33% |
| | VENTAS NETAS | | | | | | | | | | |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la herramienta financiera que permite determinar el momento en que las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores y/o unidades; además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o desciendan por este punto de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.²⁷

Se considera como las ventas que debe generar la empresa para no tener ni pérdida ni ganancia.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:
$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Cuadro N°116

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTOS FIJOS | \$ 102.350,25 | \$ 95.490,36 | \$ 87.936,10 | \$ 79.617,65 | \$ 70.458,13 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 158.620,28 | \$ 166.080,80 | \$ 173.911,58 | \$ 182.131,01 | \$ 190.758,38 |
| INGRESOS | \$ 402.013,31 | \$ 422.113,98 | \$ 443.219,68 | \$ 465.380,66 | \$ 488.649,69 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO (\$) | \$ 169.052,35 | \$ 157.432,00 | \$ 144.722,76 | \$ 130.812,21 | \$ 115.576,87 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

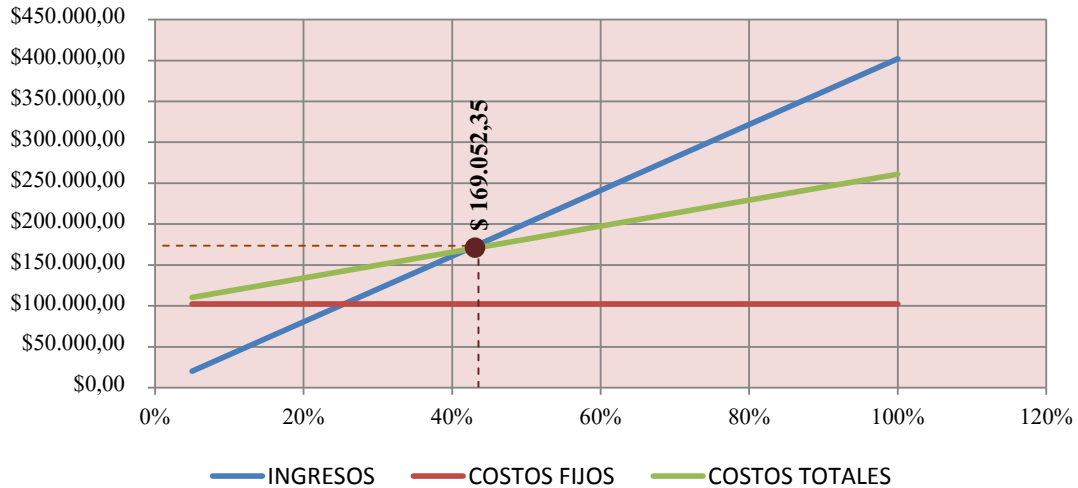
²⁷ FUENTE: COHEN William A., "El Plan de Marketing", 2da Edición, 2001, Ediciones Deusto

Cuadro N°117

| % | INGRESOS | COSTOS FIJOS | COSTOS TOTALES |
|------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| 5% | \$ 20.100,67 | \$ 102.350,25 | \$ 110.281,27 |
| 25% | \$ 100.503,33 | \$ 102.350,25 | \$ 142.005,32 |
| 42% | \$ 169.052,35 | \$ 102.350,25 | \$ 169.052,35 |
| 50% | \$ 201.006,66 | \$ 102.350,25 | \$ 181.660,39 |
| 75% | \$ 301.509,98 | \$ 102.350,25 | \$ 221.315,46 |
| 100% | \$ 402.013,31 | \$ 102.350,25 | \$ 260.970,53 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

PUNTO DE EQUILIBRIO (\$) 2013



El Punto De Equilibrio (\$) representa el 42% de las ventas generadas en el proyecto.

7.4. VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN), constituye la diferencia entre los ingresos y egresos totales que se generarán a lo largo de la vida del proyecto, pero considerando el valor de cada uno con relación al tiempo; es decir, calculando el valor equivalente

de estos en el presente y como si sucedieran al inicio del proyecto. A este proceso se le conoce como descuento de los pagos o ingresos futuros.

Cuadro N°118

| AÑOS | FLUJO NETO | 10% | 12% |
|-------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| 0 | (\$ 1.071.960,12) | (\$ 1.071.960,12) | (\$ 1.071.960,12) |
| 1 | \$ 146.036,62 | \$ 132.760,56 | \$ 130.389,84 |
| 2 | \$ 158.467,90 | \$ 130.965,21 | \$ 126.329,64 |
| 3 | \$ 171.746,49 | \$ 129.035,68 | \$ 122.245,76 |
| 4 | \$ 185.937,25 | \$ 126.997,64 | \$ 118.166,48 |
| 5 | \$ 201.110,50 | \$ 124.873,80 | \$ 114.115,50 |
| 6 | \$ 217.342,56 | \$ 122.684,21 | \$ 110.112,50 |
| 7 | \$ 227.505,36 | \$ 116.746,22 | \$ 102.911,87 |
| 8 | \$ 238.178,69 | \$ 111.112,12 | \$ 96.196,38 |
| 9 | \$ 249.388,20 | \$ 105.764,94 | \$ 89.931,88 |
| 10 | \$ 261.160,81 | \$ 100.688,80 | \$ 84.086,79 |
| | | \$ 129.669,06 | \$ 22.526,53 |

ELABORACION: Mayra Píbaque y Johanna Cedeño

Con una tasa referencial del 10%, se determina que el VAN es \$129.669,06, es decir que el proyecto es rentable, y del 12% un VAN de \$22.526,53, en donde el proyecto a una tasa de interés más alta sigue siendo rentable, aunque disminuya su valor presente.

7.5. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR), es aquella tasa de interés que reduce a cero el valor de un flujo de beneficios netos. En pocas palabras, es la tasa de interés que genera el proyecto, si homologamos al inversión un préstamo bancario, podríamos decir que dicho interés es igual a la tasa a la que renta los recursos financieros

dejados o invertidos en el proyecto. Desde el punto de vista matemático la TIR es la tasa a la cual el VAN del proyecto es igual a cero o la tasa donde los ingresos y los egresos de un proyecto son equivalentes.²⁸

Cuadro N°119

| AÑO | BENEFICIO NETO | 12% | 20% |
|------------|-----------------------|---------------------|------------------------|
| 0 | (\$ 1.071.960,12) | (\$ 1.071.960,12) | (\$ 1.071.960,12) |
| 1 | \$ 146.036,62 | \$ 130.389,84 | \$ 121.697,18 |
| 2 | \$ 158.467,90 | \$ 126.329,64 | \$ 110.047,15 |
| 3 | \$ 171.746,49 | \$ 122.245,76 | \$ 99.390,33 |
| 4 | \$ 185.937,25 | \$ 118.166,48 | \$ 89.668,81 |
| 5 | \$ 201.110,50 | \$ 114.115,50 | \$ 80.821,80 |
| 6 | \$ 217.342,56 | \$ 110.112,50 | \$ 72.787,58 |
| 7 | \$ 227.505,36 | \$ 102.911,87 | \$ 63.492,57 |
| 8 | \$ 238.178,69 | \$ 96.196,38 | \$ 55.392,75 |
| 9 | \$ 249.388,20 | \$ 89.931,88 | \$ 48.333,10 |
| 10 | \$ 261.160,81 | \$ 84.086,79 | \$ 42.178,93 |
| | | \$ 22.526,53 | (\$ 288.149,91) |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

La tasa interna de retorno como se observa en el cuadro N°119 es del 13%, superior a la tasa referencial del 10%, por lo que concluimos que el proyecto es rentable.

7.6. RELACION BENEFICIO-COSTO

Como podemos observar en el cuadro N°120, tenemos un beneficio de \$1,04, es decir que por cada dólar invertido tenemos una ganancia de 4 centavos.

²⁸FUENTE: F. T. Jaime Toro Díaz, "Formulación y Evaluación de Proyectos", 2007.

Cuadro N°120

| AÑO | INGRESOS | (+) DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN | INGRESOS NETOS | EGRESOS | VALOR PRESENTE | |
|-----|---------------|---------------------------------------|-------------------|-----------------|------------------------|------------------------|
| | | | | | INGRESOS | EGRESOS |
| | | | | \$ 1.071.960,12 | | \$ 1.071.960,12 |
| 1 | \$ 402.013,31 | \$ 56.121,85 | \$ 458.135,16 | \$ 312.098,54 | \$ 416.486,51 | \$ 283.725,95 |
| 2 | \$ 422.113,98 | \$ 56.121,85 | \$ 478.235,83 | \$ 319.767,93 | \$ 395.236,22 | \$ 264.271,01 |
| 3 | \$ 443.219,68 | \$ 56.121,85 | \$ 499.341,52 | \$ 327.595,03 | \$ 375.162,68 | \$ 246.127,00 |
| 4 | \$ 465.380,66 | \$ 56.121,85 | \$ 521.502,51 | \$ 335.565,26 | \$ 356.193,23 | \$ 229.195,59 |
| 5 | \$ 488.649,69 | \$ 56.121,85 | \$ 544.771,54 | \$ 343.661,04 | \$ 338.260,27 | \$ 213.386,47 |
| 6 | \$ 513.082,18 | \$ 56.121,85 | \$ 569.204,03 | \$ 351.861,47 | \$ 321.300,83 | \$ 198.616,63 |
| 7 | \$ 538.736,29 | \$ 56.121,85 | \$ 594.858,14 | \$ 367.352,78 | \$ 305.256,28 | \$ 188.510,06 |
| 8 | \$ 565.673,10 | \$ 56.121,85 | \$ 621.794,95 | \$ 383.616,26 | \$ 290.071,93 | \$ 178.959,81 |
| 9 | \$ 593.956,76 | \$ 56.121,85 | \$ 650.078,60 | \$ 400.690,41 | \$ 275.696,79 | \$ 169.931,85 |
| 10 | \$ 623.654,59 | \$ 56.121,85 | \$ 679.776,44 | \$ 418.615,63 | \$ 262.083,25 | \$ 161.394,45 |
| | | | | | \$ 3.335.747,99 | \$ 3.206.078,93 |

| | | |
|---------------------------|--|----------------|
| BENEFICIO/COSTOS = | | \$ 1,04 |
| PRIMA = | | \$ 0,04 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

7.7. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se tiene que el valor de la inversión se recupera entre 6 a 7 años, es decir, a largo plazo, y se obtiene un valor de recuperación de \$ 779.226.82 adicional al valor que se ha invertido, por lo tanto el total de la devolución de la inversión es de \$1.851.186,94.

