



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO:**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN ECO – RESORT ESPECIALIZADO  
EN ASISTENCIA TURÍSTICA PARA PAREJAS EN LA PLAYA DE CANOA,  
MANABÍ”

**AUTORAS:**

**Figueroa Sánchez, Silvia Lorena  
Zambrano Espinoza, Andrea Belén**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:  
INGENIERÍA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TUTOR:**

**Ing. Said Vicente Diez Farhat, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Silvia Lorena Figueroa Sánchez** y **Andrea Belén Zambrano Espinoza**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTOR (A)**

---

**Ing. Said Vicente Diez Farhat, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Silvia Lorena Figueroa Sánchez**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Propuesta para la creación de un eco – resort especializado en asistencia turística para parejas en la playa de Canoa, Manabí**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Silvia Lorena Figueroa Sánchez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Andrea Belén Zambrano Espinoza**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Propuesta para la creación de un eco – resort especializado en asistencia turística para parejas en la playa de Canoa, Manabí**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Andrea Belén Zambrano Espinoza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Silvia Lorena Figueroa Sánchez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Propuesta para la creación de un eco – resort especializado en asistencia turística para parejas en la playa de Canoa, Manabí”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Silvia Lorena Figueroa Sánchez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Andrea Belén Zambrano Espinoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Propuesta para la creación de un eco – resort especializado en asistencia turística para parejas en la playa de Canoa, Manabí”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Andrea Belén Zambrano Espinoza**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por guiar mis pasos, por llenarme de fuerzas y valor a través de la oración para cumplir mis propósitos.

A mis padres, quienes me han alentado a no rendirme jamás sin importar los obstáculos.

A mis maestros, que han sabido inspirarme y sembrar en mí el deseo de aprender cada día.

A mis amigas Joselyne, Claudia, Laura y Jenny, quienes han sido pilar fundamental para aprender en las aulas y en la vida, quienes me han brindado risas incontables y con quienes he compartido momentos inolvidables.

A mi tutor Ing. Said Diez, Mgs; por su paciencia y su capacidad para guiar nuestro trabajo, por compartir con nosotros sus conocimientos e inspirarnos a superarnos a nosotros mismos.

A cada una de las personas que participaron en nuestra investigación y que hicieron posible culminar este trabajo.

**Silvia Lorena Figueroa Sánchez**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por guiarme en cada paso a lo largo de mi vida.

A mis padres Jorge Zambrano y Luz Marina Espinoza por darme su apoyo incondicional y ser mi pilar fundamental en cada una de las etapas de mi vida.

A mis tías Miriam y Lorena y a mi hermano Jorge por estar siempre pendiente de mí.

A mi novio Daniel Guerrero por su apoyo y paciencia en cada etapa de este trabajo de titulación.

A mi tutor MBA Said Diez Farhat por brindarnos todos sus conocimientos, su apoyo y ganas para tener éxitos en la entrega y sustentación del trabajo de titulación.

A mis amigas y personas que hicieron posible que este proyecto culmine con éxito.

**Andrea Belén Zambrano Espinoza**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Amanda Sánchez y Ciro Figueroa, quiénes a lo largo de mi vida me han acompañado, apoyado y sobretodo inspirado a ser mejor día a día en todos los ámbitos de mi vida; sin su ejemplo de superación no sería posible cumplir tantos sueños propuestos, muchas gracias por siempre estar a mi lado, por su paciencia y por su amor, quiero dedicarles este y todos los triunfos venideros en muestra de mi eterno agradecimiento, los amo.

A mis hermanos, María Fernanda y Luis Enrique, quiénes son el apoyo fundamental y la compañía diaria, gracias porque aunque no lo digamos tan seguido siempre sabemos que podemos contar el uno con el otro, los amo.

**Silvia Lorena Figueroa Sánchez**

## **DEDICATORIA**

A mi Abuelita Marina que con sus oraciones siempre ha guiado mi camino con sus palabras y oraciones y a pesar de que ya no esté, siempre estuvo y está en cada momento de mi vida.

A mi abuelito Segundo Espinoza que está próximo a cumplir 95 años, llenos de amor y alegría para todos quienes lo amamos, con sus ocurrencias y a pesar de la edad siempre muestra ese carácter de hombre trabajador dando el ejemplo a sus hijos, nietos y a todos quienes son dignos de su admiración.

A mis padres quienes me dieron la vida y que han estado siempre para mí, para aconsejarme y apoyarme en cada reto que me presenta la vida, quienes nunca me han dicho que no a cualquier proyecto que he tenido en mente, quienes me han dado la oportunidad de conocer tantos lugares y la confianza para seguir adelante y alcanzar cada uno de mis logros.

**Andrea Belén Zambrano Espinoza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Nota final del Tutor</b>
<b>FIGUEROA SÁNCHEZ SILVIA LORENA</b>	
<b>ZAMBRANO ESPINOZA ANDREA BELÉN</b>	

---

**Ing. Said Vicente Diez Farhat, Mgs**

# ÍNDICE GENERAL

## CONTENIDO

Agradecimiento	VII
Dedicatoria	IX
Resumen ejecutivo	XVIII
Abstract	XIX
Introducción del proyecto	20
Antecedentes	22
Planteamiento del problema	25
Formulación del problema	28
Justificación	29
Objetivos del proyecto	31
Objetivo general	31
Objetivos específicos	31
1. CAPÍTULO 1	
1.1 Marco teórico	32
1.2 Marco conceptual	37
1.3 Marco legal	39
1.3.1 Ley de turismo	39
1.3.2 Reglamento general de la ley de turismo	41
1.3.3 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas	43
1.3.4 Renovación de la licencia única anual de funcionamiento	47
1.4 Metodología de la investigación	49
1.4.1 Método	50
1.4.2 Técnicas de investigación	51
1.4.3 Tipos de estudio	52
1.5 Universo – Población	53
1.6 Muestra	53
1.7 Técnicas de recolección de datos	55

1.8 Modelo de encuesta	56
1.9 Interpretación de resultados	59
1.10 Entrevistas	72
1.11 Análisis de las entrevistas efectuadas	73
2. CAPÍTULO 2	
2.1 Fuerzas de Porter	75
2.2 P.E.T.S.A	78
2.3 F.O.D.A. del mercado	85
3. CAPÍTULO 3	
3.1 Razón social o nombre del proyecto	87
3.2 Objeto Social	87
3.3 Logo	88
3.4 Slogan	88
3.5 Misión	88
3.6 Visión	88
3.7 Valores	89
3.8 Organigrama	90
3.9 Permisos ambientales	91
3.10 Permisos municipales	97
3.11 Bomberos	99
4. CAPÍTULO 4	
4.1 Localización del proyecto de titulación	100
4.1.1 Macro localización	100
4.1.2 Micro localización	101
4.2 Distribución física del espacio	101
4.3 Horario de funcionamiento	104
4.4 Productos a ofrecer: Detallados, valor, con horarios si fuera el caso	105
4.5 Segmentación del mercado	106

4.6 Estrategias de Posicionamiento	106
4.7 Estrategias de Marketing	107
4.7.1 Marketing Mix	107
4.7.1.1 Producto	107
4.7.1.2 Precio	108
4.7.1.3 Plaza	110
4.7.1.4 Promoción	110
4.8 Presupuesto de Marketing	111
5. CAPÍTULO 5	
5.1 Detalle de la inversión requerida para el tema de propuesta	112
5.2 Balance Inicial	116
5.3 Detalle del financiamiento	117
5.4 Tabla de amortización	118
5.5 Rol de pago	122
5.6 Detalle de ocupación	125
5.7 Detalle de precios	125
5.8 Detalle de ingresos (incluye detalle estructurado de los ingresos proyectados del negocio)	127
5.9 Detalle gastos (incluye depreciaciones, sueldos, presupuesto mkt)	132
5.10 Estado de Resultados proyectado	138
5.11 Flujo de caja proyectado	141
5.12 Balance General proyectado	143
5.13 Evaluación financiera: VAN-TIR-B/C-PRI	145
5.14 Razones financieras	146
5.15 Punto de equilibrio	147
5.16 Análisis de sensibilidad	148
Conclusiones	149
Recomendaciones	151
Bibliografía	152
Anexos	158

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Persona por edades	59
Tabla 2: Persona por estado civil	60
Tabla 3: Persona por lugar de procedencia	61
Tabla 4: Frecuencia de viaje	62
Tabla 5: Preferencia de viajes	63
Tabla 6: Preferencia de destinos	64
Tabla 7: Motivo de viaje	65
Tabla 8: Nivel de aceptación de un resort	66
Tabla 9: Nivel de aceptación de un resort de parejas	67
Tabla 10: Precio a pagar	68
Tabla 11: Número de noches a pernoctar en Canoa	69
Tabla 12: Factor más importante al realizar viajes en pareja	70
Tabla 13: Actividades a ofertar	71
Tabla 14: Productos a ofrecer	105
Tabla 15: Producto (Marketing Mix)	108
Tabla 16: Precio (Marketing Mix)	109
Tabla 17: Presupuesto de Marketing	111
Tabla 18: Inversión Inicial	112
Tabla 19: Balance Inicial	116
Tabla 20: Depreciación de activos	117
Tabla 21: Tabla de amortización anual	119
Tabla 22: Tabla de amortización mensual	119
Tabla 23: Rol de pagos (Año 1)	122
Tabla 24: Rol de pagos (Año 2)	123
Tabla 25: Rol de pagos (Proyección 5 años)	124
Tabla 26: Porcentaje de ocupación anual	125
Tabla 27: Detalle de actividades y precio	125
Tabla 28: Detalle de bebidas	126
Tabla 29: Ingresos por venta mensual	127
Tabla 30: Incremento de precios por año	129

Tabla 31: Detalle de ventas por producto	130
Tabla 32: Proyección de ventas totales a 5 años	131
Tabla 33: Presupuesto de gastos generales	132
Tabla 34: Proyección de gastos a 5 años	134
Tabla 35: Costos operativos mensuales	135
Tabla 36: Costos operativos anuales	137
Tabla 37: Estado de pérdidas y ganancias mensual	138
Tabla 38: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección 5 años)	140
Tabla 39: Flujo de caja anual	141
Tabla 40: Balance general anual	143
Tabla 41: Evaluación de proyecto	145
Tabla 42: Razones financieras	146
Tabla 43: Punto de equilibrio	147
Tabla 44: Análisis de sensibilidad	148

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Modelo teórico de enfoque espacial de Mariot	33
Gráfico 1: Análisis de personas por edades	59
Gráfico 2: Análisis de personas por estado civil	60
Gráfico 3: Análisis de lugar de procedencia	61
Gráfico 4: Análisis de frecuencia de viajes	62
Gráfico 5: Análisis de personas por preferencia de viajes	63
Gráfico 6: Análisis de personas por preferencia de destinos	64
Gráfico 7: Análisis de personas por motivo de viaje	65
Gráfico 8: Análisis del nivel de aceptación de un resort en Canoa	66
Gráfico 9: Análisis del nivel de aceptación de un resort de parejas en Canoa	67
Gráfico 10: Análisis de precios aceptados	68
Gráfico 11: Análisis de número de noches que pernoctan las personas en Canoa	69
Gráfico 12: Análisis del factor más importante en los viajes en pareja	70
Gráfico 13: Análisis de actividades preferidas por los turistas	71
Gráfico 14: Evolución del PIB	79
Gráfico 15: Tasa de desempleo	79
Gráfico 16: Llegada de extranjeros a Ecuador	80
Gráfico 17: Uso de Internet	81
Gráfico 18: Situación de los cantones de Manabí	83
Gráfico 19: Logo	88
Gráfico 20: Organigrama	90
Gráfico 21: Macro localización	100
Gráfico 22: Distribucion del espacio (habitaciones)	102
Gráfico 23: Distribucion del espacio (piscina)	102
Gráfico 24: Distribucion del espacio (Spa)	103
Gráfico 25: Distribucion del espacio (Restaurante y bar)	103
Gráfico 26: Distribucion del espacio (Gimnasio)	104

## RESUMEN EJECUTIVO

La siguiente propuesta tiene como objetivo la factibilidad de implementar un Eco – Resort para parejas en la playa de Canoa, ofreciendo servicio de calidad y diversión; éste contará con un propio nombre, slogan y logo el cual captara la atención del cliente para posesionarse en el mercado y al mismo tiempo genere una mayor captación de turismo en la zona.

A través de las herramientas de investigación y el estudio financiero, se espera obtener una respuesta positiva para poner en marcha este gran proyecto pensado en el disfrute de unas vacaciones en pareja. Por otra parte los métodos cuantitativos – deductivos generaran la información necesaria para conocer el interés del mercado respecto a la idea y de las posibilidades de posicionarse por medio de una excelente campaña de marketing acorde a este proyecto.

Por lo tanto, la idea del Eco – Resort todo incluido, estará a la espera de que pueda efectuarse, siempre y cuando cumpla con todas las disposiciones de ley, ya sean estas investigativas, financieras, legales, de marketing y al mismo tiempo establecer estrategias para evitar problemas que afecten seriamente al establecimiento, durante el tiempo de vida del proyecto.

**Palabras Claves:** Eco – Resort, todo incluido, calidad, turismo, playa, parejas, diversión

## **ABSTRACT**

The following proposal aims at the feasibility of implementing an Eco - Resort for couples on the beach in Canoa, offering quality service and entertainment; it will have its own name, slogan and logo which would capture the attention of the customer to take possession in the market and at the same time generate a higher uptake of tourism in the area.

Through research tools and financial study, we expect a positive answer to launch this great project designed for the enjoyment of a couple holiday. Moreover quantitative methods - deductive generate the information necessary for market interest about the idea and the possibilities of positioning through excellent marketing campaign according to this project.

Therefore, the idea of Eco - Resort all inclusive, will be waiting to possible, provided it complies with all provisions of law, whether these investigative, financial, legal, marketing while establishing strategies to avoid problems that seriously affect the establishment, during the lifetime of the project.

## INTRODUCCIÓN

El Turismo en Ecuador es una de las actividades que se encuentra en desarrollo, es decir día a día vemos como nuevas ideas para atraer visitantes a nuestro país se desarrollan a través de todos los puntos de nuestro territorio.

Si bien es cierto Ecuador es un país pequeño comparado con las potencias mundiales en materia de Turismo como lo son España, Francia, Estados Unidos entre otros, tenemos una gran ventaja sobre ellos y eso se traduce en Biodiversidad; Ecuador es un país bendecido al contar con la cantidad de especies tanto animales como vegetales con las que cuenta. Pero ningún destino puede sobresalir solo por poseer atractivos turísticos ya que para involucrarse en el mundo del Turismo como fuente de ingreso es necesario que esos atractivos de los que se gozan sean convertidos en destinos turísticos a través de la adecuada promoción turística y sobre todo el desarrollo de la infraestructura del lugar.

No se puede ofrecer un atractivo turístico si no se cuenta con la infraestructura adecuada para llamarlo destino turístico, y con esto nos referimos a servicio de hospedaje, alimentación, entretenimiento, transportación, comunicación y servicios básicos que son las bases mínimas que todo lugar debería poseer para ser considerado un destino turístico. Ecuador hoy en día está invirtiendo en el desarrollo de potenciales destinos turísticos a lo largo de nuestro territorio, es por eso que debemos aprovechar esa iniciativa del gobierno y fomentar la inversión privada en el sector turístico, desarrollando proyectos que nos permitan generar ingresos y aportar a la economía de nuestro Ecuador.

La campaña desarrollada actualmente por el gobierno ecuatoriano denominada “Ecuador Potencia Turística” es una iniciativa que busca fomentar el turismo en nuestro país y posesionarnos a nivel internacional para empezar a ser reconocidos mundialmente

no solo por las Islas Galápagos, sino por todos los atractivos que poseemos como país,  
porque como lo dice la campaña Ecuador: lo tenemos todo...

## ANTECEDENTES

El Ecuador posee gran variedad de lugares y sitios turísticos para visitar, este pequeño gran país cuenta con un sin número de lugares exóticos entre ellos hemos puntualizado la relajante playa de Canoa del cantón San Vicente en la Provincia de Manabí.

Canoa que se encuentra situada al norte de Bahía de Caráquez, existía desde el primer arribo de los españoles a las costas de Manabí, en ese momento los habitantes abandonaron la playa huyendo a las montañas debido a la presencia de hombres blancos, el deterioro del poblado se fue dando poco a poco.

Luego de algún tiempo los sacerdotes misioneros jesuitas convencieron a los pobladores de volver a sus hogares. En el año de 1638, en medio de ruinas anteriores se celebró su fundación española, siendo ubicada con el nombre de Pantaguas o Pintagua, que es establecida por el padre Juan de Velasco dentro de sus mapas del antiguo Reino de Quito.

Fue proclamada parroquia en base de la Ley de División Territorial de 1894 y desde 1907 se integró al cantón Sucre (Bahía de Caráquez) en el momento que fue creado. Para finalizar, en el mes de abril de 1995, al convertirse en cantón San Vicente, la playa comienza a formar parte de la nueva jurisdicción.

Un desastroso terremoto que fue detectado a corta distancia el 4 de agosto de 1998, afectando a la población en su totalidad. La parroquia de Canoa poco a poco ha sido construida para encontrar variedad de Recursos Turísticos, los cuales le permiten disfrutar de esta bella región de la Costa.

La parroquia de Canoa geográficamente limita con Jama en el norte, en el sur con San Vicente, al este con San Isidro y al oeste el Océano Pacífico. El poblado no tiene inconvenientes de conectividad vial puesto que la vía Panamericana cruza de Norte a Sur.

Canoa posee con muchos aspectos positivos como por ejemplo: una extensa playa, grandes rocas que se encuentran dan el toque rustico, cuenta con un malecón a la orilla de la playa, el cual, posee una infraestructura y diseño acorde al ambiente de la playa. El área de bañistas puede ser utilizado para caminatas, cabalgatas y deportes.

### FAUNA Y FLORA

La fauna de Canoa es muy exquisita, pues encontramos a la garza blanca y pelícanos, en cambio en la flora el principal exponente es el mangle rojo, el cual posee el color de su corteza y tronco, que es llamado también mangle concha, colorado o caballero, teniendo la capacidad de adaptarse y colonizar estos suelos, que no cuentan con la suficiente capacidad de oxígeno y que cuentan con altas concentraciones de sal.

Las raíces poseen forma de bancos que las usan para sujetarse al suelo fangoso, eliminando la sal del agua que toman del mar, y reteniendo los sedimentos. Además de éste también encontramos el mangle blanco, y con una de sus especies llamada jelí o botón, que están adheridas en los suelos más compactos. Este proceso de sucesión está influenciado por la acumulación de los sedimentos, la marea y el clima. Otros ejemplos de especies son el algarrobo, el ceibo y el muyuyo.

La llanura de El Salitral se encuentra ubicada detrás de la parroquia, se inunda durante los aguajes y por evaporación del agua, las sales marinas quedan impregnadas a la tierra o a su vez cubriéndola con una blanquecina costra que es fácil de identificar.

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Cabe recalcar que el principal atractivo turístico de Canoa es su amplia playa la cual es motiva a la práctica de varias actividades tales como las cabalgatas, el disfrute del mar y la realización de deportes como el parapente y las alas delta.

Además, Canoa posee una vida nocturna activa, el malecón cuenta con variedades de bares y discotecas que permite que sus visitantes tanto locales como nacionales y extranjeros disfruten de esta oportunidad que la parroquia les ofrece.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

El Turismo en Ecuador es una de las actividades que se encuentra en desarrollo, es decir día a día vemos como nuevas ideas para atraer visitantes a nuestro país se desarrollan a través de todos los puntos de nuestro territorio.