Cuadro N°121

| AÑO | SALDO DE LA INVERSIÓN | FLUJO NETO | RENTABILIDAD EXIGIDA | DEVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN |
|------------|------------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 0 | \$ 1.071.960,12 | | | |
| 1 | \$ 940.527,17 | \$ 146.036,62 | \$ 14.603,66 | \$ 131.432,96 |
| 2 | \$ 797.906,06 | \$ 158.467,90 | \$ 15.846,79 | \$ 142.621,11 |
| 3 | \$ 643.334,21 | \$ 171.746,49 | \$ 17.174,65 | \$ 154.571,84 |
| 4 | \$ 475.990,69 | \$ 185.937,25 | \$ 18.593,73 | \$ 167.343,53 |
| 5 | \$ 294.991,24 | \$ 201.110,50 | \$ 20.111,05 | \$ 180.999,45 |
| 6 | \$ 99.382,94 | \$ 217.342,56 | \$ 21.734,26 | \$ 195.608,30 |
| 7 | (\$ 105.371,89) | \$ 227.505,36 | \$ 22.750,54 | \$ 204.754,82 |
| 8 | (\$ 319.732,71) | \$ 238.178,69 | \$ 23.817,87 | \$ 214.360,82 |
| 9 | (\$ 544.182,09) | \$ 249.388,20 | \$ 24.938,82 | \$ 224.449,38 |
| 10 | (\$ 779.226,82) | \$ 261.160,81 | \$ 26.116,08 | \$ 235.044,73 |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

7.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El proyecto al presentar variaciones en la TIR y en el VAN pueden tener afectaciones tanto negativas como positivas, mediante el análisis de sensibilidad se identificó los posibles sucesos que pueden ocurrir una vez que se haya puesto en marcha el proyecto:

Escenario pesimista

El VAN y la TIR se expone a cambios negativos como la entrada de competidores más eficientes que generaría la disminución de unidades vendidas, la reducción

de precios y el deterioro de los términos de intercambio que generaría disminución de unidades vendidas, aumento en la inflación, aumento de costos de producción.

**Cuadro N°122
ESCENENARIO PESIMISTA**

| VARIACION EN EL PROYECTO | | | SITUACIÓN FUTURA | | ACEPTABLE |
|--------------------------|-------------|----|------------------|-----|-----------|
| DESCRIPCIÓN | ALTERACIÓN | % | VAN | TIR | |
| Volumen en ventas | Disminución | 15 | (\$ 154.131,25) | 1% | NO |
| Precios de los servicios | | 10 | (\$ 15.975,11) | 9% | NO |
| Costos de Producción | Aumento | 10 | \$ 62.909,03 | 11% | SI |
| | | | SITUACIÓN ACTUAL | | |
| | | | VAN | TIR | SI |
| | | | \$ 131.873,90 | 13% | |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

El proyecto se ve mayormente afectado por la disminución de los precios de los servicios y la disminución de los ingresos. Ya sea por cualquier variable de las anteriormente mencionadas.

Escenario optimista

Para exponer este escenario los cambios positivos se puedan dar por el crecimiento sostenido con entrada de capitales y reducción de riesgo país generaría: aumento de unidades vendidas, aumento de precios, reducción de costos variables (mayor productividad).

Cuadro N°123
ESCENERARIO OPTIMISTA

| VARIACION EN EL PROYECTO | | | SITUACIÓN FUTURA | | ACEPTABLE |
|--------------------------|-------------|----|------------------|-----|-----------|
| DESCRIPCIÓN | ALTERACIÓN | % | VAN | TIR | |
| Volumen en ventas | Aumento | 15 | \$ 417.879,05 | 18% | SI |
| Precios de los servicios | Aumento | 5 | \$ 205.798,41 | 14% | SI |
| Costos Variables | Disminución | 10 | \$ 200.838,78 | 14% | SI |
| | | | SITUACIÓN ACTUAL | | |
| | | | VAN | TIR | |
| | | | \$ 131.873,90 | 13% | SI |

ELABORACION: Mayra Pibaque y Johanna Cedeño

Este análisis ha permitido detectar las variables que afectan tanto de forma negativa como positiva al proyecto, que mediante una disminución de los costos, o un aumento de la demanda por las diferentes influencias como el incremento del turista tanto nacional como extranjero, esto origina el mejor escenario ya que generaría mayor rentabilidad para el proyecto.

CAPÍTULO VIII.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

- * El estado ecuatoriano en los últimos años ha fomentado y respaldado el desarrollo del turismo rural en cada uno de las comunidades de nuestro país, es así que hoy en día se ha reconocido al turismo rural como una modalidad más de turismo, respaldándolo con un reglamento para la regulación de esta actividad por parte del Ministerio de Turismo.
- * Las estadísticas presentadas en el Capítulo I, demuestran que el turismo es fuente de ingreso, tanto nacional como extranjera.
- * El Recinto San Carlos del Cantón Jipijapa, por encontrarse en el medio rural presenta un escenario óptimo para el desarrollo del turismo rural. Además, cuenta con grandes atractivos turísticos que no han sido debidamente explotados o promocionados, pero no cuenta con la suficiente infraestructura, dado que los proyectos para el mejoramiento de las zonas rurales se establece a largo plazo.
- * En el estudio de mercado mediante una investigación de campo y encuestas, se permitió conocer la aceptación del proyecto y la cantidad de demanda insatisfecha que existe para el proyecto.
- * Mediante el estudio técnico se determinó la capacidad instalada del proyecto, las dimensiones que tendrán las áreas recreativas, los

implementos para el desarrollo de las actividades del centro de servicios turísticos, el presupuesto de construcción y el diseño arquitectónico.

- * De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio ambiental se puede concluir que el impacto que tendrá la zona de llevarse a cabo el proyecto es mínimo.
- * A través del estudio administrativo-legal, se determinaron las funciones, responsabilidades del personal a contratarse, los sueldos y salarios y los requisitos para el registro y constitución del centro recreacional.
- * Para la implementación y ejecución del proyecto se requiere de una inversión de \$ 1.071.960,12, de los cuales el 97% son inversiones fijas.
- * Mediante el estudio y evaluaciones financieras, se determinó que se tiene un retorno de la inversión del 13%, que su valor actual neto es de \$ 129.669,06, el periodo de recuperación de la inversión es en 6 a 7 años, y la relación beneficio/costo es de \$1,04 lo que significa que por cada dólar invertido se ganará una pérdida de 4 centavos, con los puntos anteriormente descritos se demuestra que el proyecto es rentable.
- * Por último mediante el análisis de sensibilidad se identifica que el proyecto es muy sensible a las variaciones que puedan darse en el incremento o disminución de los ingresos y de los precios.

8.2. RECOMENDACIONES

Expuestas las conclusiones del estudio de factibilidad de la creación de un centro recreacional en el Recinto San Carlos del Cantón Jipijapa se recomienda lo siguiente:

- * Realizar con constancia campañas de publicidad, trabajar en difusión y publicidad del centro recreacional, no solo en los sectores del Cantón Jipijapa, sino ampliar el rango de cobertura hacia todos los cantones y provincias del país.
- * Gestionar a través del Municipio del Cantón y por intermedio del departamento de Turismo que se difunda de manera abierta sobre los sitios turísticos de las comunidades y sus alrededores.
- * Promover el desarrollo a corto plazo de la infraestructura de las zonas rurales del Cantón Jipijapa.