Si bien es cierto Ecuador es un país pequeño comparado con las potencias mundiales en materia de Turismo como lo son España, Francia, Estados Unidos entre otros, tenemos una gran ventaja sobre ellos y eso se traduce en Biodiversidad; Ecuador es un país bendecido al contar con la cantidad de especies tanto animales como vegetales con las que cuenta. Pero ningún destino puede sobresalir solo por poseer atractivos turísticos ya que para involucrarse en el mundo del Turismo como fuente de ingreso es necesario que esos atractivos de los que se gozan sean convertidos en destinos turísticos a través de la adecuada promoción turística y sobre todo el desarrollo de la infraestructura y planta turística del lugar.

No se puede ofrecer un atractivo turístico si no se cuenta con la infraestructura y planta turística adecuada para llamarlo destino turístico, y con esto nos referimos a servicio de hospedaje, alimentación, entretenimiento, transportación, comunicación y servicios básicos que son las bases mínimas que todo lugar debería poseer para ser considerado un destino turístico. Ecuador hoy en día está invirtiendo en el desarrollo de potenciales destinos turísticos a lo largo de nuestro territorio, es por eso que se debe aprovechar esa iniciativa del gobierno y fomentar la inversión privada en el sector turístico, desarrollando proyectos que nos permitan generar ingresos y aportar a la economía de nuestro Ecuador.

La hotelería es una industria que ha evolucionado con el pasar de los años, tanto así que ahora no se basa solo en brindar el servicio de hospedaje a los viajeros sino que

los complementa con servicios adicionales como la restauración y el entretenimiento haciendo más atractiva la propuesta de los resort hoy en día.

Pero no solo la hotelería ha evolucionado, sino también el turismo como tal, es por eso que hoy en día existe la tendencia de practicar el denominado ecoturismo, que se fundamenta en el respeto de los atractivos turísticos para la conservación de los mismos a través del tiempo sin dejar de considerarlos destinos turísticos.

En el país actualmente son muy pocos los lugares que una amplia gama de servicios dentro de un establecimiento hotelero, tenemos así los hoteles de la cadena Decameron ubicada en Mompiche – Provincia de Esmeraldas y en Punta Centinela – Provincia de Santa Elena, pero siendo Manabí una de las principales provincias que cuenta con atractivos naturales para ser desarrollados como destinos turísticos, no se cuenta con hoteles de esta categoría debido a la falta de inversión en materia de turismo por parte de los gobiernos locales y de las comunidades en sí.

Una de las playas conocidas por los turistas nacionales y extranjeros como el lugar para pasar tranquilas vacaciones en un paraíso tropical es Canoa, que posee una extensa playa que por muchos es considerada una de las mejores del Ecuador, con una longitud de 3.5 kilómetros, es una franja de arena blanca que se extiende desde San Vicente hasta el pueblo de Canoa.

Su geografía es propicia para volar en alas delta y parapente, saltando desde el acantilado sobre la playa. En sobrevuelos hasta el extremo norte se pasa por una cueva que es el hogar de descanso de los murciélagos y de piqueros de patas azules que se puede visitar cuando la marea está baja.

Otro de los grandes atractivos con los que cuenta esta playa son sus grandes olas, las cuales son propicias para la práctica del surf. Canoa es un paraíso que cuenta con

infinidades de atractivos y actividades para realizar lo cual lo convierten en una playa ideal para la inversión turística y el desarrollo de un Eco-resort direccionado al turismo de pareja, el cual no cuenta con mayor promoción en el país, pero sin embargo puede ser desarrollado sin ningún problema al existir escenarios propicios que incentiven el romance y la diversión.

Como vemos Canoa es un destino ideal que no cuenta con un eco-resort como oferta turística por lo cual hemos considerado que sería una gran oportunidad para desarrollar el turismo en la zona.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

¿Es factible la creación de un eco-resort que mejore la calidad de vida de parejas promoviendo el turismo y crecimiento económico de la Playa de Canoa y comunidades aledañas?

## JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En los últimos años el turismo en el Ecuador ha incrementado notoriamente, millones de turistas buscan destinos naturales por conocer, llenos de historia y con paisajes cautivantes y es esto justamente lo que ofrece este hermoso país y en especial la zona de Manabí, que ofrece sol, playa, arena, deliciosos platos y mucha diversión, por esta razón cada vez gana reconocimientos tanto a nivel nacional como internacional de las personas que han tenido y tienen la suerte de visitarlo.

Canoa, una de las playas más destacadas y hermosas del país, recibe turistas de toda edad sobre todo de jóvenes y de personas de edad adulta que buscan un espacio de aventura y de relajación, la mayoría viaja en parejas y entre amigos e inclusive solos buscando una opción de descanso y recreación ideal que mejore su calidad de vida a costos accesibles y convenientes para el bolsillo del viajero , pero, si contamos con los atractivos y la infraestructura necesaria ¿por qué no pensar en la zona como un destino de luna de miel?

En Ecuador son muy pocos los lugares que ofrecen un ambiente romántico y relajado que permita disfrutar de un paseo en pareja, o de las maravillas que se encuentran en la naturaleza, la provincia de Manabí y en especial la playa de Canoa puede convertirse en el primer atractivo considerado como tal con la creación del Eco – Resort el cual estará ambientado con una decoración romántica con productos propios de la zona, playa y aventura de una estadía confortable y placentera que satisfaga al 100% las expectativas de los diferentes tipos de turistas, entre ellos el disfrute de una luna de miel diferente e inolvidable con calidad y calidez.

Se conjuga paisaje, descanso, diversión, comodidad y romanticismo en un solo lugar para hacer de la visita de nuestros turistas la más agradable experiencia, que se convertirá en un incalculable recurso de promoción turística para la playa y sus

comunidades aledañas, generando fuentes de empleo, y la mejora de atención por parte de las autoridades de la zona como de las gubernamentales.

El Eco-Resort en la afrodisiaca playa de Canoa será el complemento perfecto para uno de los días más felices e importantes de su vida “el día de su boda”...

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General:**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un Eco-Resort en la playa de Canoa, orientado a convertirse en un atractivo del turismo de parejas en Ecuador.

### **Objetivos Específicos:**

1. Elaborar un estudio de mercado con el fin de establecer los gustos y preferencias de los turistas al momento de elegir un destino romántico.
2. Diseñar una propuesta de marketing adecuada a nuestro mercado objetivo.
3. Desarrollar un estudio de mercado para conocer la viabilidad del proyecto, evaluando la factibilidad económica.

# **CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL**

## **1.1 MARCO TEÓRICO**

(Douglas Pearce, 1991: 16) Afirma: El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definiendo de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos.

Con el paso del tiempo se han ido desarrollando nuevos productos y nuevas motivaciones por las que los viajeros buscan alternativas para visitar y conocer lugares distintos a sus residencias, intercambiar culturas, visitar familias y amigos, descansar, negociar y practicar deportes, en este último realizar actividades deportivas utilizando recursos naturales (Peñalver, 2004: 23).

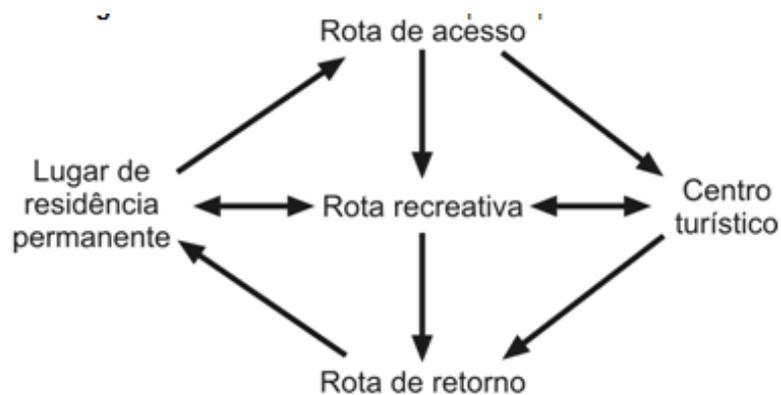
En ensayo redactado por Maduro (s.f.: 18), muestra que existen dos formas de turismo, el turismo internacional o externo y el turismo nacional o interno, en las dos formas de turismo, el turista se traslada de su lugar de residencia por un motivo específico aportando económicamente a un país, la diferencia es que el turismo local, nacional o interno se refiere a que los residentes de ese país específicos son aquellos que se trasladan dentro del mismo país.

Fernández Fuster (1985: 11), por ejemplo, representa el fenómeno del turismo con un modelo extremadamente simple basado en la interrelación entre origen y destino. A los flujos turísticos de ida y vuelta los coloca entre estos dos elementos.

El modelo presentado por Mariot (en Pearce 2003:30) es semejante al de Fernández Fuster, centrándose también en la interrelación origen - destino. El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para

desplazarse. En el modelo de Mariot existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan sólo para el desplazamiento. Por lo general las rutas utilizadas de arribo son las mismas que para el regreso. La ruta recreativa es aquella que presenta atractivos que forman parte la experiencia del turista y contribuyen directamente a satisfacer sus deseos. Asimismo, el modelo propone la posibilidad de combinar las vías de acceso y de regreso con las recreativas (Figura 1).

**Figura 1:** Modelo teórico de enfoque espacial de Mariot



Fuente: Mariot (Pearce 2003:30)

Según Ernesto Conde P & Carlos Amaya M. (2007: 54), Indica que: El concepto de producto turístico se utiliza para estructurar una experiencia integral que se origina en torno a una motivación base y esta se presenta en el mercado bajo las formas de ecoturismo, turismo cultural, sol y playa, etc., así puede considerarse que la manera en que se combinan los servicios y prestaciones para satisfacer esa motivación conforman un producto.

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), por su parte, definió el desarrollo sostenible de una forma más explícita: «[Es] el proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos que lo hacen posible».

Ayala, Martín, & Masiques (2003: 66), indican que las condiciones subtropicales representan a escala internacional, una motivación de primer orden para las vacaciones de la mayoría de turistas que se mueven en búsqueda del sol y la playa, e incluso en zonas de menor calor se puede percibir un gran flujo de viajeros.

La tendencia sol y playa desde el siglo XVII en Inglaterra empezó a viajar en búsqueda de balnearios de aguas minerales, lo que produjo el inicio de los cambios socioeconómicos, la industrialización y el avance evolutivo de los transportes y vías de acceso; hasta la actualidad. Esto incrementó el nivel de vida, motivando a las masas de turistas que aprovechan sus vacaciones para dirigirse a las costas de cada país. Con el pasar del tiempo y con las intenciones de satisfacer las necesidades de los visitantes, se crean paquetes turísticos, ofertando una amplia gama de destinos naturales que abarca un entorno significativo del movimiento turístico a nivel mundial, versus un turismo de negocios o visitas familiares.

(Ayala y Cols., 2003: 2) afirma que: Dentro del turismo vacacional la primacía absoluta la tiene el turismo de sol y playa, el que para algunos representa el 80% del turismo vacacional mundial.

Las visitas y viajes ambientalmente responsables hacia áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier característica cultural pasada o presente que la acompañe), que promueve la conservación, tiene un bajo impacto de visitantes y permite la participación socioeconómica activa y beneficiosa de la gente local. (UICN, 1997: 81)

Hay otras definiciones también interesantes como la que proponen D. Pearce, A. Markandya y E.B. Barbier, en la cual se establece que en una sociedad sostenible no debe haber:

- un declive no razonable de cualquier recurso
- un daño significativo a los sistemas naturales
- un declive significativo de la estabilidad social

Otra definición se debe a H. Daly. Esta persona propone que una sociedad sostenible es aquella en la que:

- los recursos no se deben utilizar a un ritmo superior al de su ritmo de regeneración,
- no se emiten contaminantes a un ritmo superior al que el sistema natural es capaz de absorber o neutralizar,
- los recursos no renovables se deben utilizar a un ritmo más bajo que el que el capital humano creado pueda reemplazar al capital natural perdido.

Concretando esta definición en un caso práctico, el de los combustibles fósiles, significa que se tiene que utilizar una parte de la energía liberada para crear sistemas de ahorro de energía o sistemas para hacer posible el uso de energías renovables que proporcionen la misma cantidad de energía que el combustible fósil consumido.

Según el Diccionario de Hostelería, desarrollado por Felipe Gallego, Jesús y Peyrolón Melendo, Ramón. (2004: 46). Resort significa: un complejo residencial turístico. Este centro, por su misma cualidad de ser un complejo, y que normalmente se encuentra retirado de las ciudades, como en playas, bosques, etc. requiere ofrecer tanto servicios de hospedaje, comidas, bebidas, ocio, entretenimiento adicionalmente compras, a fin de que los clientes/huéspedes cuenten con todo lo necesario en su estancia.

De acuerdo a Kazarian (2007: 21) la planeación de un establecimiento de servicios puede ser simple o compleja, dependiendo si se trata de un cambio en la distribución del mobiliario y de los equipos, o la creación de un nuevo establecimiento que incluye la localización, diseño de construcción, financiamiento, políticas en la administración o procedimientos operacionales. Además recalca que para obtener resultados favorables la planeación debe estar guiada por conceptos básicos, objetivos del diseño y layout.

Víctor Yepes P (1999: 89-110), para poder disfrutar de las bondades de la naturaleza es necesario que exista un compromiso ecológicamente duradero, para esto es necesario precisar acciones de sostenibilidad exhibiendo un mantenimiento de la economía dentro de los límites de la capacidad de soporte de los ecosistemas de los cuales depende el desarrollo sostenible que apunta hacia un control consistente de la relación entre la sociedad y la naturaleza.

Según Milcher (2009: 53): “La inclusión social es un concepto relativamente nuevo promovido, especialmente, por la Unión Europea (UE). La UE define la inclusión social como un "proceso que asegura que aquellos en riesgo de pobreza y exclusión social, tengan las oportunidades y recursos necesarios para participar completamente en la vida económica, social y cultural disfrutando un nivel de vida y bienestar que se considere normal en la sociedad en la que ellos viven".

Según Rainforest Alliance (s.f.: 13), “La comunidad y la empresa desarrollan lazos que deben encaminarse al desarrollo común. Ambas están en la obligación de rescatar y preservar las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, ya que son aspectos que crearán un valor agregado a su oferta turística. Por ejemplo: si los colaboradores de un hotel les enseñan a sus clientes algunas frases de uso común (como:

“buenos días”, “gracias”, “buenas noches”, “por favor”) en el idioma nativo, ayudarán a propiciar un ambiente relajado y su cliente se aproximará a la comunidad”

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

*Turismo.*- El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT)

*Demanda turística.*- Es la que se encuentra formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (OMT, 1991).

*Destino turístico.*- El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. (OMT)

*Gasto turístico.*- El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. (OMT)

*Turista.*- Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación. (OMT)

*Servicios.*- Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones del consumo, o facilita el intercambio de productos o activos financieros. No pueden ser objeto de comercio separado de su producción. En el

momento de concluir su producción, deben haber sido proporcionado a los consumidores. (OMT)

*Hotel Resort.*- Es un concepto que ha nacido en los últimos años, debido fundamentalmente a la creciente demanda que tienen los turistas por mejores y más completos servicios dentro de su lugar de hospedaje. Sigue el mismo concepto que el antiguo hotel, con habitaciones, con lujo de acuerdo a lo que el cliente requiera y con una gran diversidad en precios y comodidades que ofrece. Poseen grandes piscinas, temperadas, al aire libre, incluso algunos con agua marina, pudiendo disfrutar de un baño en agua salada, dentro de la comodidad y la seguridad de una piscina de un hotel resort. Grandes salones se encuentran, donde se realizan fiestas y diferentes espectáculos, la gran mayoría típicos de la zona donde se encuentra el hotel resort, que divierten a quienes se encuentran en él. Uno de los principales atractivos que tiene un hotel resort, es la diversidad de comidas y tragos que ofrece, ya que por lo general cuenta con varios centros de comida y bares repartidos por las instalaciones, que le permiten al turista tener variedad para elegir lo que desea beber o comer. (OMT)

## **1.3 MARCO LEGAL**

### **1.3.1 Ley de turismo:**

Capítulo I: de las actividades turísticas y su Categorización

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,

b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

### **1.3.2 Reglamento general de la ley de turismo:**

#### Capitulo II: del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público 11 de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Capítulo IV: de la licencia única anual de funcionamiento.

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

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Fuente:** Ministerio de Turismo

### **1.3.3 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas**

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

1. Alojamiento;
2. Servicio de alimentos y bebidas;
3. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
4. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
5. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
6. Hipódromos y parques de atracciones estables.

#### **Requisitos:**

##### *Personas Naturales*

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:

-Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum

-Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral

-Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

(Formulario del Ministerio de Turismo)

9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

10. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

#### *Personas Jurídicas*

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,

3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)

4. Copia de la cédula de identidad

5. Copia de la última papeleta de votación

6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.

7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual ( IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:

Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral

Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.  
(Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
12. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

**Procedimiento:**

- Recepción de requisitos y formalidades para el registro:

El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, sumillará aprobando el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento.

Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El Jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo

- Evaluación:

Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma

que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística
  - Tipo
  - Capacidad
  - Categoría
  - Dirección
  - Nombre del propietario
- 
- Luego de la Evaluación, se otorga la Clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la Normativa vigente. En estas Normativas se establecen todos los requerimientos.
  
  - Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:
    - Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística
    - Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución.

**Tiempo Estimado de Entrega:**

(15) Quince días laborables

### **1.3.4 Renovación de la licencia única anual de funcionamiento**

Todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año de acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo que dice: Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Según los convenios de descentralización y competencia de transferencia, los encargados de realizar este trámite serán los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

#### **Requisitos:**

1. Copia y Original del pago del Impuesto Predial.
2. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
3. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.(Formulario del Ministerio de Turismo)
4. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
5. Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento.

**Procedimiento:**

- Cliente ciudadano presenta en las oficinas del Ministerio de Turismo los requisitos descritos mencionados anteriormente.
- El funcionario del Ministerio de Turismo receipta y revisa la información, de estar completa se procede a la elaboración de la Licencia Anual de Funcionamiento, caso contrario se solicita al cliente ciudadano completar la información.
- La Licencia Anual de Funcionamiento es firmada por el Coordinador o Director Técnico Provincial del Ministerio de Turismo y es entregada al cliente ciudadano.
- La copia es archivada en el expediente del establecimiento.

**NOTA:** En Municipios Descentralizados el procedimiento de renovación lo realizan en cada jurisdicción (Municipios).

**Tiempo Estimado de Entrega:**

(2) Dos días laborables

## **1.4 METODOLOGÍA**

La creación de un Eco – Resort para parejas en la Playa de Canoa es la idea principal para cambiar la visión turística y el desarrollo económico – social de la playa en general, promoviendo a que este lugar sea el perfecto para vivir de una velada inolvidable.

La metodología propuesta para este proyecto de investigación es el análisis cuantitativo – deductivo con el fin de recolectar la información necesaria a través de instrumentos para conocer la factibilidad y los factores de riesgo que podría representar la construcción del Eco – Resort.

Para profundizar esta investigación se ha considerado:

Fuentes de investigación primaria, basada en una investigación de campo; la cual incluye recorridos la visita a la Playa de Canoa para conocer e identificar por medio de la observación todas las alternativas que oferta la playa al turista, y así crear nuevas opciones para los viajeros que disfrutan de esta paradisiaco lugar.

Fuente de investigación secundaria, tomando en cuenta fuentes relevantes como son libros, revistas, documentales, tesis, páginas de internet, en donde se da a conocer; la geografía, ubicación, desarrollo socioeconómico, educación, gastronomía y cultura de la comunidad; la misma que se manifiesta en el desarrollo del proyecto.

## 1.4.1 Método

### Método Cuantitativo- Deductivo

La investigación cuantitativa se basa en el uso de encuestas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando.