ANEXOS

ANEXO N°1

Cuadro N° 32
INGRESOS POR TURISMO Y POR EXPORTACIONES SEGÚN PRODUCTO PRINCIPAL^{1/}
AÑOS: 2006 - 2010
 Millones de dólares

| AÑOS | TURISMO ^{1/} | PETRÓLEO | BANANO Y PLÁTANO 2/ | CAMARÓN | DERIVADOS DE PETRÓLEO 3/ | OTROS ELABORADOS PRODUCTOS DE MAR | MANUFACTURAS DE METALES 4/ | FLORES NATURALES | TOTAL (Productos Primarios e Industrializados) |
|-----------|-----------------------|----------|---------------------|---------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------|------------------|--|
| 2006 | 492 | 6.934 | 1.213 | 588 | 611 | 575 | 593 | 436 | 12.728 |
| Ubicación | 7 | 1 | 2 | 5 | 3 | 6 | 4 | 8 | |
| 2007 | 626 | 7.428 | 1.303 | 613 | 900 | 686 | 686 | 469 | 14.321 |
| Ubicación | 6 | 1 | 2 | 7 | 3 | 5 | 4 | 8 | |
| 2008 | 745 | 10.568 | 1.641 | 713 | 1.153 | 927 | 749 | 558 | 18.818 |
| Ubicación | 6 | 1 | 2 | 7 | 3 | 4 | 5 | 8 | |
| 2009 | 674 | 6.284 | 1.996 | 664 | 681 | 650 | 533 | 547 | 13.863 |
| Ubicación | 4 | 1 | 2 | 5 | 3 | 6 | 7 | 8 | |
| 2010 | 787 | 8.952 | 2.033 | 850 | 721 | 623 | 708 | 608 | 17.490 |
| Ubicación | 4 | 1 | 2 | 3 | 5 | 7 | 6 | 8 | |

Nota: - Ubicación hace referencia al puesto que ocupa en función del ingreso de dólares.

1) Las cifras hasta el año 2006 son definitivas, desde 2009 son provisionales; su reposo se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

2) Se basan en las cifras de la Empresa Miniflora y Banco Central del Ecuador.

3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

4) Incluye exportaciones de vehículos.

Fuente: Información Estadística Mensual / Mayo 2011 - Banco Central del Ecuador.

* Turismo: Tomado de la Balanza de Servicios y Renta - Cta. Viaje más transporte de pasajeros.

ANEXO N°2

| PERSONAL OCUPADO, REMUNERADO Y NO REMUNERADO POR ESTRATO DE SEXO, SEGÚN CANTONES Y CLASIFICACIÓN CIIU 4 D DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL, 2009 | PERSONAL OCUPADO | | | REMUNERADO | | | | | NO REMUNERADO | | |
|---|------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL | MUESTRA | % | HOMBRES | MUJERES | TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
| Jipijapa | 5.874 | 3.296 | 2.578 | 2.826 | 725 | 48% | 1.629 | 1.197 | 3.048 | 1.667 | 1.381 |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 3 | 3 | . | 1 | 1 | 33% | 1 | . | 2 | 2 | . |
| Industrias manufactureras | 258 | 182 | 76 | 50 | 38 | 19% | 34 | 16 | 208 | 148 | 60 |
| Construcción | 12 | 12 | . | 11 | 10 | 92% | 11 | . | 1 | 1 | . |
| Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas | 2.086 | 1.213 | 873 | 306 | 101 | 15% | 196 | 110 | 1.780 | 1.017 | 763 |
| Transporte y almacenamiento | 43 | 32 | 11 | 19 | 17 | 44% | 13 | 6 | 24 | 19 | 5 |
| Actividades de alojamiento y de servicio de comidas | 394 | 154 | 240 | 83 | 54 | 21% | 33 | 50 | 311 | 121 | 190 |
| Información y comunicación | 115 | 57 | 58 | 58 | 42 | 50% | 34 | 24 | 57 | 23 | 34 |
| Actividades financieras y de seguros | 35 | 18 | 17 | 32 | 27 | 91% | 17 | 15 | 3 | 1 | 2 |
| Actividades inmobiliarias | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 50% | . | 1 | 1 | 1 | . |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas | 33 | 16 | 17 | 8 | 8 | 24% | 1 | 7 | 25 | 15 | 10 |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo | 57 | 37 | 20 | 28 | 24 | 49% | 21 | 7 | 29 | 16 | 13 |
| Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria | 857 | 644 | 213 | 855 | 128 | 100% | 643 | 212 | 2 | 1 | 1 |
| Enseñanza | 1.119 | 486 | 633 | 1.096 | 132 | 98% | 481 | 615 | 23 | 5 | 18 |
| Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social | 389 | 136 | 253 | 209 | 88 | 54% | 94 | 115 | 180 | 42 | 138 |
| Artes, entretenimiento y recreación | 100 | 70 | 30 | 34 | 28 | 34% | 24 | 10 | 66 | 46 | 20 |
| Otras actividades de servicios | 371 | 235 | 136 | 35 | 29 | 9% | 26 | 9 | 336 | 209 | 127 |

ANEXO N°3

ENCUESTAS A POBLADORES DEL CANTÓN JIPIJAPA

NOMBRE DEL
ENCUESTADOR:

FECHA:

ZONA/LUGAR:

N° DE ENCUESTA:



Sr (a), (ta), somos estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y estamos realizando una investigación de mercado con el propósito de determinar la factibilidad de crear un Centro Turístico en el recinto San Carlos perteneciente a la cabecera cantonal de Jipijapa, es por ello que le pedimos llenar esta información de forma sincera y responsable.

INFORMACIÓN GENERAL

EDAD:

AÑOS

GÉNERO:

MASCULINO

FEMENINO

TRABAJA

SI

NO

1. ¿CREE UD QUE EL CANTON ES UN LUGAR TURÍSTICO?

SI

NO

2. ¿CREE UD QUE EXISTE PROMOCIÓN TURÍSTICA?

SI

NO

3. ¿REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

SI

NO

4. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA ACTIVIDAD RECREACIONALES EN EL CANTÓN JIPIJAPA?

1-2 Días

2-3 Días

5 Ò Mas

5. ¿QUÉ TIPO DE LUGARES ASISTE CUANDO REALIZA ACTIVIDADES TURISTICAS EN EL CANTÓN JIPIJAPA?

Visita Playas

Centros Recreativos Rurales

Centros Culturales

Centros Recreativos Urbanos

Otros, Especifique

6. ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS ESCOGE AL REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS?

Hospedaje

Alimentación

7. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA ENCONTRAR DESTINOS TURÍSTICOS?

Radio

Televisión

Familiares Y Amigos

Internet

Prensa Escrita

Revistas

Guías Turísticas

8. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE VIAJAR?

Solo

Amigos

Familia

9. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFERE VIAJAR?

Lun-Mart-Mier

Jueves-Viernes

Sab-Dom

10. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA RECREACION EN SUS VIAJES?

50-100

100-150

150-200

200-250

11. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIJIJAPA?

SI

NO

12. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIJIJAPA?

SI

NO

13. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

Hospedaje

Paseo Caballo

Animales

Juegos Infantiles

Piscinas

Cancha Futbol

Hamacas

Restaurante

C. Básquet

Bar

Tenis

Otro, Especifique

14. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

- Comida Típica
- Platos a la Carta
- Menú

15. EN EL AÑO ¿CUALES SON LOS MESES EN QUE REALIZA ACTIVIDADES RECREACIONALES?

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Septiembre |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Diciembre |

16. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO RECREACIONAL?

- \$3 - \$7
- \$8 - \$12
- \$13 - \$20
- \$20 - \$24
- \$24 ó más

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N°4

ENCUESTAS A LA PEA

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: _____

FECHA: _____

ZONA/LUGAR: _____

N° DE ENCUESTA:



Sr (a), (ta), somos estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y estamos realizando una investigación de mercado con el propósito de determinar la factibilidad de crear un Centro Turístico en el recinto San Carlos perteneciente a la cabecera cantonal de Jipijapa, es por ello que le pedimos llenar esta información de forma sincera y responsable.

INFORMACIÓN GENERAL

EDAD: AÑOS

GÉNERO: MASCULINO FEMENINO

1. ¿REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN?

SI

NO

2. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA ACTIVIDADES RECREACIONALES EN EL CANTÓN JIPIJAPA?

1-2 Días

2-3 Días

5 ò Mas

3. ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD RECREACIONAL REALIZA EN EL CANTÓN JIPIJAPA?

Visita Playas

Centros Recreativos Rurales

Centros Culturales

Centros Recreativos Urbanos

Otros, Especifique _____

4. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE REALIZAR SUS ACTIVIDADES RECREACIONALES?

Solo

Amigos

Familia

5. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFIERE REALIZAR ACTIVIDAD RECREACIONALES?

Lun-Mart-Mier

Jueves-Viernes

Sab-Dom

6. ¿CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESOS?

100-200

400-500

300-400

500 o Más

7. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA SUS ACTIVIDADES RECREATIVAS?

50-100

150-200

100-150

200-250

8. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTÓN JIPIJAPA?

SI

NO

9. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTÓN JIPIJAPA?

SI

NO

10. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hospedaje | <input type="checkbox"/> Piscinas | <input type="checkbox"/> C. Básquet |
| <input type="checkbox"/> Paseo Caballo | <input type="checkbox"/> Cancha Futbol | <input type="checkbox"/> Bar |
| <input type="checkbox"/> Animales | <input type="checkbox"/> Hamacas | <input type="checkbox"/> Tenis |
| <input type="checkbox"/> Juegos Infantiles. | <input type="checkbox"/> Restaurante | |
- Otro, Especifique _____

11. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> Comida Típica |
| <input type="checkbox"/> Platos a la Carta |
| <input type="checkbox"/> Menú |

12. EN EL AÑO ¿CUALES SON LOS MESES EN QUE REALIZA ACTIVIDADES RECREACIONALES?

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Septiembre |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Diciembre |

13. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE ESCOGIO EN EL LITERAL 10?