Se utiliza en diferentes ámbitos, desde estudios de opinión hasta diagnósticos para establecer políticas de desarrollo. Descansa en el principio de que las partes representan al todo; estudiando a cierto número de sujetos de la población (muestra) nos podemos hacer una idea de cómo es la población en su conjunto. Concretamente, se pretende conocer la distribución de ciertas variables de interés de una población. (Hueso y Cascant, 2012: p117)

Método deductivo: Es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, estadístico varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez en base a datos numéricos precisos. (Chung, 2008: p54)

Para poder llevar a cabo las encuestas se utilizan diferentes **técnicas de recolección de datos:**

- a) **cuestionarios**, se realizarán para recolectar información sobre las preferencias de nuestro mercado objetivo, determinar sus gustos y si aceptarían o no el proyecto planteado.
- b) **la entrevista estructurada**, se realizará entrevistas para esto con anticipación se desarrollarán preguntas estructuradas con el fin de tener una perspectiva de la situación de la parroquia para poder llevar a cabo el proyecto.

## **1.4.2 Técnicas de investigación**

En cuanto a las técnicas de investigación se utilizarán dos: técnica documental y técnica de campo.

La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva. (Jesús Ferrer, 2010: p76)

Entre algunas herramientas se cuenta con la observación directa, entrevistas y encuestas.

### 1.4.3 Tipos de estudio

De acuerdo a la información que queremos obtener y el nivel de análisis de la misma hemos determinado que usaremos el estudio exploratorio y descriptivo.

Estudios de tipo exploratorio.- tiene por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grado.

El investigador debe tener claridad acerca del nivel de conocimiento científico desarrollado previamente por otros trabajos e investigadores, así como la información no escrita que posean las personas que por su relato puedan ayudar a reunir y sintetizar sus experiencias.

Estudios descriptivos.- Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes.

El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como:

- 1) Establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.).
- 2) Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias, etc.)
- 3) Establecer comportamientos concretos.
- 4) Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.

## 1.5 UNIVERSO – POBLACIÓN

Se puede definir a la población estadística como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones.

La población o universo de nuestro proyecto estará conformada por los visitantes que ingresan a la provincia de Manabí, en la cual está situada la parroquia Canoa y constituye un total de 158,595 personas (Ministerio de Turismo, 2012), por lo tanto se considera una población infinita ya que sobrepasa los 100,000 elementos.

## 1.6 MUESTRA

Para motivos de estudios, es necesario establecer el tamaño de la muestra para poder realizar la investigación, reducir costos, simplificar procesos y sobre todo lograr que los resultados obtenidos sean representativos de la población.

Para determinar la muestra de nuestro proyecto utilizaremos la fórmula de población infinita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

**n**= Tamaño de la muestra

**Z<sub>2</sub>**= Grado de confianza que adopta los siguientes valores

**U**= Universo

**P**= Probabilidad de éxito

**Q**=Probabilidad de fracaso (1- p)

**E**= Error (entre el 1% y 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9416}{0.0025} = 384.16$$

Por tanto se ha determinado que el tamaño de la muestra es de 384 personas a encuestar como mínimo para lograr obtener información relevante que sirva para el desarrollo de los planes de marketing y demás estudios.

## **1.7 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Las técnicas a utilizar permiten recoger los datos concretos y específicos acerca de nuestro proyecto en la playa de Canoa, en este caso utilizaremos 3 importantes que son:

Entrevista.- Comienza desde un diálogo en el cual el entrevistador realiza preguntas abiertas o cerradas al entrevistado con el fin de obtener la información necesaria del tema en conocimiento.

Encuesta.- Una encuesta se basa en preguntas claras y precisas realizadas a la muestra de la población del proyecto; ésta sirve para adquirir datos estadísticos para conocer la factibilidad del proyecto.

Observación directa.- Es utilizada para observar detalladamente a las personas al momento de realizar su trabajo, esta técnica permite analizar cada detalle su desenvolvimiento tanto personal como grupal.

## 1.8 MODELO DE ENCUESTA

### ENCUESTA

**Edad:** 20 – 25  26 - 31  32 – 37  38 – 43

44 – 49  50 – 55  56 – 61

**Sexo:** F  M

**Estado civil:**

1.- ¿Con que frecuencia viaja usted al año?

- a) 1 – 3 veces
- b) 4 o más veces

2.- Prefiere viajar:

- a) solo
- b) en pareja
- c) con amigos
- d) en familia

3.- Si viaja en pareja prefiere:

- a) playa
- b) montaña
- c) destinos culturales

4.- Indique su motivo de viaje:

- a) trabajo
- b) entretenimiento
- c) salud
- d) otro

Si su respuesta es otro indique cual:

---

5.- ¿Le gustaría hospedarse en un lugar que cuente con todos los servicios turísticos como alimentación, hospedaje y entretenimiento?

- a) si
- b) no

6.- ¿Le gustaría alojarse en un resort creado exclusivamente para parejas?

- a) si
- b) no

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un resort?

- a) \$50 - \$100
- b) \$101 - \$150
- c) \$151 o más

8.- ¿Cuántas noches estaría dispuesto a pernoctar en Canoa?

- a) 1 – 3 noches
- b) 3 – 5 noches
- c) más de 5 noches

9.- ¿Cuál es el factor más importante al realizar viajes en pareja?

- a) entretenimiento
- b) ambiente del lugar
- c) gastronomía
- d) otros

Si escoge otros indique cuales:

---

10.- ¿Qué actividades le gustaría realizar con su pareja?

- a) masajes
- b) cabalgata
- c) deportes extremos
- c) otros

Si su respuesta es otros indique cual:

---

## 1.9 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

- Tabla de edades

Tabla 1: Persona por edades

Edad	N. de Personas	Porcentajes
20 – 25	15	3,91%
26 – 31	90	23,44%
32 – 37	112	29,17%
38 – 43	98	25,52%
44 – 49	52	13,54%
50 – 55	12	3,13%
56 – 61	5	1,30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

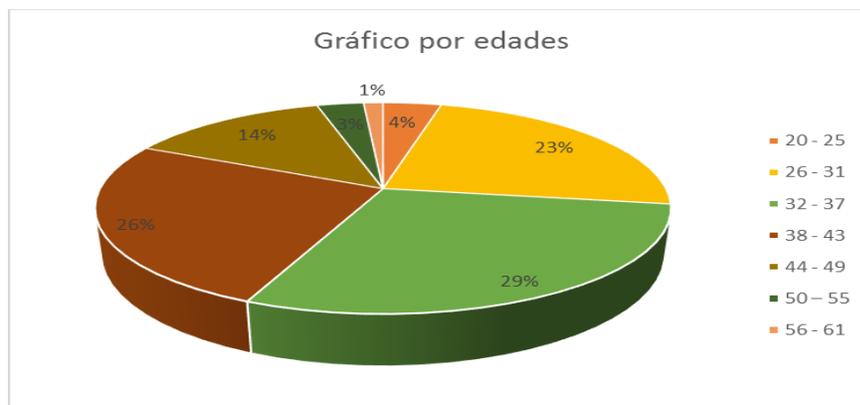


Gráfico 1: Análisis de personas por edades

Elaborado por: Las autoras

Las encuestas fueron realizadas a personas de edades comprendidas entre los 20 y 61 años teniendo como resultados que nuestro principal grupo entrevistado fue entre los 26 a 43 años con un total de 78.13% en total.

- Tabla de estado civil

Tabla 2: Persona por estado civil

Estado civil	N. de Personas	Porcentajes
<b>Casado</b>	117	30,47%
<b>Soltero</b>	108	28,13%
<b>Divorciado</b>	25	6,51%
<b>Unión libre</b>	134	34,90%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

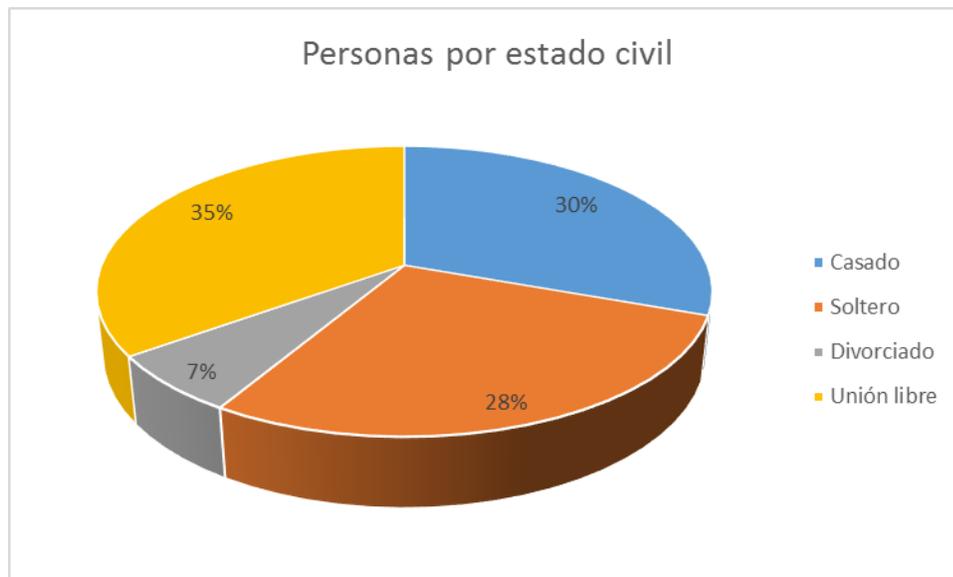


Gráfico 2: Análisis de personas por estado civil

Elaborado por: Las autoras

De las personas entrevistadas se puede deducir que en su mayoría se trata de personas que viven en unión libre y casados, para los cuales esta direccionado nuestro proyecto.

- Lugar de procedencia

Tabla 3: Persona por lugar de residencia

Lugar de procedencia	N. de Personas	Porcentajes
Canadá	14	3.65%
Estados Unidos	74	19.27%
Colombianos	38	9.90%
Chilenos	19	4.95%
Guayaquil	70	18.23%
Alemania	16	4.17%
Perú	20	5.21%
Quito	63	16.41%
Manta	70	18.23%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Las autoras

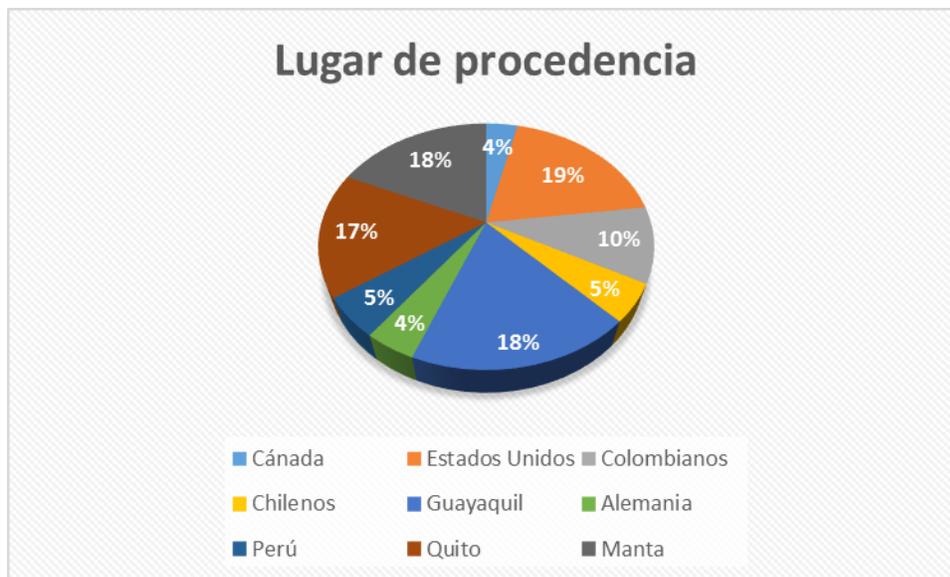


Gráfico 3: Análisis de lugar de procedencia

Elaborado por: Las autoras

Esta pregunta se realizó con el propósito de conocer el lugar de procedencia de los visitantes de Canoa para poder determinar cuál será nuestro mercado objetivo y a qué sector debemos dirigir nuestro marketing y publicidad.

Podemos determinar que nuestro mayor procedencia de visitantes extranjeros es de Estados Unidos con un total de 18%, además vemos que también se cuenta con una gran cantidad de visitantes nacionales procedentes de las ciudades de Guayaquil, Quito y Manta con porcentajes similares, esto significa que nuestro mercado meta está direccionado a esas ciudades.

- ¿Con que frecuencia viaja usted al año?

Tabla 4: Frecuencia de viaje

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
<b>1 - 3 Veces</b>	200	52,08%
<b>4 o Más veces</b>	184	47,92%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

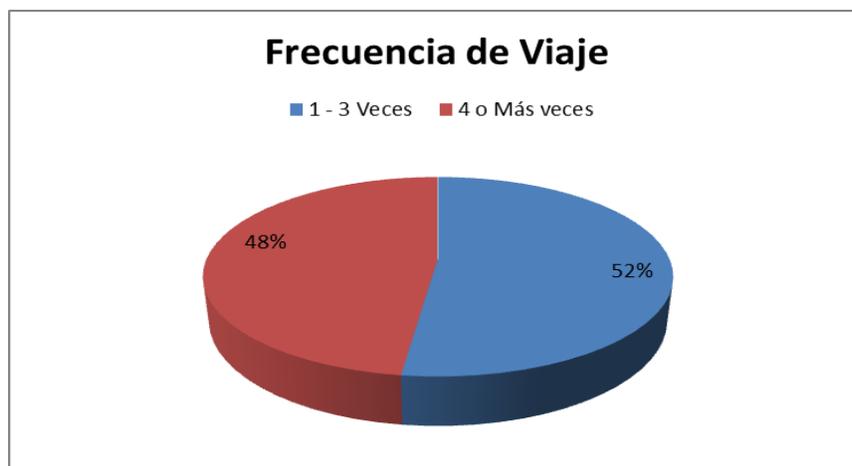


Gráfico 4: Análisis de frecuencia de viajes  
Elaborado por: Las autoras

El Gráfico demuestra una mínima diferencia de las veces en que los turistas viajan al año pues el 52,08% lo hace de 1 a 3 veces al año, mientras que el 47,92% lo hace 4 veces o más.

- Prefiere viajar:

Tabla 5: Preferencia de viajes

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Solo	50	13,02%
En pareja	150	39,06%
Con amigos	81	21,09%
En Familia	103	26,82%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

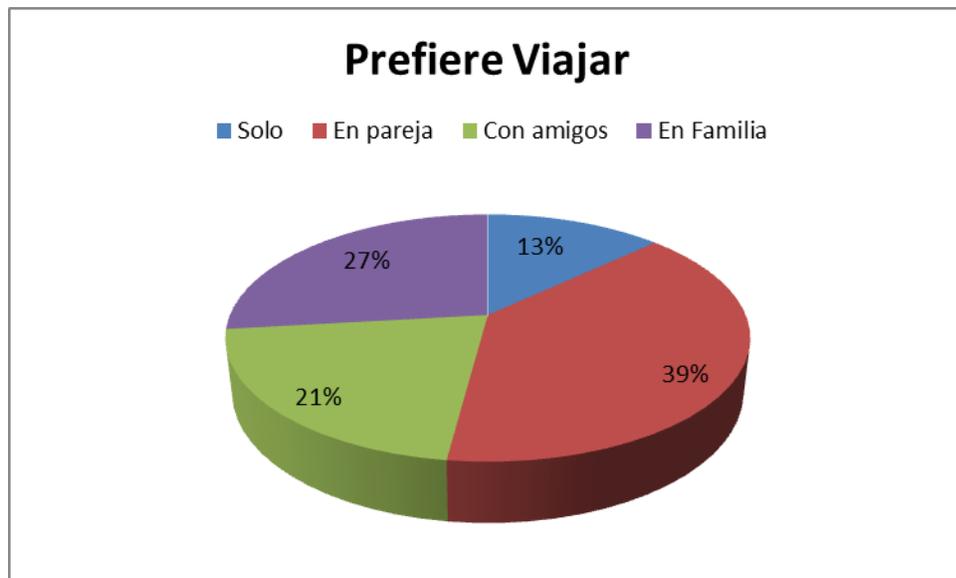


Gráfico 5: Análisis de personas por preferencia de viajes

Elaborado por: Las autoras

El resultado demuestra que las personas encuestadas viajan mas en pareja lo cual nos brinda la facilidad de poder promocionar actividades para atraer y

conquistar la parte del mercado que nos interesa; el 27% de las personas viajan en familia.

- Si viaja en pareja prefiere:

Tabla 6: Preferencia de destinos

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
<b>Playa</b>	249	64,84%
<b>Montaña</b>	103	26,82%
<b>Destinos culturales</b>	32	8,33%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 6: Análisis de personas por preferencia de destinos  
Elaborado por: Las autoras

El Ecuador se caracteriza por sus hermosas playas, es por esta razón los turistas las prefieren como destino de vacaciones con un 64,84%, en la encuesta realizada siendo satisfactorio para continuar con el proyecto.

- Indique su motivo de viaje:

Tabla 7: Motivo de viaje

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
<b>Trabajo</b>	77	20,05%
<b>Entretenimiento</b>	283	73,70%
<b>Salud</b>	10	2,60%
<b>Otros</b>	14	3,65%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 7: Análisis de personas por motivo de viaje

Elaborado por: Las autoras

El mayor porcentaje es de personas que viajan a Canoa por motivos de entretenimiento lo cual nos ayuda a conocer en donde enfocar las diferentes actividades que tendríamos en el hotel como paseos, excursiones, etc. Por otro lado el 20% nos refleja que mucha gente también podría ir al hotel por motivo de trabajo, para lo cual se podría incorporar salas de reuniones amplias.

- ¿Le gustaría hospedarse en un lugar que cuente con todos los servicios turísticos como alimentación, hospedaje y entretenimiento?

Tabla 8: Nivel de aceptación de un resort

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Si	264	68,75%
No	120	31,25%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 8: Análisis del nivel de aceptación de un resort en Canoa

Elaborado por: Las autoras

Esta pregunta da a conocer que la mayoría de personas si están de acuerdo en que la estadía del hotel cuente con todos los servicios para la mayor satisfacción de las personas.

- ¿Le gustaría alojarse en un resort creado exclusivamente para parejas?

Tabla 9: Nivel de aceptación de un resort de parejas

<b>Respuesta</b>	<b>N. de Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Si</b>	305	79,43%
<b>No</b>	79	20,57%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

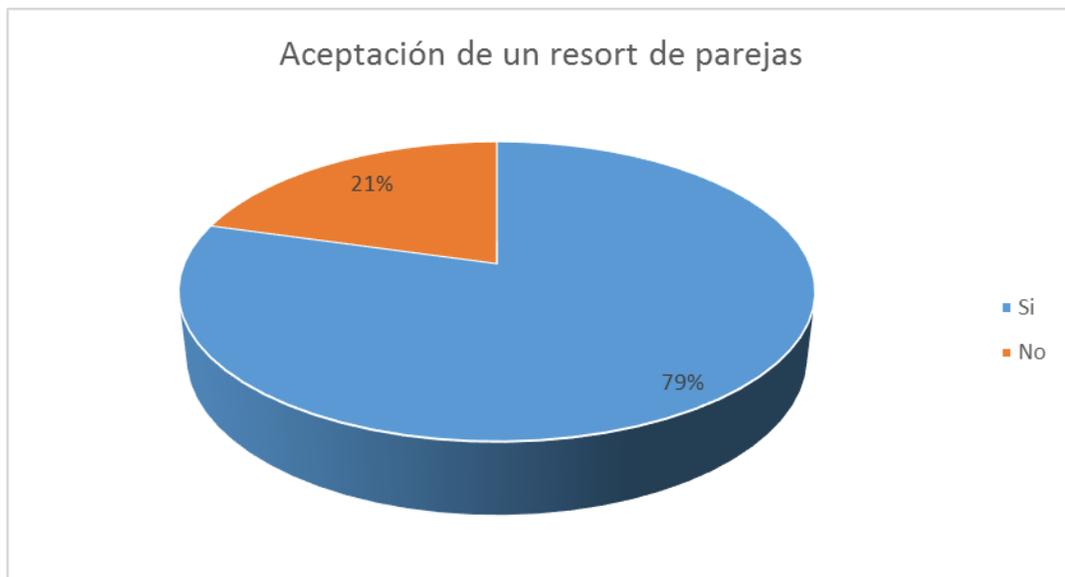


Gráfico 9: Análisis del nivel de aceptación de un resort de parejas en Canoa  
Elaborado por: Las autoras

Esta pregunta se realizó para saber el nivel de aceptación de nuestra propuesta, en la cual obtuvimos que el 79 % de los encuestados respondió afirmativamente a nuestra propuesta indicando que si se alojarían en un resort con la temática de parejas.

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un resort?

Tabla 10: Precio a pagar

<b>Precio</b>	<b>N. de Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>50 – 100</b>	256	66,67%
<b>101 – 150</b>	101	26,30%
<b>150 o más</b>	27	7,03%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

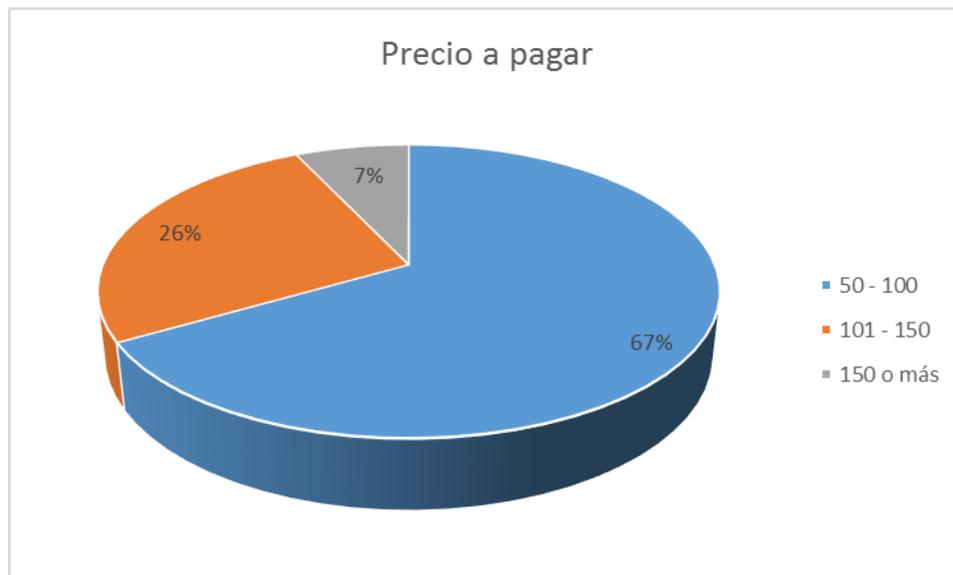


Gráfico 10: Análisis de precios aceptados

Elaborado por: Las autoras

Esta pregunta se formula con la intención de saber el valor que estarían dispuestos a pagar por una noche en un resort, la mayor respuesta que se obtuvo es de 50 a 100 dólares por noche por persona que representa el 67% de los encuestados, otro dato curioso es que casi la tercera parte, es decir un 27% si está dispuesto a pagar entre 101 y 150 dólares por persona por noche si los servicios ofrecidos son de calidad.

- ¿Cuántas noches estaría dispuesto a pernoctar en Canoa?

Tabla 11: Número de noches a pernoctar en Canoa

N° de noches	N. de Personas	Porcentajes
<b>1 a 3</b>	198	51,56%
<b>3 a 5</b>	160	41,67%
<b>5 o más noches</b>	26	6,77%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

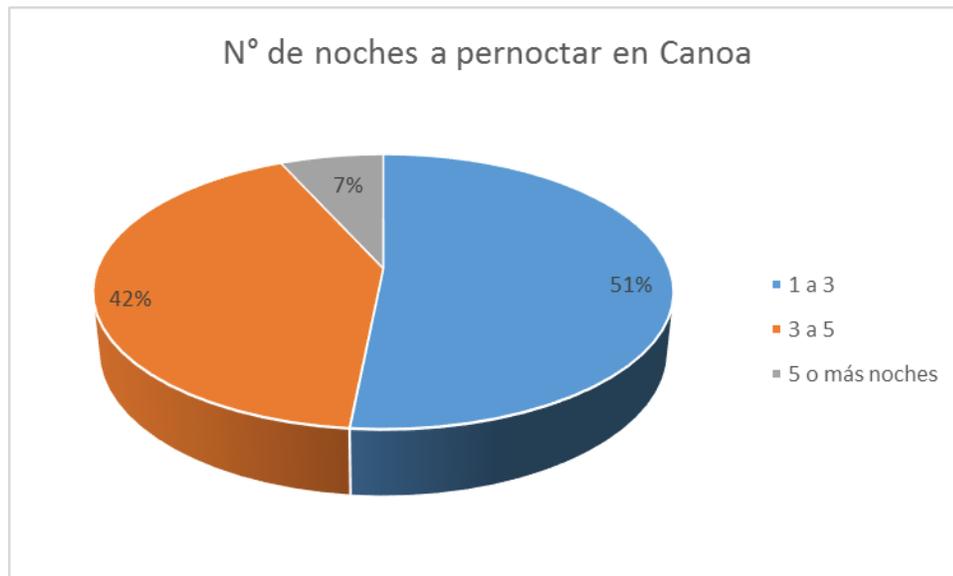


Gráfico 11: Análisis de número de noches que pernoctan las personas en Canoa

Elaborado por: Las autoras

El mayor número de encuestados, es decir un 51% prefiere pasar entre 1 a 3 noches en Canoa; pero no se diferencia demasiado de la segunda opción que obtuvo un 42% de personas que indicaron que están dispuestos a pernoctar entre 3 a 5 días. Esto se debe tomar en cuenta para la propuesta de actividades, para que la misma sea amplia.

- ¿Cuál es el factor más importante al realizar viajes en pareja?

Tabla 12: Factor más importante al realizar viajes en pareja

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
<b>Entretenimiento</b>	189	49,22%
<b>Decoración</b>	135	35,16%
<b>Gastronomía</b>	47	12,24%
<b>Otros</b>	13	3,39%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

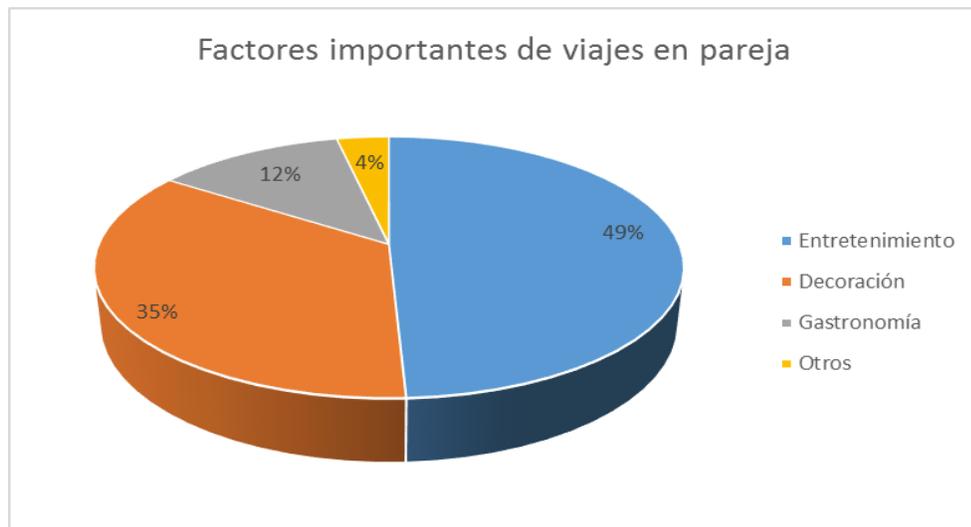


Gráfico 12: Análisis del factor más importante en los viajes en pareja.  
Elaborado por: Las autoras

Deducimos que el factor más importante para aquellas personas que viajan en parejas es las opciones de entretenimiento, es decir las actividades que se puedan realizar ya que obtuvo un 49%, además de esto la decoración del lugar también figura como una opción importante y a tomar en cuenta al momento de diseñar nuestro resort; por otra parte aquellas personas que indicaron otros dieron como opción que lo más importante para ellos era comodidad y privacidad en las instalaciones.

- ¿Qué actividades le gustaría realizar con su pareja?

Tabla 13: Actividades a ofertar

Actividades	N. de Personas	Porcentajes
<b>Masajes en pareja</b>	118	30,73%
<b>Cabalgatas</b>	138	35,94%
<b>Deportes extremos</b>	97	25,26%
<b>Otros</b>	31	8,07%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Las autoras

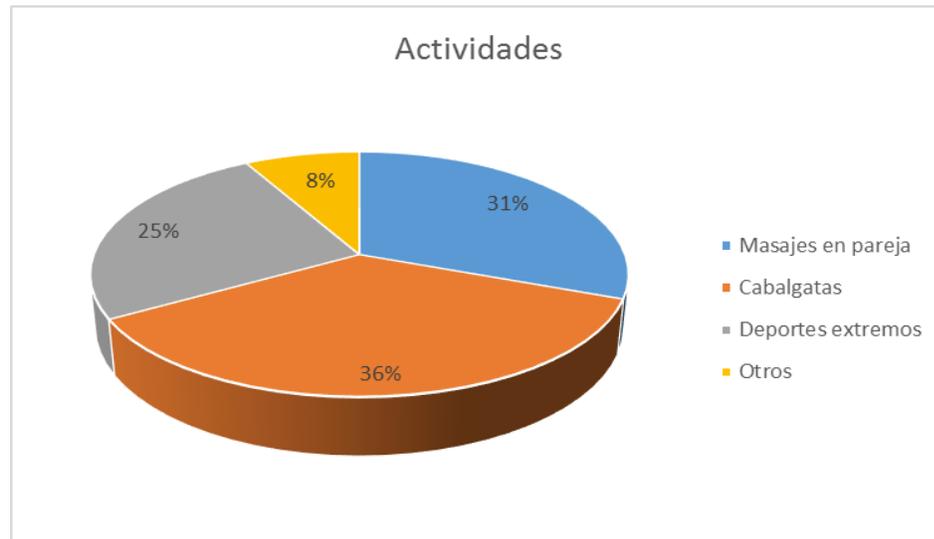


Gráfico 13: Análisis de actividades preferidas por los turistas

Elaborado por: Las autoras

Esta pregunta se realizó con la intención de conocer que actividades tendrían la aceptación por parte de nuestros posibles usuarios, en la cual nos damos cuenta que las cabalgatas obtuvieron un mayor porcentaje (36%), pero aún así las demás actividades también gozan de aceptación. Por otro lado las personas que indicaron otros escogieron actividades como piscina, buceo y baile como actividades que les gustaría se realice en el resort.

## **1.10 ENTREVISTA A REALIZAR**

Dentro de nuestro proyecto se realizarán dos entrevistas fundamentales a personas que están inmersas y empapadas de la situación actual de la comuna para lo cual se han preparado las siguientes preguntas:

Entrevista al presidente de la Junta Parroquial de Canoa

- ¿Cuál es la situación actual del turismo en la comuna?
- ¿Se reciben más turistas extranjeros o nacionales?
- ¿Se han desarrollado capacitaciones relacionadas a la calidad de servicios turísticos con los proveedores de los mismos?
- ¿Cuáles son los problemas más representativos que existen en la comuna?
- ¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso de los comuneros?

Entrevista al Director del Dpto. de Turismo del Cantón San Vicente:

- ¿Cuál es la situación actual del Turismo en Canoa?
- ¿Cuenta actualmente el Municipio con planes de desarrollo turístico que incluyan a Canoa?
- ¿Existe apoyo por parte de su gobierno para nuevos proyectos que se desarrollen en el Cantón?
- ¿Cuáles son los principales problemas de la comuna de Canoa?
- ¿Cuáles son las festividades más concurridas del cantón?
- ¿Piensa usted que sería viable la creación de un eco resort orientado al turismo de pareja en la zona?

## **1.11 PRESENTACIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS**

El día 2 de julio del presente año nos dirigimos al cantón San Vicente para poder reunirnos con el Abogado Javier Vargas Andrade quién es el Director del Departamento de Turismo del cantón al cual pertenece la parroquia Canoa.

La entrevista se llevó a cabo en las oficinas del ITUR, en donde amablemente el Ab. Javier Vargas estuvo dispuesto a colaborarnos con toda la información solicitada. Inició la entrevista indicándonos que llevaba recién alrededor de 30 o 40 días desempeñando el cargo, puesto que recién se habían llevado a cabo las elecciones y posteriores posicionamientos de las nuevas dignidades, por lo cual se encontraban realizando un diagnostico general de la situación tanto del Municipio como del Departamento de Turismo que él preside.

Nos abordó un poco acerca de la situación de Canoa, nos indicó el crecimiento que ha tenido en los últimos 15 años puesto que antes no era un lugar turístico y solo era un pueblo de pescadores, pero con el esfuerzo del Gobierno y de las autoridades locales lograron desarrollar a Canoa como un producto turístico aunque aún faltan muchas mejoras que son necesarias para que se puedan seguir desarrollando proyectos en la parroquia y el cantón.

Nos indicó que actualmente el Gobierno Nacional se encuentra interesado en promover de manera turística la zona, los planes de desarrollo propuestos para el año 2015-2016 son los siguientes:

- Creación de un nuevo malecón.
- Implementar un centro de facilidades turísticas.
- Implementar los servicios básicos (alcantarillado y agua potable) para toda la población.
- Creación de un terminal terrestre.

-Proyectos de ordenamiento territorial y zonificaciones junto con la Dirección de Planificación Municipal y la Secretaría de Riesgos.

Entre los principales problemas que enfrenta Canoa en la actualidad está la falta de servicios básicos por lo cual dentro de sus proyectos de desarrollado cuentan como primer punto la implementación de los mismos para toda la comunidad.

Canoa actualmente está siendo visitado por turistas mochileros por lo cual también se desea implementar más servicios y comodidades y así poder cambiar el tipo de visitantes que acuden a las playas; para lo cual se creará también el malecón, el cual estará implementado desde el río Canoa a lo largo de la playa hasta la última manzana que hay habilitada, dentro de él se establecerán módulos octogonales tipo panales de abeja en donde se reubicarán a las personas que actualmente se encuentran trabajando en el malecón, además se contarán con baterías sanitarias dispuestas por varios lugares a lo largo del mismo, también se implementarán puestos de surf.

Se implementará también un sendero ecológico en apoyo con el Banco del Estado en el río Muchacho donde se encontrarán los manglares en la playa virgen de Canoa.

Otra de las metas es la socialización de la Ley de Turismo, se planean mesas redondas con empresarios turísticos para dar a conocer todas las ventajas que ofrece en la actualidad la ley de turismo para aquellos que quieran implementar un negocio turístico y de esta manera incentivar la inversión local y extranjera.

Entre los principales negocios que se desean incentivar es el transporte turístico puesto que en la actualidad Canoa no cuenta con un transporte turístico. Cabe recalcar que en esta entrevista también participó la Arquitecta Ángela Cruz quien es la Directora de Planificación del GAD del Cantón San Vicente.

## CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 FUERZAS PORTER

**1.- Entrada de nuevos competidores:** El mercado de los resorts es relativamente nuevo en Ecuador por lo cual nos vemos amenazados a que día a día aparezcan más proyectos relacionados con este tipo de establecimientos en el Ecuador. Los resorts ecológicos, son establecimientos que comparten las características de los resorts como es el famoso “todo incluido” y las diferentes ofertas de diversión y entretenimiento ofrecidas en el mismo espacio para no tener la necesidad de salir del establecimiento. A diferencia de un resort, el Eco - Resort se basa en que sus instalaciones deben ser construidas siguiendo todos los estándares necesarios para prevenir los impactos negativos que pueden darse en la zona en la cual se va a establecer. Adicional a esto, las instalaciones, los servicios, y las ofertas de entretenimiento deben ser enfocados al turismo ecológico y natural, aprovechando las ofertas turísticas naturales de la zona en la cual se ha establecido.

Este tipo de establecimiento es más común en la región amazónica debido a la riqueza natural de la zona, pero no se puede negar que nuestras costas, especialmente las de la provincia de Manabí, que cuentan con una riqueza paisajística y natural inigualable, de la cual se puede tomar ventaja y establecer centros como el propuesto para desarrollar el turismo local e internacional.

Debido al fuerte apoyo del gobierno al sector turístico, es muy probable que se encuentre muchos competidores nuevos, que al descubrir el potencial del mercado propuesto quieran ingresar con sus ideas de negocio, por eso se debe enfocar en el servicio, calidad y diferenciación.

**2.- La amenaza de sustitutos:** Los sustitutos son los productos o servicios con características distintas al que ofrecemos nosotros pero que sin embargo satisfacen la

misma necesidad. Por ejemplo: Si una persona tiene sed, necesita un líquido que satisfaga la necesidad de beber algo, ella puede escoger entre agua y un jugo, ambos tienen características distintas pero pueden satisfacer la misma necesidad.

En mercado escogido si existen productos sustitutos como lo son los resort ubicados en la provincia de Santa Elena y Esmeraldas pertenecientes a la cadena de los Royal Decameron. Una ventaja es que ninguno de ellos está ubicado en la zona en la cual deseamos establecer el nuestro, pero si existen diferentes hoteles, hostales con servicios de entretenimiento incluido que pueden ser preferidos por nuestros potenciales clientes.

**3.- El poder de negociación de los compradores:** Los compradores, en este caso los potenciales clientes son los que van a adquirir el producto, al ser los únicos que ofreceremos este servicio no podrán tener mayor poder y deberán aceptar nuestras condiciones, son una de las ventajas de ser únicos en un mercado; pero hay que saberla manejar de manera inteligente porque aunque seamos únicos existen sustitutos que pueden ganar nuestro mercado.

**4.-El poder de negociación de los proveedores:** Al tratarse de una empresa nueva en el mercado, el poder de negociación con los proveedores es alto para ellos puesto que son los que deciden en mayor parte precios, movilizaciones, fechas de entrega, etc. Por eso al momento de seleccionar los posibles proveedores se debe analizar correctamente al que se acerque más a las necesidades y exigencia del presente proyecto, y brinde mayores facilidades.

El nivel de amenaza es medio puesto que no existen muchos proveedores que gocen de prestigio y calidad en la zona por tanto se deben escoger los mejores o en todo caso acudir a otros más lejanos que garanticen la calidad de los productos que se van a

ofrecer en cuanto a servicio de alimentación y bebidas así como el equipamiento del resort.

**5.- Rivalidad entre los competidores existentes:** La rivalidad en la zona no es muy marcada, debido a que se trabaja con un turismo comunitario donde la meta es maximizar los ingresos a la comunidad y no crear rivalidades entre ellos. Podemos seguir con ese modelo al realizar la inclusión de la comunidad en el proyecto, así el beneficio sería para ambas partes, y se puede trabajar de una manera tranquila y colaborativa.

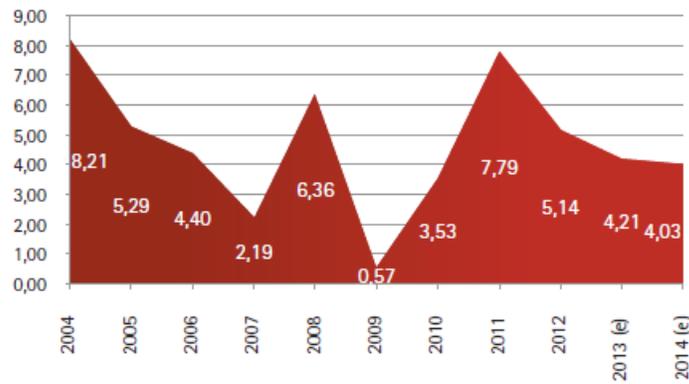
## 2.2 ANALISIS PETA

**1.- Político:** El entorno político en el Ecuador está tomando al turismo como uno de los principales carta de presentación del país gracias al apoyo que brinda el Presidente de la República, Rafael Correa; y mediante su representante en el Ministerio de Turismo, Sandra Naranjo que ha trabajado de una manera positiva para el desarrollo de la industria, y el mismo que tiene como objetivo la búsqueda y aplicación de un turismo consciente, más que un turismo sustentable en los últimos meses el ministerio del turismo lanzo la campana de "All You Need Is" Ecuador en la cual se busca dar a conocer los sitios turísticos del Ecuador en todo el mundo. Por otro lado el gobierno ayuda a la entrada de nuevos inversionistas para mejorar el sector turístico dando préstamos de capital para la realización de proyectos del sector turístico y hotelero.