- | |
|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> \$3 - \$7 |
| <input type="checkbox"/> \$8 - \$12 |
| <input type="checkbox"/> \$13 - \$20 |
| <input type="checkbox"/> \$20 - \$24 |
| <input type="checkbox"/> \$24 ó más |

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N°5

ENCUESTAS A TURISTAS

| | | | |
|-------------|-------|---|---|
| NOMBRE DEL | <hr/> | | |
| FECHA: | <hr/> | N° DE ENCUESTA: | <input style="width: 30px;" type="text"/> |
| ZONA/LUGAR: | <hr/> |  | |

Sr (a), (ta), somos estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y estamos realizando una investigación de mercado con el propósito de determinar la factibilidad de crear un Centro Turístico en el recinto San Carlos perteneciente a la cabecera cantonal de Jipijapa, es por ello que le pedimos llenar esta información de forma sincera y responsable.

INFORMACIÓN GENERAL

| | | | | | |
|--------------|----------------------|-------------|----------------------|------------|--|
| EDAD: | <input type="text"/> | AÑOS | | | |
| GÉNERO: | <input type="text"/> | MASCULINO | <input type="text"/> | FEMENINO | |
| NACIONALIDAD | <input type="text"/> | ECUATORIANA | <input type="text"/> | EXTRANJERA | |
| TRABAJA | <input type="text"/> | SI | <input type="text"/> | NO | |

1. GENERALMENTE ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SUS VIAJES AL CANTON JIPIJAPA?

| | | |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Distracción | <input type="checkbox"/> Negocios | <input type="checkbox"/> Estudios |
| <input type="checkbox"/> Visita Familiares/Amigos | | |
| Otro, Especifique _____ | | |

2. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA ENCONTRAR DESTINOS TURÍSTICOS?

| | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Revistas |
| <input type="checkbox"/> Televisión | <input type="checkbox"/> Prensa Escrita | <input type="checkbox"/> Guías Turísticas |
| <input type="checkbox"/> Familiares Y Amigos | | |

3. ¿CON QUIEN USUALMENTE SUELE VIAJAR?

| | | |
|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Solo | <input type="checkbox"/> Amigos | <input type="checkbox"/> Familia |
|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|

4. ¿QUÉ TIPO DE LUGARES ASISTE CUANDO REALIZA ACTIVIDADES TURISTICAS?

| | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Visita Playas | <input type="checkbox"/> Centros Recreativos Rurales | |
| <input type="checkbox"/> Centros Culturales | <input type="checkbox"/> Centros Recreativos Urbanos | |
| Otros, Especifique _____ | | |

5. ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS ESCOGE AL REALIZAR ACTIVIDADES TURISTICAS?

| | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hospedaje | <input type="checkbox"/> Alimentación |
|------------------------------------|---------------------------------------|

6. ¿CUAL ES SU TIEMPO PROMEDIO EN QUE REALIZA ACTIVIDAD TURISTICA?

| | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-2 Días | <input type="checkbox"/> 2-3 Días | <input type="checkbox"/> 5 ò Mas |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|

7. UD PREFERE VIAJAR A TRAVES DE:

| | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agencia De Viajes | <input type="checkbox"/> Independiente |
|--|--|

8. ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA UD PREFERE VIAJAR?

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Lun-Mart-Mier | <input type="checkbox"/> Jueves-Viernes | <input type="checkbox"/> Sab-Dom |
|--|---|----------------------------------|

9. ¿CUÁL ES EL GASTO QUE UD. CONSIDERA PARA RECREACION EN SUS VIAJES?

 50-100
 100-150 150-200
 200-250

10. ¿CONOCE UD AL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

 SI NO

11. ¿ESTARIA DE ACUERDO CON LA CREACION DE UN CENTRO RECREACIONAL EN EL RECINTO SAN CARLOS DEL CANTON JIPIJAPA?

 SI NO

12. ¿CON QUE TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE EL PROYECTOS?

| | | |
|--|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hospedaje | <input type="checkbox"/> Piscinas | <input type="checkbox"/> C. Básquet |
| <input type="checkbox"/> Paseo Caballo | <input type="checkbox"/> Cancha Futbol | <input type="checkbox"/> Bar |
| <input type="checkbox"/> Animales | <input type="checkbox"/> Hamacas | <input type="checkbox"/> Tenis |
| <input type="checkbox"/> Juegos Infantiles | <input type="checkbox"/> Restaurante | |

Otro, Especifique _____

13. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFERTARA EN EL CENTRO RECREACIONAL?

 Comida Típica
 Platos a la Carta
 Menú

14. EN EL AÑO ¿CUALES SON LOS MESES EN QUE FRECUENTARIA EL CENTRO

| | | |
|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Septiembre |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Diciembre |

15. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO RECREACIONAL?

 \$3 - \$7
 \$8 - \$12
 \$13 - \$20
 \$20 - \$24
 \$24 ó más

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N°6

Tumbaco Moran Nieve Magaly
COMERCIAL TUMBACO
 R.U.C. 1304941709001
 Dir.: Sucre s/n y 9 de Octubre
 Telf.: 052600483
 JIPIJAPA - ECUADOR

| PROFORMA | | | |
|----------|-----|-----|--|
| 0000073 | | | |
| DIA | MES | AÑO | |
| | | | |

Cliente: _____
 R.U.C./C.I. _____ Telf.: _____
 Dirección: _____

| CANT. | DESCRIPCION | PUNIT. | VALOR |
|------------|----------------------------|-----------------|-------|
| | Ormadores | 0,25 | |
| | Almohadas | 5,00 | |
| | Placeros | 1,50 | |
| | Peniceros | 1,00 | |
| | Juego de Cortina X 2 pines | 20,00 | |
| | Cuchos | 20,00 | |
| | Flores Vidrios | 10,00 | |
| | lamparas | 10,00 | |
| | Relojes | 8,00 | |
| | Banceros de baño | 5,00 | |
| | Cortinas de baño | 7,00 | |
| | Batidora | 25,00 | |
| | Sandwichera 2 pines | 30,00 | |
| SON: _____ | | SUBTOTAL | |
| | | I.V.A. 0% | |
| | | I.V.A. 12% | |
| | | TOTAL \$ | |

ELABORADO POR _____ RECIBE CONFORME _____

Tumbaco Moran Nieve Magaly
COMERCIAL TUMBACO
 R.U.C. 1304941709001
 Dir.: Sucre s/n y 9 de Octubre
 Telf.: 052600483
 JIPIJAPA - ECUADOR

| PROFORMA | | | |
|----------|-----|-----|--|
| 0000075 | | | |
| DIA | MES | AÑO | |
| | | | |

Cliente: _____
 R.U.C./C.I. _____ Telf.: _____
 Dirección: _____

| CANT. | DESCRIPCION | PUNIT. | VALOR |
|------------|--------------------------|-----------------|-------|
| | Cuchos | 25,00 | |
| | Reloj de pared | 6,00 | |
| | Servilletas | 1,50 | |
| | Papel | 20,00 | |
| | Plancha | 30,00 | |
| | Despachador | 1,99 | |
| | Cucharones | 10,99 | |
| | Juego de baidexas | 11,50 | |
| | Juego de cubiertos | 12,50 | |
| | Juego de molde de pastel | 10,00 | |
| | Juego pequeño | 2,99 | |
| | Juego de cuchillos | 3,59 | |
| | Juego de 9 paños | 2,50 | |
| SON: _____ | | SUBTOTAL | |
| | | I.V.A. 0% | |
| | | I.V.A. 12% | |
| | | TOTAL \$ | |

ELABORADO POR _____ RECIBE CONFORME _____

Tumbaco Moran Nieve Magaly
COMERCIAL TUMBACO
 R.U.C. 1304941709001
 Dir.: Sucre s/n y 9 de Octubre
 Telf.: 052600483
 JIPIJAPA - ECUADOR

| PROFORMA | | | |
|----------|-----|-----|--|
| 0000074 | | | |
| DIA | MES | AÑO | |
| | | | |

Cliente: _____
 R.U.C./C.I. _____ Telf.: _____
 Dirección: _____

| CANT. | DESCRIPCION | PUNIT. | VALOR |
|------------|-----------------------|-----------------|-------|
| | Banceros de Cristal | 3,00 | 3 |
| | Ensaladera de Cristal | 6,00 | |
| | Juego de Anclados | 6,00 | |
| | Plato base | 1,25 | |
| | Plato botas | 0,80 | |
| | Plato Soper | 1,00 | |
| | Juego de vasos | 6,00 | |
| | Botellas | 4,00 | |
| | Balbo grande | 2,00 | |
| | Balbo mediano | 1,50 | |
| | Cuchara | 3,00 | |
| | Embudo | 1,25 | |
| | Juego de Cortaje | 3,00 | |
| SON: _____ | | SUBTOTAL | |
| | | I.V.A. 0% | |
| | | I.V.A. 12% | |
| | | TOTAL \$ | |