**2.- Económico:** La situación económica del Ecuador no representa un factor de alto riesgo para el proyecto puesto que la economía del país ha ido creciendo en estos últimos meses.

El crecimiento económico para este año del país oscila entre el 4% y el 4,02% según el FMI.

### Evolución del PIB



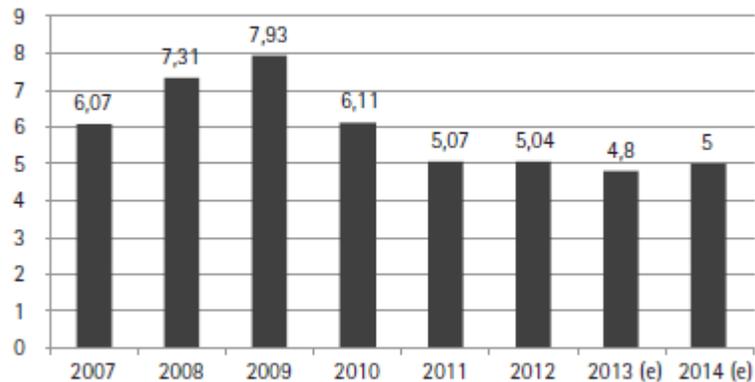
Fuente: Banco Central del Ecuador, UIEM / (e): valor estimado

Gráfico 14: Evolución del PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según este mismo organismo, la inflación para este año es de 2,08%, cuatro décimas más que el año anterior; mientras que el desempleo se mantiene en un 5%.

### Tasa de desempleo



Fuente: INEC, UIEM / (e): valor estimado

Gráfico 15: Tasa de desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Este gobierno que preside el Sr. Rafael Correa, ha decidido impulsar el turismo con el propósito de convertirlo en el tercer rubro del país, la intención es aumentar en un 15% el ingreso de turistas al país y entrar a la lista de las potencias turísticas del mundo.

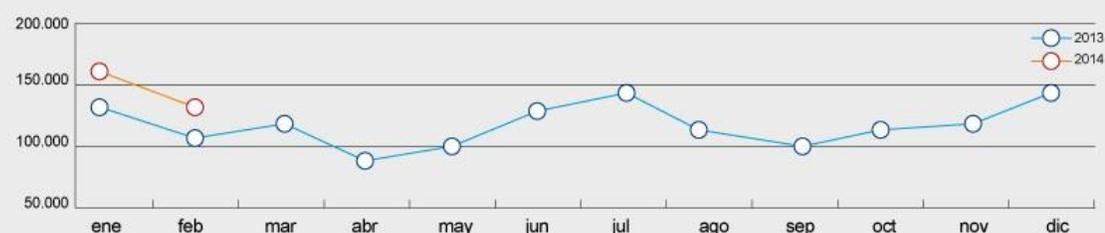
## Principales indicadores DE TURISMO

Cifras clave



## Llegadas de extranjeros al Ecuador

Llegadas mensuales

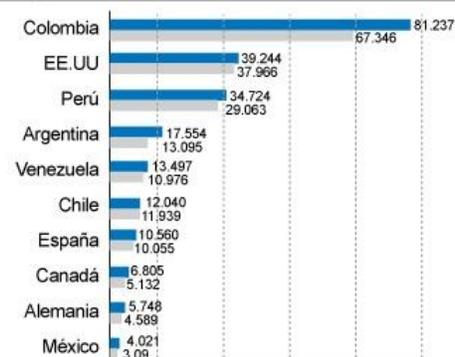


## Llegadas jefatura de migración

Jefatura	enero		febrero		enero-febrero	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.061	53.670	43.488	52.796	91.549	106.466
Guayas	27.662	30.578	26.403	29.079	54.065	59.657
Carchi	31.801	39.657	13.042	16.816	44.843	56.473
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	36.195	40.273
Loja	1.208	1.268	1.097	1.356	2.305	2.624
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	5.653	11.667
<b>Total</b>	<b>130.842</b>	<b>152.576</b>	<b>103.768</b>	<b>124.584</b>	<b>234.610</b>	<b>277.160</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

## Principales mercados turísticos al Ecuador



Diseño: Juan Carlos Morán Calderón

Gráfico 16: Llegada de extranjeros a Ecuador.  
Fuente: Ministerio de Turismo

Ecuador recibió 1670 millones de visitantes en el 2013, de los cuales 30000 fueron de procedencia alemana, 250000 procedentes de USA y 19000 de Brasil, Ecuador fue el tercer país en incremento de visitantes en Latinoamérica superado por Colombia y Perú.

Actualmente se está trabajando en dos campañas turísticas “Ecuador Potencia Turística” y “All you need is Ecuador” que buscan posesionar a Ecuador en el turismo mundial y generar cerca de 1500 millones de dólares sin contar con las plazas de empleo que esta industria genera.

Como vemos el acelerado pero constante crecimiento turístico de Ecuador afecta positivamente la economía del país.

**3.- Tecnológico:** El factor tecnológico en el país es otro sector que se está desarrollando lo cual afecta de manera positiva al proyecto, el aumento del uso de herramientas tecnológicas en el país es innegable, hoy en día los hogares ecuatorianos cuentan con internet, cable, líneas telefónicas en su mayoría lo cual facilita el comercio en el país.



Gráfico 17: Uso de Internet  
Fuente: INEC

El uso de estas herramientas puede ser aprovechado de manera positiva para llegar directamente a los consumidores. Además de esto, actualmente el país cuenta con conocimientos de tecnología ambientalmente amigable que es a lo que está enfocado el proyecto.

**4.- Social:** El aspecto social de Ecuador cabe destacar en primer lugar por lo positivo son sus tradiciones. Una de las mayores fuentes de riqueza es, sin lugar a dudas, el carnaval, que se extiende por todas las zonas del país y que cuenta con múltiples particularidades. Manifestaciones tradicionales de estas fiestas son, por ejemplo, el festival Pawkar Raymi en Peguche, el carnaval de Guaranda, la fiesta del Coangue, el Taita Carnaval o la Fiesta de las Flores y la Fruta. A esta última fiesta, por ejemplo, que se celebra en Ambato, acuden cada año alrededor de 300 mil turistas. (Andrea Jaén 2012)

Además de la fiesta, y como en todas las sociedades, Ecuador es un país cuyos aspectos sociales tienen una cara menos amable. La primera de ellas es la de los derechos de los indígenas, muchas veces vulnerados. De hecho, en los últimos tiempos han sido notorios los problemas entre diferentes colectivos indígenas y el Presidente Rafael Correa. Determinados sectores de la opinión pública le acusan de haber vulnerado derechos recogidos en la Constitución y que teóricamente defienden a los trabajadores, los campesinos, los estudiantes, los maestros, la naturaleza y los periodistas. Por otro lado, se le acusa de no proteger las riquezas del país ante los intereses de las transnacionales, algo que debería estar garantizado por el Mandato de la Constituyente de Montecristi. Los grupos indígenas forman una plataforma en defensa de intereses nacionales como la aprobación de la llamada “Ley de Aguas, Ley de tierra y territorios para la revolución Agraria”, que protege a los territorios (sobre todo al Amazonas) para que las grandes corporaciones mineras y petroleras no se hagan con el control económico de los mismos.(Andrea Jaén 2012: 43).

También es necesario analizar la situación social que se vive en la provincia en donde se desarrollará nuestro proyecto en este caso Manabí, presentamos un gráfico que nos mostrarán la realidad de la población.

## ¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres****	Analfabetismo	Edad promedio
24 de Mayo	14.901	2,2%	13.945	2,0%	28.846	9.069	9.063	7.492	481,2	20,0%	31
Bolívar	20.814	3,0%	19.921	2,9%	40.735	11.326	11.308	9.555	395,6	9,7%	29
Chone	63.283	9,2%	63.208	9,3%	126.491	35.938	35.898	30.543	405,0	11,0%	28
El Carmen	45.517	6,6%	43.504	6,4%	89.021	24.957	24.937	21.130	445,7	10,9%	26
Flavio Alfaro	12.909	1,9%	12.095	1,8%	25.004	7.361	7.359	5.989	469,6	12,8%	27
Jama	11.850	1,7%	11.403	1,7%	23.253	4.096	4.087	3.804	458,2	10,9%	25
Jaramijó	9.511	1,4%	8.975	1,3%	18.486	5.107	5.104	4.373	480,5	9,7%	25
Jipijapa	36.071	5,2%	35.012	5,1%	71.083	23.155	23.135	18.842	400,3	12,5%	31
Junín	9.750	1,4%	9.192	1,4%	18.942	5.563	5.562	4.763	387,4	11,7%	30
Manta	111.403	16,2%	115.074	16,9%	226.477	67.554	67.447	56.573	355,6	5,4%	28
Montecristí	35.304	5,1%	34.990	5,1%	70.294	21.200	21.192	17.741	417,6	9,0%	27
Olmedo	5.083	0,7%	4.761	0,7%	9.844	3.018	3.017	2.526	489,9	20,7%	29
Paján	19.529	2,8%	17.544	2,6%	37.073	12.188	12.184	10.151	534,1	21,9%	30
Pedernales	28.420	4,1%	26.708	3,9%	55.128	14.275	14.251	11.921	580,9	17,1%	24
Pichincha	15.673	2,3%	14.571	2,1%	30.244	8.214	8.209	6.908	538,2	18,9%	26
Portoviejo	137.969	20,0%	142.060	20,9%	280.029	81.871	81.814	70.428	342,5	6,7%	29
Puerto López	10.564	1,5%	9.887	1,5%	20.451	6.131	6.098	5.023	504,1	12,3%	27
Rocafuerte	16.922	2,5%	16.547	2,4%	33.469	10.049	10.048	8.740	387,0	8,3%	29
San Vicente	11.264	1,6%	10.761	1,6%	22.025	6.861	6.824	5.676	427,5	12,7%	28
Santa Ana	24.093	3,5%	23.292	3,4%	47.385	13.603	13.590	11.294	437,4	17,6%	29
Sucre	28.942	4,2%	28.217	4,1%	57.159	18.682	18.645	15.049	384,2	10,1%	29
Tosagua	19.527	2,8%	18.814	2,8%	38.341	10.661	10.651	9.449	388,9	11,6%	29
<b>Total</b>	<b>689.299</b>	<b>100%</b>	<b>680.481</b>	<b>100%</b>	<b>1.369.780</b>	<b>400.879</b>	<b>400.423</b>	<b>337.970</b>			

\* Particulares y colectivas \*\* Particulares \*\*\* Particulares ocupadas con personas presentes \*\*\*\* Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Gráfico 18: Situación de los cantones de Manabí.  
Fuente: INEC

**5.- Ambiental:** La Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. Está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo. (limpias, 2007: 16)

El Ministerio del Ambiente dispone, por su parte, debe coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las

normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental. (limpias, 2007: 28)

Impulsar la reforestación en la provincia y la creación de los huertos familiares como mecanismo directo para promover cultivos orgánicos y la seguridad alimentaria. Control de químicos en los ríos y esteros. (César Rohón, 2014: 42)

Plantear la reforestación de la provincia, porque con los árboles recuperamos el aire puro y traemos las lluvias. Hay que equilibrar eso porque no con ese pretexto no vamos a parar la producción. (Honorio Santistevan, 2014: 17)

## 2.3 ANÁLISIS FODA

### 1.-Fortalezas:

- ✓ La idea de negocio es innovadora e incluye a la comunidad.
- ✓ Se cuenta con personal capacitado para dar un servicio de primera.
- ✓ Al usar el sistema todo incluido maximizaremos los ingresos.
- ✓ Diseño ecológico pero con comodidades de un hotel de 4 estrellas.
- ✓ Todos los servicios turísticos en un solo espacio.

### 2.-Oportunidades:

- ✓ Canoa se encuentra en auge turístico.
- ✓ El turismo de sol y playa siempre será tendencia.
- ✓ Se cuenta con el apoyo del gobierno a nivel nacional, cantonal y provincial para la realización de proyectos turísticos.
- ✓ La zona goza de excelente promoción turística por parte del Gobierno.
- ✓ Es un lugar muy visitado tanto por nacionales y extranjeros.
- ✓ La ubicación permite gozar de vistas espectaculares y atractivos paisajes.
- ✓ El Turismo ecológico y comunitario están en auge.

### 3.-Debilidades:

- ✓ Presupuesto limitado, poca capacidad de endeudamiento, por lo que se tiene que buscar socios.
- ✓ Falta de alianzas con operadores de la zona para trabajar en conjunto.
- ✓ Falta de estrategias de diferenciación.

#### **4.- Amenazas:**

- ✓ Nuestro eco resort estaría ubicado en una zona muy cercana al Resort de la ciudad de Mompiche de la cadena Decameron.
- ✓ Factores de riesgo ambiental.
- ✓ Hoy en día hay menos matrimonios y más divorcios.

## **CAPÍTULO 3: ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **3.1 RAZÓN SOCIAL**

Isla Corazón Eco - Resort S.A. corresponde a la razón social del proyecto, hemos considerado la creación de una sociedad anónima que es una compañía cuyo capital está dividido en acciones negociables, esta sociedad está formada por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. Esta sociedad requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución.

### **3.2 OBJETO SOCIAL**

Se tiene por objeto lo siguiente:

- La planificación, construcción, administración y promoción del resort.
- Alquiler de los bungalows del resort así como de las demás áreas sociales del mismo.
- Promoción y venta de los tour diarios como parte de las actividades que oferta el resort.
- Alquiler de equipos necesarios para disfrutar de las actividades propuestas por el resort.
- Adquisición de bienes y materiales necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento.

### 3.3 LOGO



Gráfico 19: Logo  
Elaborado por: Las autoras

### 3.4 SLOGAN

El lugar perfecto... para revivir el momento.

### 3.5 MISIÓN

Somos un equipo comprometido a brindar a cada huésped una experiencia única que le permita sentir lo mejor de nuestro país, la magia de sus paisajes y su incomparable gastronomía; conjugando aventura, descanso y romanticismo, cuidando de cada detalle para hacer de su experiencia en pareja inolvidable.

### 3.6 VISIÓN

Convertirnos en el mejor Eco – Resort, líder en el mercado, gozando de la preferencia de nacionales y extranjeros por nuestras instalaciones diseñadas para el respeto al medio ambiente y la diversión.

### **3.7 VALORES**

Los valores de nuestra institución son:

- Respeto al medio ambiente.
- Alegría, entusiasmo y simpatía
- Honestidad y Transparencia
- Confianza.
- Compromiso y amor por el trabajo.

Sin duda alguna cada uno de los valores forman parte de la cultura corporativa diseñada para que todos los colaboradores del Eco - Resort tengan presente la importancia del servicio al cliente, y demuestren al mismo que son fundamentales para la empresa, sin dejar de lado el reconocimiento que reciben los colaboradores en el Eco - Resort.

### 3.8 ORGANIGRAMA

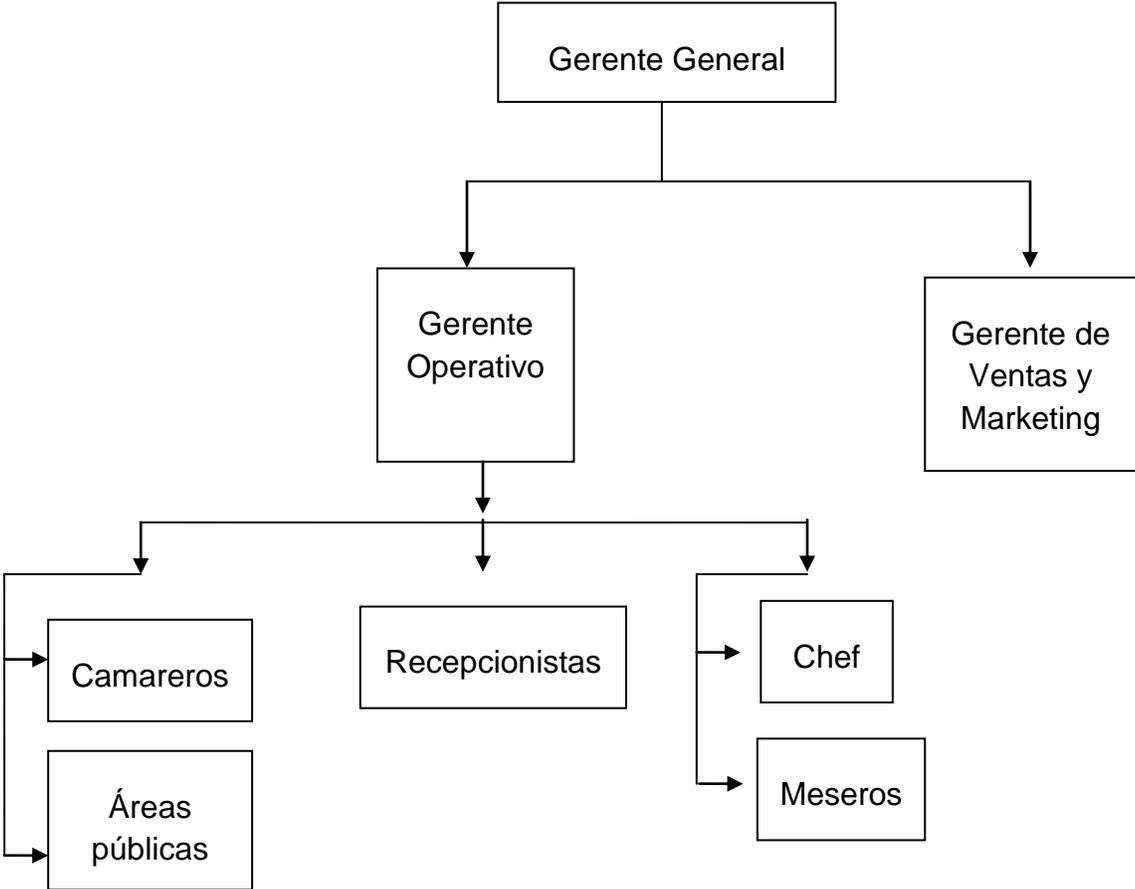


Gráfico 20: Organigrama  
Elaborado por: Las autoras

### **3.9 PERMISOS AMBIENTALES**

#### **Licencia Ambiental**

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

#### Procedimiento

1. El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE). Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección

o Ciudad

o Calle No.

o Teléfono No.

o E-mail

- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM (Datum PSAD56).
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial No. 068.

2. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas

(SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del Número de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

3. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TdR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoria Ambiental Inicial y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia Número de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- Términos de Referencia (TdR) (documento impreso y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

4. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TdR y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

5. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA), para proyectos nuevos, para el caso de actividades en funcionamiento la Auditoria Ambiental Inicial y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia Número de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- EIA y PMA (documento impreso y en medio magnético (textos en WORD, mapas en

formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

- Constancia debidamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS y Decreto Ejecutivo No. 1040.
- Copia de la Factura que certifique el costo del EIA y PMA
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, emisión de licencia de proyectos nuevos (incluye revisión de TDR's EIA's PMA y alcances a EIA = 1x1000 del costo del proyecto mínimo USD \$500), emisión de licencias de actividades en funcionamiento/operación (incluye revisión de TDR's, Diagnóstico Ambiental, EIA Ex Post, PMA y alcances a EIA Ex Post = 1x1000 del costo de operación del último año, mínimo USD \$500) establecidos en el Acuerdo Ministerial No. 068.

6. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

7. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia Número de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Cronograma valorado de ejecución del PMA anual (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)
- Certificación del costo total del Proyecto

8. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa de seguimiento ambiental (resultará del cálculo = tasa de inspección diaria TID USD \$80 x número de técnicos NT x número de días ND).

9. El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia Número de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente (No aplica para empresas públicas).

**Fuente:** Ministerio del Ambiente.

## **Punto Verde**

El Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE), con el objetivo de incentivar al sector público y privado, a emplear nuevas y mejores prácticas productivas y de servicios, desarrolló PUNTO VERDE como una herramienta para fomentar la competitividad del sector industrial y de servicios, comprometiéndolos con la protección y conservación del ambiente.

Punto Verde se obtiene mediante el proceso de Reconocimiento o Certificación. A continuación, se explica cómo realizar los procesos de aplicación.

### **Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental Punto Verde – Acuerdo Ministerial 131**

Se refiere a la aplicación de Buenas Prácticas Ambientales en edificios. La evaluación se establece mediante una comparación de indicadores -de por lo menos dos años de ejecución- de actividades en los ejes temáticos de gestión de desechos, gestión de papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles; capacitación y compras responsables.

### **Procedimiento para obtener el Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental (REA) – Punto Verde**

- 1) La entidad pública o privada remite una carta de interés a la Subsecretaría de Calidad Ambiental, manifestando su interés en aplicar al Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental “Punto Verde”; adjuntando el **Reporte Línea Base** correspondiente a un período enero a diciembre.
- 2) Aceptación de línea base mediante informe técnico y oficio de respuesta a la entidad aplicante.
- 3) Implementación de Buenas Prácticas Ambientales en la Institución
- 4) Presentación del **Reporte de Gestión** anual correspondiente al período enero a diciembre del siguiente año.

5) Evaluación comparativa de reportes y evaluación *in situ* de la información entregada.

6) Aprobación y entrega del Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental “Punto Verde”

### **Certificación Ecuatoriana Punto Verde – Acuerdo Ministerial 225**

Está dirigido a empresas de producción y servicios que cuente con la Licencia Ambiental correspondiente y demuestren uno o más casos de Producción Limpia. Si la empresa presentara cuatro casos simultáneamente o en un período de hasta 2 años, se le otorgará la máxima certificación como *“Empresa Eco-Eficiente”*

### **Procedimiento para obtener la Certificación Ecuatoriana Ambiental (CEA) – Punto Verde**

a) La empresa remite una carta a la Subsecretaría de Calidad Ambiental, manifestando su interés en obtener la Certificación Ecuatoriana Ambiental “Punto Verde”; adjuntando los formularios de aplicación.

b) Habilitación de visita por el Organismo Evaluador de la Conformidad (OEC), una vez que la empresa evaluada obtenga una calificación mínima de 80% en los ítems de evaluación.

c) Visita del OEC a la empresa, para verificación *in situ* de los ítems de evaluación y el caso de producción más limpia postulado

d) Informe de aceptación

e) Entrega de CEA “Punto Verde”

**Fuente:** Ministerio del Ambiente

### **3.10 PERMISOS MUNICIPALES**

Para: Ciudadanos

Descripción:

El objetivo de emitir la Licencia Anual de funcionamiento, constituye la autorización legal otorgada por el GADM de San Vicente a los establecimientos turísticos, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. Previo a la obtención de esta licencia, toda persona natural o jurídica que preste servicio turístico deberá satisfacer el valor de la tasa correspondiente fijada en la ordenanza que establece la tasa para la licencia anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos

Requisitos:

1. Copia del pago del 1 por mil que otorga el Ministerio de Turismo
2. Copia del pago de la Patente Municipal

En caso de ser nuevos

1. Copia del pago del 1 por mil a los activos que otorga el Ministerio de Turismo
2. Copia del pago de la Patente Municipal
3. Copia del certificado de registro en el Ministerio de Turismo cuando fuere inicio de la actividad
4. Copia del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)
5. Copia de cédula y certificado de votación actualizado del propietario o administrador
6. Copia del RUC

En caso de ser personas naturales

1. Certificado del registro del Ministerio de Turismo (actualizado)
2. Patente Municipal
3. RUC actualizado
4. Lista de precios de los productos a ofertarse
5. Comprobante de pago del año anterior
6. Título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funciona el establecimiento

En caso de ser personas jurídicas

1. Certificado del registro del Ministerio de Turismo (actualizado)
2. Patente Municipal
3. RUC actualizado (original y copia en blanco y negro)
4. Lista de precios de los productos a ofertarse
5. Comprobante de pago del año anterior
6. Título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funciona el establecimiento
7. Copia de los estatutos de la compañía inscrito en el Registro de la Propiedad

El costo de este servicio varía de acuerdo al establecimiento, categoría y capacidad, según emita el Ministerio de Turismo

Tiempo Estimado de Entrega:

Una vez entregada la documentación y realizado el pago respectivo el usuario obtendrá la licencia.

**Fuente:** GAD Municipal de San Vicente

### **3.11 PERMISO DE BOMBEROS**

El permiso que otorga el Cuerpo de Bomberos para el funcionamiento de un local o establecimiento, es la autorización que necesita el propietario obligatoriamente antes de abrir su negocio.

#### **Tipo A**

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

#### **Tipo B**

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

#### **Tipo C**

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

#### **Requisitos**

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

**Fuente:** Benemérito Cuerpo de Bomberos

# CAPÍTULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

## 4.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

### 4.1.1 Macro localización

Isla Corazón Eco – Resort estará ubicado en la Parroquia Canoa, Cantón San Vicente en Ecuador continental.

El área ofrece varios atractivos turísticos naturales, así como las facilidades para la práctica de varios deportes como las alas delta, el surf y la cabalgata.

Ofrece opciones de turismo comunitario en la visita de la finca Río Muchacho, además de sus espectaculares paisajes.

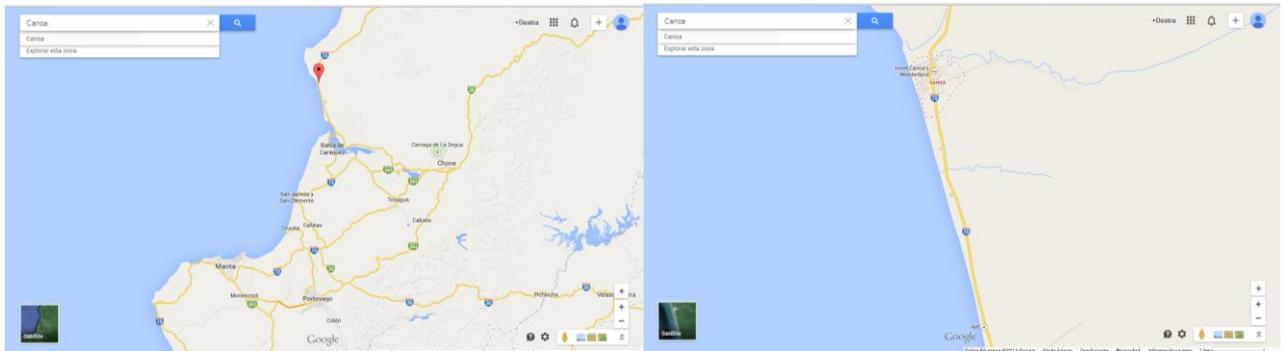


Gráfico 21: Macro localización  
Elaborado por: Las autoras

#### **4.1.2 Micro localización**

El terreno donde se construirá Isla Corazón Eco – Resort está ubicado frente al mar a dos km del centro de Canoa en la vía E-15.

Para llegar a Canoa se cuenta con las facilidades de transporte terrestre pues las vías de acceso se encuentran en muy buenas condiciones, además existen varias cooperativas de transporte que llegan hasta la comuna.

No se cuenta con servicios públicos como agua potable y alcantarillado, pero la actual administración cuenta con proyectos para dotar a la comuna de estos servicios básicos esenciales para que se desarrolle el turismo.

El servicio de energía eléctrica si se brinda con normalidad sin ningún inconveniente.

## **4.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO**

Dentro del resort se contará con 6 bungalows los cuales estarán equipados con una cama de tres plazas cada uno, dos veladores, una lámpara, un armario, un amplio mueble, un televisor de 32”, una mini nevera y se incluirá también un baño con tina.

Además se incluirán dos bloques con seis habitaciones cada uno, las cuales estarán equipadas con una cama de 2 plazas y media; dos veladores, un armario, una mesa y 2 sillas de mimbre, un televisor de 32” y un baño.



Gráfico 22: Distribución del espacio (habitaciones)  
Elaborado por: Las autoras

En el área de piscina se incluirá también un bar y unas sillas perezosas que estarán alrededor de la misma. Se incluirán dos duchas exteriores para ser usadas antes de ingresar a la piscina o para retirarse la arena en caso de hacer uso de la playa.



Gráfico 23: Distribución del espacio (piscina)  
Elaborado por: Las autoras

El área del spa contará con sillones para los masajes y terapias que se ofertan en el resort. En el área de jardín se contará con un espacio para realizar picnics y estará decorado con plantas nativas y otras especies que coren el lugar.

Además contaremos con un restaurante que contará con 10 mesas elaboradas con materiales rústicos que vayan de acuerdo a la temática de nuestro resort, un bar y un espacio que servirá de pista de baile si se desea.



Gráfico 24: Distribución del espacio (Spa)  
Elaborado por: Las autoras



Gráfico 25: Distribución del espacio (Restaurante y bar)  
Elaborado por: Las autoras

Además de esto se contará con una oficina en donde se podrán coordinar las actividades y la renta de equipos necesarios para el disfrute de las mismas.

El área del gimnasio será ubicado frente al mar, en donde además se brindarán clases de baile en pareja.



Gráfico 26: Distribucion del espacio (Gimnasio)  
Elaborado por: Las autoras

### 4.3 HORARIO DE FUNCIONAMIENTO

El horario de funcionamiento del Eco – Resort es de 24 horas, debido al motivo del establecimiento.

## 4.4 PRODUCTOS A OFRECER

Tabla 14: Productos a ofrecer.

Producto	Horario	Precio
Habitaciones 100% ecológicas	24 horas	Cabañas:\$180,00 Habitaciones:\$120,00
Desayuno, almuerzo y cena en restaurant buffet	Desayuno: 6:30 am - 10:00 am Almuerzo: 12:00 pm – 3:00 pm Cena: 19:00 pm – 21:00 pm	Incluido
Bar “Neptuno”	18:00 pm – 02:00 am	Incluye bebidas nacionales.
Gimnasio	8:00 am – 20:00 pm	Incluido
Piscina	7:00 – 20:00 pm	Incluido
Spa con amenities	8:00 am – 17:00 pm	Depende de las terapias
Cabalgatas por hora	7:00 am – 18:00 pm	\$15 por pax
Alas delta	7:00 am – 18:00 pm	\$20 por pax
Alquiler de bicicletas por hora	7:00 am – 18:00 pm	\$5 por pax
Recorrido por la Finca Rio Muchacho	7:00 am – 16:00 pm	\$25 por pax
Alquiler de tablas de surf por hora	7:00 am – 18:00 pm	\$5 por pax
Foto recuerdo	7:00 am – 22:00 pm	\$5 por pax
Tour Isla Corazón	8:00 am – 16:00 pm	\$15 por pax

Elaborado por: Las autoras

#### **4.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Para el estudio de factibilidad del negocio se realizó la segmentación de clientes, como son las parejas, quienes van a adquirir el servicio, los mismos que son consumidores y el mercado meta del negocio, ofrecido por el Eco – Resort Isla Corazón, considerando su necesidad actual de alojamiento.

Para el análisis del negocio, se tomó en cuenta el paisaje y la oportunidad perfecta para crear un Eco – Resort pensado exclusivamente para parejas que deseen pasar los mejores momentos con la calidad del servicio, en un ambiente relajado y con oportunidades del disfrute.

#### **4.6 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO**

Esta estrategia servirá para destacar las ventajas competitivas del negocio, éstas se detallan a continuación:

- No existe un Eco – Resort
- Costos accesibles
- Calidad de servicio
- Establecimiento exclusivo para parejas
- Ofrece variedad de actividades

##### **Atributos del servicio**

El Eco – Resort Isla Corazón ofrece el exclusivo servicio de calidad que merece el huésped, la comodidad de las habitaciones y de las áreas de relajación y entretenimiento 100% ecológicas en una de las mejores vistas del mundo durante todo el año.

### **Necesidades que satisface**

Isla Corazón es una empresa seria que cumplirá con las expectativas del huésped con su gran variedad de productos y servicios de calidad, dejando a un lado las preocupaciones de la ciudad y enfocarse solo en su pareja y en todo lo que hay a su alrededor para disfrutarlo juntos.

De ser necesario los huéspedes podrán solicitar la terapia de parejas para consolidar la relación en el lugar perfecto.

El Eco – Resort piensa en el huésped y en sus necesidades y siempre está pendiente de las exigencias del mismo.

## **4.7 ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **4.7.1 MARKETING MIX**

#### **4.7.1.1 Producto**

La estrategia que se utilizará con el producto consiste en brindar una estadía de vacaciones inolvidable para las parejas en el Eco –Resort Isla Corazón.

El establecimiento tiene las mismas comodidades de un resort normal, pero la diferencia del nuestro es brindar instalaciones ecológicas pensadas en el cuidado del medio ambiente.

Isla Corazón contará con un itinerario de actividades para que los huéspedes disfruten de una estadía placentera, entre estas están el spa, gimnasio y la visita a La hacienda.

Tabla 15: Producto (Marketing Mix)

Tabla 15: Producto (Marketing Mix)

Producto
Habitaciones 100% ecológicas
Desayuno, almuerzo y cena en restaurant buffet
Bar “Neptuno”
Gimnasio
Piscina
Spa con amenities
Cabalgatas por hora
Alas delta
Alquiler de bicicletas por hora
Recorrido por Finca Rio Muchacho
Alquiler de tablas de surf por hora
Foto recuerdo
Tour Isla Corazón

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.1.2 Precio

El precio será de acuerdo al costo que representan los productos que se adquieren periódicamente, además de comparar los precios con la competencia y los servicios que estos ofrecen, pues deben ofrecerse precios a los que estén dispuestos a pagar pero sin perjudicarnos.

La estrategia es de brindar excelencia en el servicio al cliente, pues la primera imagen es la más importante, de esta depende el éxito del Eco – Resort.

El precio de las cabañas es de \$160,00 y de las habitaciones de \$100,00 por noche, con el adicional de las actividades de distracción que se realizan en el establecimiento.

Tabla 16: Precio (Marketing Mix)

Producto	Precio
Habitaciones 100% ecológicas	Cabañas:\$160,00 Habitaciones:\$100,00
Desayuno, almuerzo y cena en restaurant buffet	Incluido
Bar “Neptuno”	Incluye bebidas nacionales.
Gimnasio	Incluido
Piscina	Incluido
Spa con amenities	Depende de las terapias
Cabalgatas por hora	\$15 por pax
Alas delta	\$20 por pax
Alquiler de bicicletas por hora	\$5 por pax

Recorrido por Finca Rio Muchacho	\$25 por pax
Alquiler de tablas de surf por hora	\$5 por pax
Foto recuerdo	\$5 por pax
Tour Isla Corazón	\$15 por pax

Elaborado por: Las autoras

#### **4.7.1.3 Plaza**

En este caso la plaza está ubicada en la playa de Canoa en la provincia de Manabí, en el cual se edificarán los espacios para lobby, cabañas, habitaciones regulares, spa, gimnasio, piscina, áreas verdes y áreas generales que serán ofrecidos al huésped.

La estrategia principal es el paisaje, la playa es el lugar perfecto para revivir en romanticismo de la pareja en un Eco – Resort con todas las comodidades.

#### **4.7.1.4 Promoción**

El objetivo más importante de toda empresa es vender su bien o servicio, de esto depende mucho la promoción y el servicio al cliente dentro del Eco – Resort, quien tiene comunicación directa con los huéspedes permitiendo conocer sus inquietudes.

Para el plan de promoción se ha optado por campañas publicitarias a través de flyers y stickers, además de contar con página web propia y con cuentas en booking.com, tripadvisor, así como también en las redes sociales más usadas (Facebook, twitter e instagram), siendo actualizadas constantemente. Por último y sobre todo el más importante es la publicidad que realizan los usuarios del Eco – Resort a sus familiares y amigos, pues de esta forma se genera la cadena para que el establecimiento sea reconocido.

## 4.8 PRESUPUESTO DE MARKETING

Tabla 17: Presupuesto de Marketing

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1500	Flyres	0,17	\$255
1000	Stickers	0,25	\$250
1	Página Web	\$380	\$380
1000	Tarjetas de presentación	0,13	\$130
<b>Total</b>			<b>\$ 1.015,00</b>

Elaborado por: Las autoras

## CAPÍTULO 5: ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 DETALLE DE LA INVERSIÓN REQUERIDA PARA EL TEMA DE PROPUESTA

Tabla 18: Inversión Inicial

<u>INVERSION INICIAL</u>			
DESCRIPCION			
EFECTIVO	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
SUELDOS	1	\$ 7.941,44	\$ 7.941,44
IMPREVISTOS	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
<b>TOTAL DE EFECTIVO</b>			<b>\$ 12.941,44</b>
TERRENO	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
TERRENO	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
<b>TOTAL DE TERRENO</b>			<b>\$ 200.000,00</b>
MUEBLES Y ENSERES	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
CAMA QUEEN (HABITACIONES)	6	\$ 150,00	\$ 900,00
CAMAS KING (CABAÑAS)	12	\$ 190,00	\$ 2.280,00
COLCHON QUEEN	6	\$ 150,00	\$ 900,00
COLCHON KING	12	\$ 180,00	\$ 2.160,00
JUEGO DE SÁBANAS	25	\$ 30,00	\$ 750,00
JUEGO DE TOALLAS	30	\$ 25,00	\$ 750,00

TV 32 PULGADAS	18	\$	520,00	\$	9.360,00
VELADORES	36	\$	60,00	\$	2.160,00
MUEBLES	6	\$	150,00	\$	900,00
LÁMPARAS DE LECURA	36	\$	18,00	\$	648,00
TACHOS DE BASURA PEQUEÑOS	42	\$	7,00	\$	294,00
MINI REFRIGERADOR	6	\$	220,00	\$	1.320,00
CORTINAS	18	\$	40,00	\$	720,00
SILLAS	24	\$	50,00	\$	1.200,00
MESAS	12	\$	60,00	\$	720,00
COUNTER	1	\$	200,00	\$	200,00
ESCRITORIOS (OFICINA)	2	\$	150,00	\$	300,00
SILLAS (OFICINA)	6	\$	80,00	\$	480,00
MESAS (LOBBY)	2	\$	110,00	\$	220,00
SILLAS (LOBBY)	4	\$	80,00	\$	320,00
JUEGO DE COMEDOR (2 personas)	18	\$	170,00	\$	3.060,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$</b>	<b>29.642,00</b>
<b>EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CANT.</b>		<b>VALOR UNIT.</b>		<b>VALOR TOTAL</b>
COCINA	1	\$	450,00	\$	450,00
UTENSILIOS DE COCINA	1	\$	650,00	\$	650,00
CONGELADOR	1	\$	650,00	\$	650,00
MESÓN DE ACERO INOXIDABLE	1	\$	150,00	\$	150,00
LICUADORA	2	\$	35,00	\$	70,00
VAJILLA	36	\$	40,00	\$	1.440,00
REFRIGERADORA	1	\$	750,00	\$	750,00
HORNO	1	\$	350,00	\$	350,00
VASOS	50	\$	1,50	\$	75,00