ELABORADO POR _____ RECIBE CONFORME _____

ANEXO N°7

ELECTROHOGAR MORAN PARRALES

RUC: 1304894403001

Direccion: Bolivar E/Ricaurte y V.M.Rendón Telefono: 05 2600 937

Jipijapa Manabi

PROFORMA

CLIENT PIBAQUE PINARGOTE MAYRA PAMELA

RUC / C 131210396-1

DIRECC CIUADAELA LOS CEIBOS

FECHA: JIPIJAPA, 11 DE ENERO DE 2013

| CANT. | DESCRIPCION | MARCA | MODELO | V. TOTAL |
|-------|----------------------------|-----------------|--------------|-------------|
| 1 | REFRIGERADORA COMERCIAL | INDURAMA | RI530 | \$ 844.99 |
| 1 | MINI BAR 4"9 PIES | DAEWOO | FR146B1RNB | \$ 279.99 |
| 1 | CONGELADOR | WHIRPOOL | XEH15CDXGW | \$ 975.00 |
| 1 | COCINA INDUSTRIAL | | | \$ 300.00 |
| 1 | MICROONDA | INDURAMA | MWI28SP22 | \$ 169.00 |
| 1 | LED 24" | DAEWOO | DEA24RIF | \$ 499.99 |
| 1 | MINI COMPONENTE | SONY | MHCE-X660 | \$ 250.99 |
| 1 | DVD | L.G. | DP827 | \$ 59.00 |
| 1 | LAPTO TABLE TOUCH | XTRATECH | TABLET II | \$ 699.99 |
| 1 | IMPRESORA | CANON | MP 250 | \$ 79.90 |
| 1 | PROYECTOR | L.G. | BX275 | \$ 999.99 |
| 1 | CAJA AMPLIFICADA | AMERICAN XTREME | AXSPA1507UBI | \$ 299.99 |
| 1 | FAX | PANASONIC | KX-FT931LAB | \$ 169.00 |
| 1 | TELEFONO INALAMBRICO | PANASONIC | KXTG1311LAH | \$ 40.00 |
| 1 | TELEFONO ANALAMBRICO | PANASONIC | KXT5S20 | \$ 18.00 |
| 1 | CAMA METALICA | | 1 1/2 PLAZA | \$ 92.50 |
| 1 | CAMA METALICA | | 2 PLAZA | \$ 99.00 |
| 1 | COLCHON CHAIDE TRADICIONAL | IMPERIAL | 1 1/2 PLAZA | \$ 133.00 |
| 1 | COLCHON CHAIDE TRADICIONAL | IMPERIAL | 2 PLAZA | \$ 167.00 |
| 1 | SOFA PATA METAL | | | \$ 345.00 |
| 1 | BATIDORA | OSTER | 2520 | \$ 61.50 |
| 1 | EXTRACTOR DE JUGO | OSTER | 3157-012 | \$ 63.01 |
| 1 | LICUADORA | OSTER | 4655 | \$ 94.99 |
| 1 | SANDUCHERA | OSTER | 3882-12 | \$ 87.80 |
| 1 | CAFETERA | OSTER | 3291 | \$ 33.00 |
| 1 | HORNO TOSTADOR | OSTER | | \$ 89.00 |
| 1 | OLLA DE PRESION | OSTER | 4793 | \$ 69.00 |
| 1 | CILINDRO DE GAS | | | \$ 65.00 |
| | | | | |
| | | | | |
| | SUBTOTAL | | | \$ 6,326.46 |
| | I.V.A 12% | | | \$ 759.18 |
| | TOTAL | | | \$ 7,085.64 |

ATENTAMENTE,

ELECTROHOGAR
"MORAN PARRALES"
RUC: 1304894403001

Sra. CPA. HAYDEE M. PARRALES GUTIERREZ
PROPIETARIA

ANEXO N°8

LIBRERÍA PAPELERIA Y BAZAR GENESIS

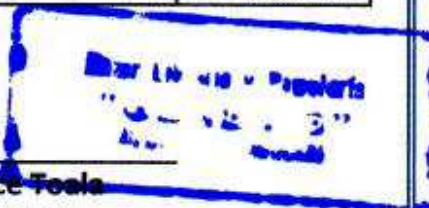
Propietario: Darwin Pionce Toala
RUC: 1307758449001
Dirección: Bolivar entre Colon Y Montalvo
Teléfono: 2603-187

| DETALLE | P. UNIT. | CANT. | TOTAL |
|-----------------|----------|-------|------------------|
| Sellos | \$ 11,50 | 2 | \$ 23,00 |
| Pendrives | \$ 8,50 | 2 | \$ 17,00 |
| Archivadores | \$ 2,95 | 10 | \$ 29,50 |
| Adhesivos | \$ 0,75 | 6 | \$ 4,50 |
| Perforadoras | \$ 6,50 | 6 | \$ 39,00 |
| Grapadoras | \$ 4,95 | 6 | \$ 29,70 |
| Saca Grapa | \$ 0,75 | 6 | \$ 4,50 |
| Goma | \$ 10,00 | 3 | \$ 30,00 |
| Tijera | \$ 2,75 | 5 | \$ 13,75 |
| Lápices | \$ 3,50 | 5 | \$ 17,50 |
| Cuadernos | \$ 1,35 | 10 | \$ 13,50 |
| Caja de Clips | \$ 0,45 | 7 | \$ 3,15 |
| Resma de pape | \$ 4,00 | 10 | \$ 40,00 |
| Esferográficos | \$ 0,30 | 10 | \$ 3,00 |
| Marcadores | \$ 0,50 | 5 | \$ 2,50 |
| Borradores | \$ 0,25 | 5 | \$ 1,25 |
| Tinta de impres | \$ 15,50 | 6 | \$ 93,00 |
| TOTAL | | | \$ 364,85 |