COPAS	36	\$ 1,75	\$ 63,00
JUEGO DE CUBIERTOS	36	\$ 7,00	\$ 252,00
CAFETERA	1	\$ 25,00	\$ 25,00
MICROONDAS	1	\$ 110,00	\$ 110,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$ 5.035,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
LAPTOP	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	3	\$ 150,00	\$ 450,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 2.550,00</b>
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
CUADERNO	2	\$ 3,00	\$ 6,00
PLUMAS	15	\$ 0,25	\$ 3,75
RESMA DE HOJAS	1	\$ 5,00	\$ 5,00
FACTUREROS	3	\$ 15,00	\$ 45,00
<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>			<b>\$ 59,75</b>
<b>EQUIPOS DE ALQUILER</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
ALAS DELTA	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00
TABLAS DE SURF	6	\$ 170,00	\$ 1.020,00
BICICLETAS	6	\$ 150,00	\$ 900,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE ALQUILER</b>			<b>\$ 4.170,00</b>
<b>EQUIPOS DE GIMNASIO</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
EQUIPO DE CARDIO	6	700	\$ 4.200,00

PESAS	2	530	\$ 1.060,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE GIMNASIO</b>			<b>\$ 5.260,00</b>
<b>EDIFICACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PISCINA Y BAR	1	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
CABAÑAS	6	\$ 5.700,00	\$ 34.200,00
BLOQUES HABITACIONES	2	\$ 55.000,00	\$ 110.000,00
RESTAURANTE	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
LOBBY	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
GIMNASIO	1	\$ 6.800,00	\$ 6.800,00
SPA	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
<b>TOTAL EDIFICACIÓN</b>			<b>\$ 188.000,00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PLANOS	1	\$ 850,00	\$ 850,00
TASAS Y PERMISOS	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>\$ 1.200,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>\$ 448.858,19</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.2 BALANCE INICIAL

Tabla 19: Balance Inicial

<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activo Corriente</b>		\$ 13.001,19	
Caja	\$ 12.941,44		
Suministro de oficina	\$ 59,75		
<b>Activo Fijo</b>		\$ 434.657,00	
Terrenos	\$ 200.000,00		
Edificios	\$ 188.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 29.642,00		
Equipos de Computación	\$ 2.550,00		
Equipos de Producción	\$ 5.035,00		
Equipos de alquiler	\$ 4.170,00		
Equipos de gimnasio	\$ 5.260,00		
<b>Activo Diferido</b>		\$ 1.200,00	
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 448.858,19</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>Pasivo Corriente</b>		\$ 314.200,73	
Documentos por pagar	\$ 314.200,73		
<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>\$ 314.200,73</b>

<b>PATRIMONIO</b>		\$ 134.657,46	
Capital Propio	\$ 134.657,46		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 134.657,46</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b>\$ 448.858,19</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.3 DETALLE DEL FINANCIAMIENTO

#### Depreciación de activos

Tabla 20: Depreciación de activos

		TANGIBLES		
ACTIVO	VALOR EN LIBROS	AÑO DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificación	\$ 188.000,00	20	\$ 9.400,00	\$ 783,33
Muebles y enseres	\$ 29.642,00	10	\$ 2.964,20	\$ 247,02
Equipo de producción	\$ 5.035,00	10	\$ 503,50	\$ 41,96
Equipos de computación	\$ 2.550,00	3	\$ 850,00	\$ 70,83
Equipos de alquiler	\$ 4.170,00	5	\$ 834,00	\$ 69,50
Equipos de gimnasio	\$ 5.260,00	5	\$ 1.052,00	\$ 87,67
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>			<b>15603,70</b>	<b>1300,31</b>

**INTANGIBLES**

Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 20,00
------------------------	-------------	---	-----------	----------

Elaborado por: Las autoras

### 5.4 TABLA DE AMORTIZACIÓN

<b>Monto crédito</b>	\$	314.200,73
<b>Número de periodos</b>		4 años
<b>Tasa de interés anual</b>		9,5%
<b>Tasa de interés mensual</b>		0,79%
<i>Cuota anual</i>		\$98.050,42
<i>Cuota mensual</i>		\$7.893,71

Tabla 21: Tabla de amortización anual

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL</b>						
<b>PERIODO</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>SALDO PRINCIPAL</b>	
1	\$ 314.200,73	\$68.201,35	\$ 29.849,07	\$98.050,42	\$ 245.999,38	
2	\$ 245.999,38	\$74.680,48	\$ 23.369,94	\$98.050,42	\$ 171.318,89	
3	\$ 171.318,89	\$81.775,13	\$ 16.275,29	\$98.050,42	\$ 89.543,77	
4	\$ 89.543,77	\$89.543,77	\$ 8.506,66	\$98.050,42	\$ -	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 22: Tabla de amortización mensual

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL</b>						
<b>PERIODO</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>SALDO PRINCIPAL</b>	
1	\$ 314.200,73	\$5.406,29	\$ 2.487,42	\$7.893,71	\$ 308.794,45	
2	\$ 308.794,45	\$5.449,09	\$ 2.444,62	\$7.893,71	\$ 303.345,36	
3	\$ 303.345,36	\$5.492,22	\$ 2.401,48	\$7.893,71	\$ 297.853,14	
4	\$ 297.853,14	\$5.535,70	\$ 2.358,00	\$7.893,71	\$ 292.317,43	
5	\$ 292.317,43	\$5.579,53	\$ 2.314,18	\$7.893,71	\$ 286.737,90	
6	\$ 286.737,90	\$5.623,70	\$ 2.270,01	\$7.893,71	\$ 281.114,20	
7	\$ 281.114,20	\$5.668,22	\$ 2.225,49	\$7.893,71	\$ 275.445,98	
8	\$ 275.445,98	\$5.713,09	\$ 2.180,61	\$7.893,71	\$ 269.732,89	
9	\$ 269.732,89	\$5.758,32	\$ 2.135,39	\$7.893,71	\$ 263.974,57	
10	\$ 263.974,57	\$5.803,91	\$ 2.089,80	\$7.893,71	\$ 258.170,66	
11	\$ 258.170,66	\$5.849,86	\$ 2.043,85	\$7.893,71	\$ 252.320,80	

12	\$	252.320,80	\$	5.896,17	\$	1.997,54	\$	7.893,71	\$	246.424,63
13	\$	246.424,63	\$	5.942,85	\$	1.950,86	\$	7.893,71	\$	240.481,79
14	\$	240.481,79	\$	5.989,89	\$	1.903,81	\$	7.893,71	\$	234.491,89
15	\$	234.491,89	\$	6.037,31	\$	1.856,39	\$	7.893,71	\$	228.454,58
16	\$	228.454,58	\$	6.085,11	\$	1.808,60	\$	7.893,71	\$	222.369,47
17	\$	222.369,47	\$	6.133,28	\$	1.760,42	\$	7.893,71	\$	216.236,19
18	\$	16.236,19	\$	6.181,84	\$	1.711,87	\$	7.893,71	\$	210.054,35
19	\$	210.054,35	\$	6.230,78	\$	1.662,93	\$	7.893,71	\$	203.823,57
20	\$	203.823,57	\$	6.280,10	\$	1.613,60	\$	7.893,71	\$	197.543,47
21	\$	197.543,47	\$	6.329,82	\$	1.563,89	\$	7.893,71	\$	191.213,65
22	\$	191.213,65	\$	6.379,93	\$	1.513,77	\$	7.893,71	\$	184.833,71
23	\$	184.833,71	\$	6.430,44	\$	1.463,27	\$	7.893,71	\$	178.403,27
24	\$	178.403,27	\$	6.481,35	\$	1.412,36	\$	7.893,71	\$	171.921,92
25	\$	171.921,92	\$	6.532,66	\$	1.361,05	\$	7.893,71	\$	165.389,26
26	\$	165.389,26	\$	6.584,38	\$	1.309,33	\$	7.893,71	\$	158.804,89
27	\$	158.804,89	\$	6.636,50	\$	1.257,21	\$	7.893,71	\$	152.168,38
28	\$	152.168,38	\$	6.689,04	\$	1.204,67	\$	7.893,71	\$	145.479,34
29	\$	145.479,34	\$	6.742,00	\$	1.151,71	\$	7.893,71	\$	138.737,35
30	\$	138.737,35	\$	6.795,37	\$	1.098,34	\$	7.893,71	\$	131.941,98
31	\$	131.941,98	\$	6.849,17	\$	1.044,54	\$	7.893,71	\$	125.092,81
32	\$	125.092,81	\$	6.903,39	\$	990,32	\$	7.893,71	\$	118.189,42
33	\$	118.189,42	\$	6.958,04	\$	935,67	\$	7.893,71	\$	111.231,38
34	\$	111.231,38	\$	7.013,13	\$	880,58	\$	7.893,71	\$	104.218,25
35	\$	104.218,25	\$	7.068,65	\$	825,06	\$	7.893,71	\$	97.149,60
36	\$	97.149,60	\$	7.124,61	\$	769,10	\$	7.893,71	\$	90.025,00
37	\$	90.025,00	\$	7.181,01	\$	712,70	\$	7.893,71	\$	82.843,99
38	\$	82.843,99	\$	7.237,86	\$	655,85	\$	7.893,71	\$	75.606,13

39	\$	75.606,13	\$	7.295,16	\$	598,55	\$7.893,71	\$	68.310,97
40	\$	68.310,97	\$	7.352,91	\$	540,80	\$7.893,71	\$	60.958,06
41	\$	60.958,06	\$	7.411,12	\$	482,58	\$7.893,71	\$	53.546,93
42	\$	53.546,93	\$	7.469,79	\$	423,91	\$7.893,71	\$	46.077,14
43	\$	46.077,14	\$	7.528,93	\$	364,78	\$7.893,71	\$	38.548,21
44	\$	38.548,21	\$	7.588,53	\$	305,17	\$7.893,71	\$	30.959,67
45	\$	30.959,67	\$	7.648,61	\$	245,10	\$7.893,71	\$	23.311,06
46	\$	23.311,06	\$	7.709,16	\$	184,55	\$7.893,71	\$	15.601,90
47	\$	15.601,90	\$	7.770,19	\$	123,52	\$7.893,71	\$	7.831,71
48	\$	7.831,71	\$	7.831,71	\$	62,00	\$7.893,71	\$	0,00

Elaborado por: Las autoras

## 5.5 ROL DE PAGOS

### AÑO 1

Tabla 23: Rol de pagos (Año 1)

CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCER	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 340,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$10.810,60	\$ 900,88
Gerente Operativo	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ -	\$ 729,00	\$ 7.819,00	\$ 651,58
Gerente de Ventas & Marketing	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ -	\$ 729,00	\$ 7.819,00	\$ 651,58
Camarero	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 991,44	\$10.511,44	\$ 875,95
Recepcionista	3	\$1.020,00	\$12.240,00	\$1.020,00	\$ 340,00	\$ 510,00	\$ -	\$ 1.487,16	\$15.597,16	\$1.299,76
Chef	1	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 5.425,72	\$ 452,14
Mesero	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 991,44	\$10.511,44	\$ 875,95
Bartender	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 991,44	\$10.511,44	\$ 875,95
Personal de limpieza áreas públicas	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 991,44	\$10.511,44	\$ 875,95
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>\$5.780,00</b>	<b>\$69.360,00</b>	<b>\$5.780,00</b>	<b>\$3.060,00</b>	<b>\$ 2.890,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 8.427,24</b>	<b>\$89.517,24</b>	<b>\$7.459,77</b>

Elaborado por: Las autoras

## AÑO 2

Tabla 24: Rol de pagos (Año 2)

CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCER	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 340,00	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 1.020,60	\$ 11.510,60	\$ 959,22
Gerente Operativo	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 729,00	\$ 8.319,00	\$ 693,25
Gerente de Ventas & Marketing	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 729,00	\$ 8.319,00	\$ 693,25
Camarero	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 991,44	\$ 11.191,44	\$ 932,62
Recepcionista	3	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00	\$ 1.020,00	\$ 340,00	\$ 510,00	\$ 1.020,00	\$ 1.487,16	\$ 16.617,16	\$ 1.384,76
Chef	1	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 495,72	\$ 5.765,72	\$ 480,48
Mesero	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 991,44	\$ 11.191,44	\$ 932,62
Bartender	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 991,44	\$ 11.191,44	\$ 932,62
Personal de limpieza áreas públicas	2	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 991,44	\$ 11.191,44	\$ 932,62
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>\$ 5.780,00</b>	<b>\$ 69.360,00</b>	<b>\$ 5.780,00</b>	<b>\$ 3.060,00</b>	<b>\$ 2.890,00</b>	<b>\$ 5.780,00</b>	<b>\$ 8.427,24</b>	<b>\$ 95.297,24</b>	<b>\$ 7.941,44</b>

Elaborado por: Las autoras

**INFLACIÓN****4,90%**

Tabla 25: Rol de pagos (Proyección 5 años)

<b>CARGO</b>	<b>CANT.</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente General	1	\$ 10.810,60	\$ 11.510,60	\$ 12.074,62	\$ 12.666,28	\$ 13.286,92
Gerente Operativo	1	\$ 7.819,00	\$ 8.319,00	\$ 8.726,63	\$ 9.154,24	\$ 9.602,79
Gerente de Ventas & Marketing	1	\$ 7.819,00	\$ 8.319,00	\$ 8.726,63	\$ 9.154,24	\$ 9.602,79
Camarero	2	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Recepcionista	3	\$ 15.597,16	\$ 16.617,16	\$ 17.431,40	\$ 18.285,54	\$ 19.181,53
Chef	1	\$ 5.425,72	\$ 5.765,72	\$ 6.048,24	\$ 6.344,60	\$ 6.655,49
Mesero	2	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Bartender	2	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Personal de limpieza áreas públicas	2	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>\$ 89.517,24</b>	<b>\$ 95.297,24</b>	<b>\$ 99.966,80</b>	<b>\$ 104.865,18</b>	<b>\$ 110.003,57</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.6 DETALLE DE OCUPACIÓN

Tabla 26: Porcentaje de ocupación anual

TIPOS DE HABITACIÓN	CANTIDAD	PERSONAS X HABITACIÓN	CAPACIDAD	% OCUPACIÓN	% OCUPACIÓN ANUAL
Cabañas	6	2	12	4	1423,5
Habitaciones matrimoniales	12	2	24	8	2847
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>12</b>	<b>4270,5</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.7 DETALLE DE PRECIOS

Tabla 27: Detalle de actividades y precio

ACTIVIDADES	PRECIO
TOUR A LA ISLA CORAZÓN	\$ 15,00
TOUR A LA FINCA RIO MUCHACHO	\$ 25,00
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00
ALQUILER DE ALAS DELTA POR HORA POR PERSONA	\$ 20,00
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00
CABALGATA POR HORA POR PERSONA	\$ 6,00
FOTO DE RECUERDO	\$ 5,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 28: Detalle de bebidas

<b>BAR</b>	<b>PRECIO</b>
Vaso de whisky	\$ 6,00
Vaso de vodka	\$ 3,00
Shot de tequila	\$ 6,00
Vaso de ron	\$ 2,50
Cervezas importadas	\$ 3,00

Elaborado por: Las autoras

## 5.8 DETALLE DE INGRESOS

### Ingresos por venta

Tabla 29: Ingresos por venta mensual

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDADES SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
<b>ALOJAMIENTO</b>								
Habitación	\$ 100,00	55	\$ 5.460,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00
Cabañas	\$ 160,00	27	\$ 4.368,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00
<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA</b>								
TOUR A LA ISLA CORAZÓN	\$ 15,00	11	\$ 165,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00
TOUR A LA FINCA RIO MUCHACHO	\$ 25,00	8	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00	5	\$ 25,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
ALQUILER DE ALAS DELTA POR HORA POR PERSONA	\$ 20,00	8	\$ 160,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00	3	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
CABALGATA POR HORA POR PERSONA	\$ 15,00	5	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
FOTO DE RECUERDO	\$ 5,00	25	\$ 125,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>BAR</b>								
Vaso de whisky	\$ 4,50	50	\$ 225,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
Vaso de vodka	\$ 3,00	30	\$ 90,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Shot de tequila	\$ 6,00	70	\$ 420,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00
Vaso de ron	\$ 3,00	30	\$ 90,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Cervezas importadas	\$ 3,00	90	\$ 270,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 46.752,00</b>				

MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 21.840,00	\$ 262.080,00
\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 17.472,00	\$ 209.664,00
\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 7.920,00
\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 7.680,00
\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 20.160,00
\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 12.960,00
<b>\$ 46.752,00</b>	<b>\$ 561.024,00</b>						

Elaborado por: Las autoras

<b>INFLACIÓN PRECIO</b>	4,90%
<b>INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES</b>	4,90%

Tabla 30: Incremento de precios por año

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ALOJAMIENTO</b>					
Habitación	\$ 100,00	\$ 104,90	\$ 110,04	\$ 115,43	\$ 121,09
Cabañas	\$ 160,00	\$ 167,84	\$ 176,06	\$ 184,69	\$ 193,74
<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA</b>					
TOUR A LA ISLA CORAZÓN	\$ 15,00	\$ 15,74	\$ 16,51	\$ 17,31	\$ 18,16
TOUR A LA FINCA RIO MUCHACHO	\$ 25,00	\$ 26,23	\$ 27,51	\$ 28,86	\$ 30,27
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00	\$ 5,25	\$ 5,50	\$ 5,77	\$ 6,05
ALQUILER DE ALAS DELTA POR HORA POR PERSONA	\$ 20,00	\$ 20,98	\$ 22,01	\$ 23,09	\$ 24,22
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR HORA POR PERSONA	\$ 5,00	\$ 5,25	\$ 5,50	\$ 5,77	\$ 6,05
CABALGATA POR HORA POR PERSONA	\$ 15,00	\$ 15,74	\$ 16,51	\$ 17,31	\$ 18,16
FOTO DE RECUERDO	\$ 5,00	\$ 5,25	\$ 5,50	\$ 5,77	\$ 6,05
<b>BAR</b>					
Vaso de whisky	\$ 6,00	\$ 6,29	\$ 6,60	\$ 6,93	\$ 7,27
Vaso de vodka	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,30	\$ 3,46	\$ 3,63
Shot de tequila	\$ 6,00	\$ 6,29	\$ 6,60	\$ 6,93	\$ 7,27
Vaso de ron	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,30	\$ 3,46	\$ 3,63
Cervezas importadas	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,30	\$ 3,46	\$ 3,63

Elaborado por: Las autoras

Tabla 31: Detalle de ventas por producto

PRODUCTO	CANTIDADES SEMANAL	CANTIDADES MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ALOJAMIENTO</b>							
Habitación	54,6	218	2621	2749	2884	3025	3173
Cabañas	27,3	109	1310	1375	1442	1513	1587
<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA</b>							
TOUR A LA ISLA CORAZÓN	11	44	528	554	581	609	639
TOUR A LA FINCA RIO MUCHACHO	8	32	384	403	423	443	465
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA POR PERSONA	5	20	240	252	264	277	291
ALQUILER DE ALAS DELTA POR HORA POR PERSONA	8	32	384	403	423	443	465
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR HORA POR PERSONA	3	12	144	151	158	166	174
CABALGATA POR HORA POR PERSONA	5	20	240	252	264	277	291
FOTO DE RECUERDO	25	100	1200	1259	1320	1385	1453
<b>BAR</b>							
Vaso de whisky	50	200	2400	2518	2641	2770	2906
Vaso de vodka	30	120	1440	1511	1585	1662	1744
Shot de tequila	70	280	3360	3525	3697	3879	4069
Vaso de ron	30	120	1440	1511	1585	1662	1744
Cervezas importadas	90	360	4320	4532	4754	4987	5231