Sr. Darwin Pionce Toala

RUC: 1307758449001



ANEXO N°9

| PRESUPUESTO REFERENCIAL | | | | | |
|--|--|------|----------|----------|-------------------|
| PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES EN EL RECINTO SAN CARLOS DE LA PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA. | | | | | |
| FECHA: AGOSTO DE 2012 | | | | | |
| REALIZADO POR: | | | | | |
| PEDIDO POR: | | | | | |
| UBICACIÓN: RECINTO SAN CARLOS PARROQUIA Y CANTON JIPIJAPA | | | | | |
| ITEM | RUBRO | U | CANTIDAD | C. UNIT | C. TOTAL |
| LOTE DE TERRENO | | | | | |
| 1 | LOTE DE TERRENO | Ha | 3,50 | 3500,00 | 12250,00 |
| ACABADOS Y EDIFICACION | | | | | |
| 2 | REPLANTEO Y NIVELACION | M2 | 13836,80 | 0,75 | 10377,60 |
| 3 | EXCAVACION Y DESALOJO A MAQUINA | M3 | 5520,00 | 4,19 | 23128,80 |
| 4 | RELLENO DE LASTRE HIDROCOMPACTADO | M3 | 8302,08 | 10,20 | 84681,22 |
| 5 | ADOQUINADO | M2 | 11199,24 | 17,50 | 195986,70 |
| 6 | AREAS VERDES | M2 | 14983,00 | 18,00 | 239728,00 |
| 7 | AREAS DE JARDINERAS | M2 | 293,00 | 18,50 | 5420,50 |
| SUB-TOTAL | | | | | 571.572,82 |
| CABALLERIZAS | | | | | |
| 8.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210 \text{ Kg/cm}^2$ EN CIMNETACION | M3 | 17,04 | 235,00 | 4004,40 |
| 8.2 | COLUMNAS | U | 20,00 | 225,00 | 4500,00 |
| 8.3 | PISO DE DE H. SIMPLE | M2 | 27,60 | 220,00 | 6072,00 |
| 8.4 | MAMPOSTERIA MADERA | GLOB | 1,00 | 16500,00 | 16500,00 |
| 8.5 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 2,00 | 1,80 | 3,60 |
| 8.6 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 2200,00 | 2200,00 |
| 8.7 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 331,21 | 42,00 | 13910,82 |
| 8.8 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 450,00 | 450,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 47.640,82 |
| CABAÑA DE TIPO1 DOBLE | | | | | |
| 9.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210 \text{ Kg/cm}^2$ EN CIMNETACION | M3 | 12,18 | 220,00 | 2679,60 |
| 9.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 18,00 | 50,00 | 900,00 |
| 9.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 122,35 | 65,00 | 7952,75 |
| 9.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura de madera y paredes doble) | M2 | 399,02 | 28,00 | 11172,67 |
| 9.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 520,00 | 520,00 |
| 9.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 798,05 | 1,80 | 1436,49 |
| 9.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 960,00 | 960,00 |
| 9.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 170,58 | 28,95 | 4938,29 |
| 9.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 31.159,80 |
| CANTIDAD | | | | | 4,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 124.639,20 |
| CABAÑA DE TIPO1 SENCILLA | | | | | |
| 10.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210 \text{ Kg/cm}^2$ EN CIMNETACION | M3 | 7,61 | 220,00 | 1674,20 |
| 10.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 14,00 | 50,00 | 700,00 |
| 10.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 71,94 | 65,00 | 4676,10 |
| 10.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura de madera y paredes doble) | M2 | 300,00 | 28,00 | 8400,00 |
| 10.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 10.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 600,00 | 1,80 | 1080,00 |
| 10.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 10.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 121,06 | 28,95 | 3504,69 |
| 10.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 21.914,99 |
| CANTIDAD | | | | | 3,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 65.744,96 |
| CABAÑA DE ADMINISTRACION | | | | | |
| 11.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210 \text{ Kg/cm}^2$ EN CIMNETACION | M3 | 4,50 | 220,00 | 990,00 |
| 11.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 14,00 | 50,00 | 700,00 |
| 11.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 62,91 | 65,00 | 4089,15 |
| 11.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura de madera y paredes doble) | M2 | 280,00 | 28,00 | 7840,00 |
| 11.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 11.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 560,00 | 1,80 | 1008,00 |
| 11.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 11.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 93,81 | 28,95 | 2715,80 |
| 11.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 600,00 | 600,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 19.222,95 |
| RESTAURANTE- BAR | | | | | |
| 12.1 | HORMIGON SIMPLE $f_c=210 \text{ Kg/cm}^2$ EN CIMNETACION | M3 | 8,10 | 220,00 | 1782,00 |
| 12.2 | COLUMNAS DE MADERA | U | 12,00 | 50,00 | 600,00 |
| 12.3 | PISO DE MADERA (TIPO ENTABLADO) | M2 | 105,68 | 65,00 | 6869,20 |
| 12.4 | MAMPOSTERIA MADERA (Estructura de madera y paredes doble) | M2 | 145,60 | 28,00 | 4076,80 |
| 12.5 | ACONDICIONAMIENTO DE BAÑOS | GLOB | 1,00 | 480,00 | 480,00 |
| 12.6 | PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR | M2 | 291,20 | 1,80 | 524,16 |
| 12.7 | PUERTAS | GLOB | 1,00 | 800,00 | 800,00 |
| 12.8 | ESTRUCTURA Y CUBIERTA | M2 | 116,00 | 28,95 | 3358,20 |
| 12.9 | SISTEMA ELECTRICO | GLOB | 1,00 | 500,00 | 500,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 18.990,38 |
| 13 | CONSTRUCCION DE SALON DE EVENTOS | GLOB | 1,00 | 27292,80 | 27292,80 |
| 14 | CONSTRUCCION DE BATERIA SANITARIA Y SAUNA | GLOB | 1,00 | 17635,20 | 17635,20 |
| 15 | CONSTRUCCION DE CANCHA | GLOB | 1,00 | 23793,20 | 23793,20 |
| 16 | CONSTRUCCION DE AREA DE JUEGOS DE PIM PONI | GLOB | 1,00 | 9054,00 | 9054,00 |
| 17 | CONSTRUCCION DE JUEGOS DE NIÑOS | GLOB | 1,00 | 21847,20 | 21847,20 |
| 18 | CONSTRUCCION DE PISCINA DE ADULTOS | GLOB | 1,00 | 23308,80 | 23308,80 |
| 19 | CONSTRUCCION DE PISCINA DE NIÑOS | GLOB | 1,00 | 6030,00 | 6030,00 |
| 20 | CONSTRUCCION DE PISCINA | GLOB | 1,00 | 6030,00 | 6030,00 |
| SUB-TOTAL | | | | | 134.991,20 |
| TOTAL | | | | | 982.802,30 |

SON: NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y DOS CON 30/100 DÓLARES AMERICANOS

ANEXO N°10

| DETALLE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | \$ 23.594,97 | \$ 21.313,32 | \$ 15.205,81 | \$ 6.958,73 | \$ 7.108,68 | \$ 6.958,73 | \$ 7.108,68 | \$ 7.108,68 | \$ 6.958,73 | \$ 7.108,68 | \$ 6.958,73 | \$ 29.439,99 |
| Materia Prima | \$ 17.362,35 | \$ 15.433,20 | \$ 9.766,32 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 17.362,35 |
| Costos de alquiler | \$ 3.172,50 | \$ 2.820,00 | \$ 2.379,38 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 3.172,50 |
| Materiales de mantenimiento | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 |
| Mano de Obra Directa | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 8.663,46 |
| Depreciaciones Menaje de Restaurante | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 | \$ 61,60 |
| Depreciaciones Equipos Deportivos | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 |
| COSTOS DE ADMINISTRACIÓN | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 |
| Servicios Básicos | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 | \$ 690,00 |
| Útiles de Oficina | \$ 364,85 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 364,85 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 364,85 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 364,85 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 | \$ 361,44 |
| Amortización de Activos Diferidos | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 |
| Dep. Edificaciones y construcciones | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 | \$ 4.043,97 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 | \$ 135,60 |
| Depreciación de Equipos de Comp. | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 | \$ 43,33 |
| Depreciación de Maqu. y Equipos | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 | \$ 211,49 |
| Depreciación de Accesorios | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 | \$ 42,42 |
| COSTOS DE VENTAS | \$ 700,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| Publicidad | \$ 700,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| COSTOS FINANCIEROS | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 |
| Intereses Bancarios | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 | \$ 3.566,30 |
| TOTAL | \$ 33.847,70 | \$ 30.651,20 | \$ 24.543,69 | \$ 16.861,47 | \$ 16.646,56 | \$ 16.296,62 | \$ 17.011,41 | \$ 16.446,56 | \$ 16.496,62 | \$ 17.011,41 | \$ 16.296,62 | \$ 38.777,87 |

ANEXO N°11

COSTOS DE RESTURANTE DEL CENTRO DE SERVICIOS TURISTICOS

| DETALLE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIUO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| TOTAL DE PLATOS MENSUAL | 4.860 | 4.320 | 2.734 | 878 | 911 | 878 | 911 | 911 | 878 | 911 | 878 | 4.860 |
| COSTO PROMEDIO | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 | \$ 3,57 |
| COSTO 2013 | \$ 17.362,35 | \$ 15.433,20 | \$ 9.766,32 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 3.255,44 | \$ 3.134,87 | \$ 17.362,35 |
| INCREMENTO DEL COSTO | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| COSTO 2014 | \$ 18.230,47 | \$ 16.204,86 | \$ 10.254,64 | \$ 3.291,61 | \$ 3.418,21 | \$ 3.291,61 | \$ 3.418,21 | \$ 3.418,21 | \$ 3.291,61 | \$ 3.418,21 | \$ 3.291,61 | \$ 18.230,47 |
| COSTO 2015 | \$ 19.141,99 | \$ 17.015,10 | \$ 10.767,37 | \$ 3.456,19 | \$ 3.589,12 | \$ 3.456,19 | \$ 3.589,12 | \$ 3.589,12 | \$ 3.456,19 | \$ 3.589,12 | \$ 3.456,19 | \$ 19.141,99 |
| COSTO 2016 | \$ 20.099,09 | \$ 17.865,86 | \$ 11.305,74 | \$ 3.629,00 | \$ 3.768,58 | \$ 3.629,00 | \$ 3.768,58 | \$ 3.768,58 | \$ 3.629,00 | \$ 3.768,58 | \$ 3.629,00 | \$ 20.099,09 |
| COSTO 2017 | \$ 21.104,04 | \$ 18.759,15 | \$ 11.871,03 | \$ 3.810,45 | \$ 3.957,01 | \$ 3.810,45 | \$ 3.957,01 | \$ 3.957,01 | \$ 3.810,45 | \$ 3.957,01 | \$ 3.810,45 | \$ 21.104,04 |
| COSTO 2018 | \$ 22.159,25 | \$ 19.697,11 | \$ 12.464,58 | \$ 4.000,98 | \$ 4.154,86 | \$ 4.000,98 | \$ 4.154,86 | \$ 4.154,86 | \$ 4.000,98 | \$ 4.154,86 | \$ 4.000,98 | \$ 22.159,25 |
| COSTO 2019 | \$ 23.267,21 | \$ 20.681,96 | \$ 13.087,81 | \$ 4.201,02 | \$ 4.362,60 | \$ 4.201,02 | \$ 4.362,60 | \$ 4.362,60 | \$ 4.201,02 | \$ 4.362,60 | \$ 4.201,02 | \$ 23.267,21 |
| COSTO 2020 | \$ 24.430,57 | \$ 21.716,06 | \$ 13.742,20 | \$ 4.411,08 | \$ 4.580,73 | \$ 4.411,08 | \$ 4.580,73 | \$ 4.580,73 | \$ 4.411,08 | \$ 4.580,73 | \$ 4.411,08 | \$ 24.430,57 |
| COSTO 2021 | \$ 25.652,10 | \$ 22.801,87 | \$ 14.429,31 | \$ 4.631,63 | \$ 4.809,77 | \$ 4.631,63 | \$ 4.809,77 | \$ 4.809,77 | \$ 4.631,63 | \$ 4.809,77 | \$ 4.631,63 | \$ 25.652,10 |
| COSTO 2022 | \$ 26.934,70 | \$ 23.941,96 | \$ 15.150,77 | \$ 4.863,21 | \$ 5.050,26 | \$ 4.863,21 | \$ 5.050,26 | \$ 5.050,26 | \$ 4.863,21 | \$ 5.050,26 | \$ 4.863,21 | \$ 26.934,70 |

| AÑOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| TOTAL | \$ 85.485,46 | \$ 89.759,73 | \$ 94.247,72 | \$ 98.960,10 | \$ 103.908,11 | \$ 109.103,52 | \$ 114.558,69 | \$ 120.286,63 | \$ 126.300,96 | \$ 132.616,01 |

ANEXO N°12

| RUBROS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| A. INGRESOS OPERACIONALES | \$ 79.058,98 | \$ 70.974,88 | \$ 47.848,00 | \$ 15.457,98 | \$ 15.810,13 | \$ 15.457,98 | \$ 15.810,13 | \$ 15.810,13 | \$ 15.457,98 | \$ 15.810,13 | \$ 15.457,98 | \$ 79.058,98 |
| Ingresos x Restaurante | \$ 69.449,40 | \$ 61.732,80 | \$ 39.065,29 | \$ 8.359,65 | \$ 8.681,18 | \$ 8.359,65 | \$ 8.681,18 | \$ 8.681,18 | \$ 8.359,65 | \$ 8.681,18 | \$ 8.359,65 | \$ 69.449,40 |
| Ingresos x Hospedaje | \$ 3.307,50 | \$ 2.940,00 | \$ 2.480,63 | \$ 796,25 | \$ 826,88 | \$ 796,25 | \$ 826,88 | \$ 826,88 | \$ 796,25 | \$ 826,88 | \$ 796,25 | \$ 3.307,50 |
| Ingreso x Alquiler | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 | \$ 6.302,08 |
| B. EGRESOS OPERACIONALES | \$ 30.281,40 | \$ 27.084,90 | \$ 20.977,39 | \$ 13.295,17 | \$ 13.080,26 | \$ 12.730,32 | \$ 13.445,11 | \$ 12.880,26 | \$ 12.930,32 | \$ 13.445,11 | \$ 12.730,32 | \$ 35.211,57 |
| Costos de Producción Restaurante | \$ 17.423,95 | \$ 15.494,80 | \$ 9.827,92 | \$ 3.196,47 | \$ 3.317,04 | \$ 3.196,47 | \$ 3.317,04 | \$ 3.317,04 | \$ 3.196,47 | \$ 3.317,04 | \$ 3.196,47 | \$ 17.423,95 |
| Costo de Alquiler | \$ 3.172,50 | \$ 2.820,00 | \$ 2.379,38 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 3.172,50 |
| Costos de Mantenimiento | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 135,00 |
| Mano de Obra directa | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 2.818,44 | \$ 8.663,46 |
| Gastos de Administración | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 | \$ 5.986,43 | \$ 5.621,58 | \$ 5.621,58 |
| Depreciación de Equipos Deportivos | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 | \$ 45,08 |
| Gastos Comerciales | \$ 700,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| C. FLUJO OPERACIONAL (A - B) | \$ 48.777,59 | \$ 43.889,99 | \$ 26.870,60 | \$ 2.162,82 | \$ 2.729,87 | \$ 2.727,67 | \$ 2.365,02 | \$ 2.929,87 | \$ 2.527,67 | \$ 2.365,02 | \$ 2.727,67 | \$ 43.847,41 |
| D. INGRESOS NO OPERACIONALES | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Aporte Capital Inicial | | | | | | | | | | | | |
| Crédito a Instituciones Financieras | | | | | | | | | | | | |
| E. EGRESOS NO OPERACIONALES | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 54.701,21 |
| Pago de Intereses | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 | \$ 3.573,20 |
| Pago de Préstamo a Inst. Finan. | | | | | | | | | | | | |
| Pago de Participación de Trabajadores | | | | | | | | | | | | \$ 21.156,42 |
| Pago de Impuesto a la Renta | | | | | | | | | | | | \$ 29.971,59 |
| F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 3.573,20) | (\$ 54.701,21) |
| (+) Depreciaciones | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 | \$ 4.583,49 |
| (+) Amortizaciones | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 | \$ 93,33 |
| G. FLUJO NETO GENERADO (C+F) | \$ 49.881,21 | \$ 44.993,61 | \$ 27.974,22 | \$ 3.266,44 | \$ 3.833,49 | \$ 3.831,29 | \$ 3.468,64 | \$ 4.033,49 | \$ 3.631,29 | \$ 3.468,64 | \$ 3.831,29 | (\$ 6.176,98) |
| H. SALDO INICIAL DE CAJA | | \$ 49.881,21 | \$ 94.874,81 | \$ 122.849,03 | \$ 126.115,47 | \$ 129.948,96 | \$ 133.780,25 | \$ 137.248,89 | \$ 141.282,38 | \$ 144.913,67 | \$ 148.382,31 | \$ 152.213,60 |
| I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H) | \$ 49.881,21 | \$ 94.874,81 | \$ 122.849,03 | \$ 126.115,47 | \$ 129.948,96 | \$ 133.780,25 | \$ 137.248,89 | \$ 141.282,38 | \$ 144.913,67 | \$ 148.382,31 | \$ 152.213,60 | \$ 146.036,62 |

ANEXO N°13

DISEÑO DE MENÚ - PRECIOS DE LAS COMIDAS

| MENÚ | | |
|--|---|----------|
| POSTRES | | |
| ENSALDA DE FRUTAS |  | \$ 3,50 |
| HELADO DE TRES SABORES |  | \$ 2,75 |
| TORTA DE MANJAR Y NUEZ |  | \$ 1,50 |
| CAFÉS Y JUGOS | | |
| CAFÉ CALIENTE |  | \$ 0,50 |
| CAPUCCINO |  | \$ 0,75 |
| CHOCOLATE CALIENTE |  | \$ 0,50 |
| AGUAS AROMÁTICAS |  | \$ 0,50 |
| TÉ |  | \$ 0,50 |
| AGUA MINERAL SIN GAS |  | \$ 0,50 |
| AGUA MINERAL CON GAS |  | \$ 0,50 |
| COLA |  | \$ 0,50 |
| BATIDOS DE FRUTA |  | \$ 1,50 |
| JUGOS DE FRUTA NATURAL |  | \$ 0,75 |
| LIMONADA |  | \$ 0,50 |
| JARRA DE LIMONADA |  | \$ 2,50 |
| SANDUCHES | | |
| DE POLLO |  | \$ 1,50 |
| LOMO FINO CON QUESO |  | \$ 2,50 |
| MIXTO |  | \$ 1,75 |
| DE QUESO O JAMÓN |  | \$ 1,00 |
| NUESTRAS ESPECIALIDADES | | |
| BICHE DE PESCADO |  | \$ 3,50 |
| CALDO DE GALLINA CRIOLLA |  | \$ 4,00 |
| ENCEBOLLADO MIXTO |  | \$ 3,75 |
| CAZUELA DE MARISCOS |  | \$ 7,00 |
| SOPAS Y ENSALADAS | | |
| SOPA MARINERA |  | \$ 9,00 |
| SOPA CAMARON |  | \$ 7,50 |
| ENSALADA MARINERA |  | \$ 6,50 |
| ARROCES | | |
| ARROZ MARINERO |  | \$ 8,00 |
| ARROZ CON CAMARÓN |  | \$ 7,50 |
| ARROZ CON CALAMAR |  | \$ 7,50 |
| ARROZ CON CONCHA |  | \$ 7,50 |
| CAMARONES AL AJILLO |  | \$ 7,00 |
| CEVICHE | | |
| PESCADO |  | \$ 4,50 |
| PULPO |  | \$ 6,00 |
| CONCHA |  | \$ 8,00 |
| CAMARON |  | \$ 8,50 |
| CALAMAR |  | \$ 8,00 |
| MIXTO COMPLETO |  | \$ 9,50 |
| VARIEDADES | | |
| PARRILLADA DE MARISCOS |  | \$ 7,00 |
| PARRILLADA SIMPLE |  | \$ 12,00 |
| PARRILLADA DOBLE |  | \$ 14,00 |
| PIZZA |  | \$ 9,00 |
| CHURRASCOS |  | \$ 7,00 |
| PESCADOS | | |
| PESCADO APANADO |  | \$ 4,50 |
| PESCADO FRITO FILETE |  | \$ 4,00 |
| PESCADO FILETE A LA PLANCHA |  | \$ 5,00 |
| PESCADO AL VAPOR |  | \$ 6,00 |
| CARNES | | |
| POLLO APANADO |  | \$ 6,00 |
| POLLO FRITO |  | \$ 6,00 |
| CARNE APANADA |  | \$ 6,00 |
| CARNE FRITA |  | \$ 6,00 |
| CARNE A LA PLANCHA |  | \$ 6,00 |
| CARNE EN BISTEC |  | \$ 6,00 |
| CHULETA A LA PLANCHA |  | \$ 7,00 |
| PORCIONES | | |
| PORCIÓN DE ARROZ |  | \$ 0,50 |
| PORCIÓN DE PATACONES |  | \$ 0,50 |
| PORCIÓN DE PAPAS |  | \$ 0,75 |
| PORCIÓN DE CHIFLES |  | \$ 0,50 |
| PORCIÓN DE MADURO |  | \$ 0,75 |
| ALMUERZOS | | |
| SOPA, 2° PLATO + JUGO O COLA |  | \$ 3,75 |
| DESAYUNOS | | |
| CAFÉ, JUGO, 2 HUEVOS, PAN TOSTADO, MERMERLADA Y... |  | \$ 2,50 |
| BOLÓN DE VERDE, HUEVO, QUESO Y CAFÉ |  | \$ 2,50 |
| PATACONES, QUESO, HUEVO Y CAFÉ O JUGO |  | \$ 7,50 |
| PESCADO FRITO, PATACONES, CAFÉ O JUGO |  | \$ 7,75 |



ANEXO N°14

COSTOS DE ALQUILER DEL SALON DE EVENTOS

| DETALLE | TEMPORADA ALTA | | TEM MEDIA | TEMPORADA BAJA | | | | | | | | TEM. ALTA |
|------------------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCTUBRE | NOV. | DIC. |
| PROM. DE EVENTOS X MES | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ÍNDICE DE ROTACIÓN | 1,00 | 1,00 | 0,75 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 1,00 |
| DÍAS LABORABLES | 27 | 24 | 27 | 26 | 27 | 26 | 27 | 27 | 26 | 27 | 26 | 27 |
| TOTAL EVENTOS | 27 | 24 | 20 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 27 |
| PRECIO PROMEDIO | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 | \$ 117,50 |
| INGRESO MENSUAL 2013 | \$ 3.172,50 | \$ 2.820,00 | \$ 2.379,38 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 793,13 | \$ 763,75 | \$ 3.172,50 |
| INCREMENTO DEL COSTO | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| COSTO MENSUAL 2014 | \$ 3.331,13 | \$ 2.961,00 | \$ 2.498,34 | \$ 801,94 | \$ 832,78 | \$ 801,94 | \$ 832,78 | \$ 832,78 | \$ 801,94 | \$ 832,78 | \$ 801,94 | \$ 3.331,13 |
| COSTO MENSUAL 2015 | \$ 3.497,68 | \$ 3.109,05 | \$ 2.623,26 | \$ 842,03 | \$ 874,42 | \$ 842,03 | \$ 874,42 | \$ 874,42 | \$ 842,03 | \$ 874,42 | \$ 842,03 | \$ 3.497,68 |
| COSTO MENSUAL 2016 | \$ 3.672,57 | \$ 3.264,50 | \$ 2.754,42 | \$ 884,14 | \$ 918,14 | \$ 884,14 | \$ 918,14 | \$ 918,14 | \$ 884,14 | \$ 918,14 | \$ 884,14 | \$ 3.672,57 |
| COSTO MENSUAL 2017 | \$ 3.856,19 | \$ 3.427,73 | \$ 2.892,15 | \$ 928,34 | \$ 964,05 | \$ 928,34 | \$ 964,05 | \$ 964,05 | \$ 928,34 | \$ 964,05 | \$ 928,34 | \$ 3.856,19 |
| COSTO MENSUAL 2018 | \$ 4.049,00 | \$ 3.599,11 | \$ 3.036,75 | \$ 974,76 | \$ 1.012,25 | \$ 974,76 | \$ 1.012,25 | \$ 1.012,25 | \$ 974,76 | \$ 1.012,25 | \$ 974,76 | \$ 4.049,00 |
| COSTO MENSUAL 2019 | \$ 4.251,45 | \$ 3.779,07 | \$ 3.188,59 | \$ 1.023,50 | \$ 1.062,86 | \$ 1.023,50 | \$ 1.062,86 | \$ 1.062,86 | \$ 1.023,50 | \$ 1.062,86 | \$ 1.023,50 | \$ 4.251,45 |
| COSTO MENSUAL 2020 | \$ 4.464,03 | \$ 3.968,02 | \$ 3.348,02 | \$ 1.074,67 | \$ 1.116,01 | \$ 1.074,67 | \$ 1.116,01 | \$ 1.116,01 | \$ 1.074,67 | \$ 1.116,01 | \$ 1.074,67 | \$ 4.464,03 |
| COSTO MENSUAL 2021 | \$ 4.687,23 | \$ 4.166,42 | \$ 3.515,42 | \$ 1.128,41 | \$ 1.171,81 | \$ 1.128,41 | \$ 1.171,81 | \$ 1.171,81 | \$ 1.128,41 | \$ 1.171,81 | \$ 1.128,41 | \$ 4.687,23 |
| COSTO MENSUAL 2022 | \$ 4.921,59 | \$ 4.374,75 | \$ 3.691,19 | \$ 1.184,83 | \$ 1.230,40 | \$ 1.184,83 | \$ 1.230,40 | \$ 1.230,40 | \$ 1.184,83 | \$ 1.230,40 | \$ 1.184,83 | \$ 4.921,59 |

| AÑOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TOTAL | \$ 17.771,88 | \$ 18.660,47 | \$ 19.593,49 | \$ 20.573,17 | \$ 21.601,83 | \$ 22.681,92 | \$ 23.816,01 | \$ 25.006,81 | \$ 26.257,15 | \$ 27.570,01 |

ANEXO N°15

CALCULO DE INGRESOS

| VARIABLES | TEMPORADAS | | |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| | ALTA | MEDIA | BAJA |
| PROMEDIO DE PLATOS | 3 | 3 | 3 |
| ÍNDICE DE ROTACIÓN | 1 | 0,75 | 0,25 |
| PLATOS DIARIOS | 3 | 2 | 1 |
| MESAS | 15 | 15 | 15 |
| CLIENTES PROM. X MESA | 4 | 3 | 2 |
| TOTAL DE CLIENTES | 60 | 45 | 30 |
| DÍAS LABORABLES | 27 | 27 | 26 |
| TOTAL DE PLATOS MENSUAL | 4860 | 2734 | 585 |
| PRECIO PROMEDIO | \$ 14,29 | \$ 14,29 | \$ 14,29 |
| INGRESO MENSUAL 2013 | \$ 69.449,40 | \$ 39.065,29 | \$ 8.359,65 |

| VARIABLES | TEMPORADAS | | |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| | ALTA | MEDIA | BAJA |
| % DE OCUPACIÓN | 1,00 | 0,75 | 0,25 |
| ESTANCIA PROMEDIO X MES | 13,50 | 13,50 | 13,00 |
| CAPACIDAD INSTALADA | 7,00 | 7,00 | 7,00 |
| CABAÑAS OCUPADAS MES | 94,50 | 70,88 | 22,75 |
| PRECIO PROMEDIO | \$ 35,00 | \$ 35,00 | \$ 35,00 |
| INGRESO MENSUAL 2013 | \$ 3.307,50 | \$ 2.480,63 | \$ 796,25 |

| VARIABLES | TEMPORADA | | |
|------------------------|-----------|-----------|----------|
| | ALTA | MEDIA | BAJA |
| PROM. DE EVENTOS X MES | 1 | 1 | 1 |
| ÍNDICE DE ROTACIÓN | 1 | 0,75 | 0,25 |
| DÍAS LABORABLES | 27 | 27 | 26 |
| TOTAL EVENTOS | 27 | 20 | 7 |

| | | | |
|-----------------|-----|-----|-----|
| PRECIO PROMEDIO | 500 | 500 | 500 |
|-----------------|-----|-----|-----|

| | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| INGRESO MENSUAL 2013 | \$ 13.500,00 | \$ 10.125,00 | \$ 3.250,00 |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|--------------------|

BIBLIOGRAFÍA

- × <http://www.edualter.org/material/turisme/historia.htm>
- × <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion/turismo-evolucion.shtml>
- × <http://www.compilaciones.com/turismo/historia-turismo.html>
- × <http://es.scribd.com/doc/2998699/EL-TURISMO>
- × <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- × MARIA ESTHER GONZÁLEZ, “Turismo Rural”. Septiembre del 2008. (Disponible en: <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Turismo%20Rural%20en%20Ecuador.pdf>) Consultado el 4 de Abril de 2012.
- × MARIA ESTHER GONZÁLEZ, “Desarrollo Rural”. Mayo de 2009. (Disponible en: <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Identificaci%C3%B3n%20de%20oportunidades%20de%20cooperaci%C3%B3n%20t%C3%A9cnica%20en%20turismo%20rural%20en%20Ecuador.pdf>) Consultado el 4 de Abril de 2012.
- × MINISTERIO DE TRUISMO, “Barómetro turístico de Ecuador, Volumen N° 1. Febrero 2011. (Disponible en: issuu.com/rmedina09/docs/barometro_turistico_ecuador_vol1) Consultado el 4 de Abril de 2012.
- × LAURA, “Importancia del desarrollo del turismo rural”. Agosto 2007. (Disponible en: <http://rupuyen.wordpress.com/2007/08/08/importancia-del-desarrollo-del-turismo-rural/>). Consultado el 4 de abril de 2012.
- × MINTUR, “Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014”. Agosto 2009. (Disponible en: http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf) Consultado el 5 de Abril de 2012.
- × OPTUR, “Estadísticas de Turismo en el Ecuador”. 2009. (Disponible en: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>) Consultado el 5 de Abril de 2012.
- × www.bnf.fin.ec/info_microcrédito.pdf. Consultado el 15 de Agosto de 2012
- × www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php.htm. Consultado el 20 de Agosto de 2012
- × www.inec.gob.ec.