Elaborado por: Las autoras

Tabla 32: Proyección de ventas totales a 5 años

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ALOJAMIENTO</b>					
Habitación	\$ 262.080,00	\$ 288.393,09	\$ 317.348,05	\$ 349.210,11	\$ 384.271,15
Cabañas	\$ 209.664,00	\$ 230.714,48	\$ 253.878,44	\$ 279.368,09	\$ 307.416,92
<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA</b>					
TOUR A LA ISLA CORAZÓN	\$ 7.920,00	\$ 8.715,18	\$ 9.590,19	\$ 10.553,05	\$ 11.612,59
TOUR A LA FINCA RIO MUCHACHO	\$ 9.600,00	\$ 10.563,85	\$ 11.624,47	\$ 12.791,58	\$ 14.075,87
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA POR PERSONA	\$ 1.200,00	\$ 1.320,48	\$ 1.453,06	\$ 1.598,95	\$ 1.759,48
ALQUILER DE ALAS DELTA POR HORA POR PERSONA	\$ 7.680,00	\$ 8.451,08	\$ 9.299,58	\$ 10.233,26	\$ 11.260,69
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR HORA POR PERSONA	\$ 720,00	\$ 792,29	\$ 871,84	\$ 959,37	\$ 1.055,69
CABALGATA POR HORA POR PERSONA	\$ 3.600,00	\$ 3.961,44	\$ 4.359,18	\$ 4.796,84	\$ 5.278,45
FOTO DE RECUERDO	\$ 6.000,00	\$ 6.602,41	\$ 7.265,29	\$ 7.994,74	\$ 8.797,42
<b>RESTAURANTE</b>					
Vaso de whisky	\$ 14.400,00	\$ 15.845,77	\$ 17.436,71	\$ 9.187,37	\$ 21.113,80
Vaso de vodka	\$ 4.320,00	\$ 4.753,73	\$ 5.231,01	\$ 5.756,21	\$ 6.334,14
Shot de tequila	\$ 20.160,00	\$ 22.184,08	\$ 24.411,39	\$ 26.862,32	\$ 29.559,32
Vaso de ron	\$ 4.320,00	\$ 4.753,73	\$ 5.231,01	\$ 5.756,21	\$ 6.334,14
Cervezas importadas	\$ 12.960,00	\$ 14.261,20	\$ 15.693,04	\$ 17.268,63	\$ 19.002,42
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 564.624,00</b>	<b>\$ 621.312,81</b>	<b>\$ 683.693,24</b>	<b>\$ 752.336,73</b>	<b>\$ 827.872,09</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.9 DETALLE DE GASTOS

### Presupuesto de gastos generales

Tabla 33: Presupuesto de gastos generales

DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 7.694,12</b>	<b>\$ 7.194,12</b>	<b>\$ 7.194,12</b>	<b>\$ 7.394,12</b>	<b>\$ 6.894,12</b>	<b>\$ 6.894,12</b>
Sueldo Gerente General	1	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88
Sueldo Gerente Operativo	1	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58
Sueldo Gerente Marketing & Ventas	1	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58
Sueldo de Recepcionista	1	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76
Servicios Básicos	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Uniformes	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	1	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -
Materiales de limpieza	1	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00
Suministros de Oficina	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Depreciación de Edificios	1	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33
Depreciación de Muebles y Enseres	1	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02
Depreciación de Equipos de Computación	1	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83
Depreciación de Equipos de Producción	1	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96
Depreciación de equipos de alquiler	1	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50
Depreciación de equipos de gimnasio	1	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67
DEPRECIACIÓN DEL GASTO DE CONSTITUCION	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00

<b>Gastos de Ventas</b>		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00
Publicidad	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00
<b>Gastos Financieros</b>		\$ -	\$ 2.487,42	\$ 2.444,62	\$ 2.401,48	\$ 2.358,00	\$ 2.314,18
Intereses	1	\$ -	\$ 2.487,42	\$ 2.444,62	\$ 2.401,48	\$ 2.358,00	\$ 2.314,18
<b>TOTAL</b>			\$ 12.181,54	\$ 9.638,74	\$ 9.795,61	\$ 9.252,13	\$ 11.708,30

MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 7.394,12	\$ 6.894,12	\$ 6.894,12	\$ 7.394,12	\$ 6.894,12	\$ 6.894,12	\$ 7.394,12	\$ 85.329,46
\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 900,88	\$ 10.810,60
\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 7.819,00
\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 651,58	\$ 7.819,00
\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 1.299,76	\$ 15.597,16
\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600,00
\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 2.000,00
\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 6.240,00
\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 783,33	\$ 9.400,00
\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 247,02	\$ 2.964,20
\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 850,00
\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 41,96	\$ 503,50
\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 69,50	\$ 834,00
\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 87,67	\$ 1.052,00
\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.500,00

\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.500,00
<b>\$ 2.270,01</b>	<b>\$ 2.225,49</b>	<b>\$ 2.180,61</b>	<b>\$ 2.135,39</b>	<b>\$ 2.089,80</b>	<b>\$ 2.043,85</b>	<b>\$ 1.997,54</b>	<b>\$ 26.948,40</b>
\$ 2.270,01	\$ 2.225,49	\$ 2.180,61	\$ 2.135,39	\$ 2.089,80	\$ 2.043,85	\$ 1.997,54	\$ 26.948,40
<b>\$ 9.664,13</b>	<b>\$ 9.119,61</b>	<b>\$ 9.074,74</b>	<b>\$ 12.029,51</b>	<b>\$ 8.983,92</b>	<b>\$ 8.937,97</b>	<b>\$ 9.391,66</b>	<b>\$ 119.777,86</b>

Elaborado por: Las autoras

## INFLACIÓN

**4,90%**

Tabla 34: Proyección de gastos a 5 años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos de Administración</b>	<b>\$ 85.329,46</b>	<b>\$ 89.394,02</b>	<b>\$ 92.939,03</b>	<b>\$ 95.805,16</b>	<b>\$ 99.700,66</b>
Sueldo Gerente General	\$ 10.810,60	\$ 11.510,60	\$ 12.074,62	\$ 12.666,28	\$ 13.286,92
Sueldo Gerente Operativo	\$ 7.819,00	\$ 8.319,00	\$ 8.726,63	\$ 9.154,24	\$ 9.602,79
Sueldo de Gerente de Ventas & Marketing	\$ 7.819,00	\$ 8.319,00	\$ 8.726,63	\$ 9.154,24	\$ 9.602,79
Sueldo de Recepcionista	\$ 15.597,16	\$ 16.617,16	\$ 17.431,40	\$ 18.285,54	\$ 19.181,53
Servicios Básicos	\$ 15.600,00	\$ 16.364,40	\$ 17.166,26	\$ 18.007,40	\$ 18.889,76
Uniformes	\$ 600,00	\$ 629,40	\$ 660,24	\$ 692,59	\$ 726,53
Mantenimiento	\$ 2.000,00	\$ 2.098,00	\$ 2.190,31	\$ 2.286,69	\$ 2.387,30
Materiales de limpieza	\$ 6.240,00	\$ 6.545,76	\$ 6.833,77	\$ 7.134,46	\$ 7.448,38
Suministros de Oficina	\$ 3.000,00	\$ 3.147,00	\$ 3.285,47	\$ 3.430,03	\$ 3.580,95
Depreciación de Edificios	\$ 9.400,00	\$ 9.400,00	\$ 9.400,00	\$ 9.400,00	\$ 9.400,00
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 2.964,20	\$ 2.964,20	\$ 2.964,20	\$ 2.964,20	\$ 2.964,20
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipos de Producción	\$ 503,50	\$ 503,50	\$ 503,50	\$ 503,50	\$ 503,50
Depreciación de equipos de alquiler	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00

Depreciación de equipos de gimnasio	\$ 1.052,00	\$ 1.052,00	\$ 1.052,00	\$ 1.052,00	\$ 1.052,00
DEPRECIACIÓN DEL GASTO DE CONSTITUCION	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 7.500,00</b>	<b>\$ 7.830,00</b>	<b>\$ 8.174,52</b>	<b>\$ 8.534,20</b>	<b>\$ 8.909,70</b>
Gastos de Publicidad	\$ 7.500,00	\$ 7.830,00	\$ 8.174,52	\$ 8.534,20	\$ 8.909,70
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 29.849,07</b>	<b>\$ 23.369,94</b>	<b>\$ 16.275,29</b>	<b>\$ 8.506,66</b>	<b>\$ -</b>
Gastos de Interés	\$ 29.849,07	\$ 23.369,94	\$ 16.275,29	\$ 8.506,66	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 122.678,53</b>	<b>\$ 120.593,96</b>	<b>\$ 117.388,85</b>	<b>\$ 112.846,01</b>	<b>\$ 108.610,36</b>

<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	\$ 15.603,70	\$ 15.603,70	\$ 15.603,70	\$ 14.753,70	\$ 14.753,70
-------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Elaborado por: Las autoras

Tabla 35: Costos operativos mensuales

RUBRO	CANTIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
<b>Materia Prima</b>		<b>\$ 14.600,00</b>					
Materia prima cocina	1	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00
<b>Mano de obra Directa</b>		<b>\$ 3.955,96</b>					
Camarero	2	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95
Chef	1	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14
Mesero	2	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95
Bartender	2	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95
Personal de limpieza áreas públicas	2	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 18.555,96</b>					

MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 175.200,00
\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 175.200,00
\$ 3.955,96	\$ 3.955,96	\$ 3.955,96	\$ 3.955,96	\$ 3.955,96	\$ 3.955,96	\$ 47.471,48
\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 10.511,44
\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 452,14	\$ 5.425,72
\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 10.511,44
\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 10.511,44
\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 875,95	\$ 10.511,44

\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 222.671,48
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

Elaborado por: Las autoras

**Inflación**

**4,90%**

Tabla 36: Costos operativos anuales

<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Materia Prima</b>	<b>\$ 175.200,00</b>	<b>\$ 183.784,80</b>	<b>\$ 192.790,26</b>	<b>\$ 202.236,98</b>	<b>\$ 212.146,59</b>
Materia Prima	\$ 175.200,00	\$ 183.784,80	\$ 192.790,26	\$ 202.236,98	\$ 212.146,59
<b>Mano de obra Directa</b>	<b>\$ 47.471,48</b>	<b>\$ 50.531,48</b>	<b>\$ 53.007,52</b>	<b>\$ 55.604,89</b>	<b>\$ 58.329,53</b>
Camarero	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Chef	\$ 5.425,72	\$ 5.765,72	\$ 6.048,24	\$ 6.344,60	\$ 6.655,49
Mesero	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Bartender	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Personal de limpieza áreas públicas	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 222.671,48</b>	<b>\$ 234.316,28</b>	<b>\$ 245.797,78</b>	<b>\$ 257.841,87</b>	<b>\$ 270.476,12</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

### Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 37: Estado de pérdidas y ganancias mensual

RUBRO		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
<b>Ingresos</b>							
Ventas Totales		\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 46.752,00</b>					
(-) Costos de Operación		\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 28.196,04</b>					
(-) Gastos de Administración		\$ 7.194,12	\$ 7.194,12	\$ 7.394,12	\$ 6.894,12	\$ 6.894,12	\$ 7.394,12
(-) Gastos de Ventas		\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$ 18.501,92</b>	<b>\$ 21.001,92</b>	<b>\$ 20.801,92</b>	<b>\$ 21.301,92</b>	<b>\$ 18.801,92</b>	<b>\$ 20.801,92</b>
(-) Gastos Financieros		\$ 2.487,42	\$ 2.444,62	\$ 2.401,48	\$ 2.358,00	\$ 2.314,18	\$ 2.270,01
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>		<b>\$ 16.014,50</b>	<b>\$ 18.557,30</b>	<b>\$ 18.400,44</b>	<b>\$ 18.943,92</b>	<b>\$ 16.487,74</b>	<b>\$ 18.531,91</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	15%	\$ 2.402,17	\$ 2.783,59	\$ 2.760,07	\$ 2.841,59	\$ 2.473,16	\$ 2.779,79
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>		<b>\$ 13.612,32</b>	<b>\$ 15.773,70</b>	<b>\$ 15.640,37</b>	<b>\$ 16.102,33</b>	<b>\$ 14.014,58</b>	<b>\$ 15.752,13</b>
(-) 22% Impuesto a la renta	22%	\$ 2.994,71	\$ 3.470,21	\$ 3.440,88	\$ 3.542,51	\$ 3.083,21	\$ 3.465,47
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 10.617,61</b>	<b>\$ 12.303,49</b>	<b>\$ 12.199,49</b>	<b>\$ 12.559,82</b>	<b>\$ 10.931,37</b>	<b>\$ 12.286,66</b>

MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00	\$ 46.752,00
<b>\$ 46.752,00</b>					
\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96	\$ 18.555,96
<b>\$ 28.196,04</b>					
\$ 6.894,12	\$ 6.894,12	\$ 7.394,12	\$ 6.894,12	\$ 6.894,12	\$ 7.394,12
\$ -	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 21.301,92</b>	<b>\$ 21.301,92</b>	<b>\$ 18.301,92</b>	<b>\$ 21.301,92</b>	<b>\$ 21.301,92</b>	<b>\$ 20.801,92</b>
\$ 2.225,49	\$ 2.180,61	\$ 2.135,39	\$ 2.089,80	\$ 2.043,85	\$ 1.997,54
<b>\$ 19.076,43</b>	<b>\$ 19.121,31</b>	<b>\$ 16.166,54</b>	<b>\$ 19.212,12</b>	<b>\$ 19.258,07</b>	<b>\$ 18.804,38</b>
\$ 2.861,47	\$ 2.868,20	\$ 2.424,98	\$ 2.881,82	\$ 2.888,71	\$ 2.820,66
<b>\$ 16.214,97</b>	<b>\$ 16.253,11</b>	<b>\$ 13.741,56</b>	<b>\$ 16.330,30</b>	<b>\$ 16.369,36</b>	<b>\$ 15.983,72</b>
\$ 3.567,29	\$ 3.575,68	\$ 3.023,14	\$ 3.592,67	\$ 3.601,26	\$ 3.516,42
<b>\$ 12.647,68</b>	<b>\$ 12.677,43</b>	<b>\$ 10.718,41</b>	<b>\$ 12.737,64</b>	<b>\$ 12.768,10</b>	<b>\$ 12.467,31</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 38: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección 5 años)

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas Totales		\$ 564.624,00	\$ 621.312,81	\$ 683.693,24	\$ 752.336,73	\$ 827.872,09
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 564.624,00</b>	<b>\$ 621.312,81</b>	<b>\$ 683.693,24</b>	<b>\$ 752.336,73</b>	<b>\$ 827.872,09</b>
(-) Costos de Operación		\$ 222.671,48	\$ 234.316,28	\$ 245.797,78	\$ 257.841,87	\$ 270.476,12
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 341.952,52</b>	<b>\$ 386.996,53</b>	<b>\$ 437.895,46</b>	<b>\$ 494.494,86</b>	<b>\$ 557.395,97</b>
(-) Gastos en Administración		\$ 85.329,46	\$ 89.394,02	\$ 92.939,03	\$ 95.805,16	\$ 99.700,66
(-) Gastos de Ventas		\$ 7.500,00	\$ 7.830,00	\$ 8.174,52	\$ 8.534,20	\$ 8.909,70
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$ 249.123,06</b>	<b>\$ 289.772,51</b>	<b>\$ 336.781,91</b>	<b>\$ 390.155,50</b>	<b>\$ 448.785,60</b>
(-) Gastos Financieros		\$ 29.849,07	\$ 23.369,94	\$ 16.275,29	\$ 8.506,66	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>		<b>\$ 219.273,99</b>	<b>\$ 266.402,57</b>	<b>\$ 320.506,62</b>	<b>\$ 381.648,85</b>	<b>\$ 448.785,60</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	15%	\$ 32.891,10	\$ 39.960,39	\$ 48.075,99	\$ 57.247,33	\$ 67.317,84
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>		<b>\$ 186.382,89</b>	<b>\$ 226.442,19</b>	<b>\$ 272.430,62</b>	<b>\$ 324.401,52</b>	<b>\$ 381.467,76</b>
(-) 22% Impuesto a la renta	22%	\$ 41.004,24	\$ 49.817,28	\$ 59.934,74	\$ 71.368,33	\$ 83.922,91
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 145.378,66</b>	<b>\$ 176.624,91</b>	<b>\$ 212.495,89</b>	<b>\$ 253.033,19</b>	<b>\$ 297.544,85</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

### Flujo de caja anual

Tabla 39: Flujo de caja anual

RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
Ingresos por ventas		\$ 564.624,00	\$ 621.312,81	\$ 683.693,24	\$ 752.336,73	\$ 827.872,09
(-) Egresos de efectivo		\$ 299.657,24	\$ 389.591,93	\$ 420.845,30	\$ 455.198,25	\$ 492.708,45
Gastos de operación		\$ 222.671,48	\$ 234.316,28	\$ 245.797,78	\$ 257.841,87	\$ 270.476,12
Gastos de administración		\$ 69.485,76	\$ 73.550,32	\$ 77.095,33	\$ 80.811,46	\$ 84.706,96
Gastos de ventas		\$ 7.500,00	\$ 7.830,00	\$ 8.174,52	\$ 8.534,20	\$ 8.909,70
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 41.004,24	\$ 49.817,28	\$ 59.934,74	\$ 71.368,33
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 32.891,10	\$ 39.960,39	\$ 48.075,99	\$ 57.247,33
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 264.966,76</b>	<b>\$ 231.720,88</b>	<b>\$ 262.847,95</b>	<b>\$ 297.138,47</b>	<b>\$ 335.163,64</b>
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>		<b>\$ -</b>				
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
Ingresos de efectivo						

PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de préstamos o principal		\$ 68.201,35	\$ 74.680,48	\$ 81.775,13	\$ 89.543,77	\$ -
Pago de intereses		\$ 29.849,07	\$ 23.369,94	\$ 16.275,29	\$ 8.506,66	\$ -
<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ (98.050,42)</b>	<b>\$ (98.050,42)</b>	<b>\$ (98.050,42)</b>	<b>\$ (98.050,42)</b>	<b>\$ -</b>

<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>\$ 166.916,34</b>	<b>\$ 133.670,46</b>	<b>\$ 164.797,52</b>	<b>\$ 199.088,05</b>	<b>\$ 335.163,64</b>
---------------------------	--	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Elaborado por: Las autoras

## 5.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO

### Balance General Anual

Tabla 40: Balance general anual

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	\$ 179.857,77	\$ 313.528,23	\$ 478.325,75	\$ 677.413,80	\$ 1.012.577,44
Suministros de oficina	\$ 59,75	\$ 59,75	\$ 59,75	\$ 59,75	\$ 59,75
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 179.917,52</b>	<b>\$ 313.587,98</b>	<b>\$ 478.385,50</b>	<b>\$ 677.473,55</b>	<b>\$ 1.012.637,19</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Terrenos	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Edificios	\$ 188.000,00	\$ 188.000,00	\$ 188.000,00	\$ 188.000,00	\$ 188.000,00
Muebles y Enseres	\$ 29.642,00	\$ 29.642,00	\$ 29.642,00	\$ 29.642,00	\$ 29.642,00
Equipos de Computación	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00
Equipos de Producción	\$ 5.035,00	\$ 5.035,00	\$ 5.035,00	\$ 5.035,00	\$ 5.035,00
Equipos de alquiler	\$ 4.170,00	\$ 4.170,00	\$ 4.170,00	\$ 4.170,00	\$ 4.170,00
Equipos de gimnasio	\$ 5.260,00	\$ 5.260,00	\$ 5.260,00	\$ 5.260,00	\$ 5.260,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (15.603,70)	\$ (31.207,40)	\$ (46.811,10)	\$ (61.564,80)	\$ (76.318,50)
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 419.053,30</b>	<b>\$ 403.449,60</b>	<b>\$ 387.845,90</b>	<b>\$ 373.092,20</b>	<b>\$ 358.338,50</b>
<b>Activos Diferidos</b>					
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (240,00)	\$ (480,00)	\$ (720,00)	\$ (960,00)	\$ (1.200,00)
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 240,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 599.930,82</b>	<b>\$ 717.757,58</b>	<b>\$ 866.711,40</b>	<b>\$ 1.050.805,75</b>	<b>\$ 1.370.975,69</b>

<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 32.891,10	\$ 39.960,39	\$ 48.075,99	\$ 57.247,33	\$ 67.317,84
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 41.004,24	\$ 49.817,28	\$ 59.934,74	\$ 71.368,33	\$ 83.922,91
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 73.895,33</b>	<b>\$ 89.777,67</b>	<b>\$ 108.010,73</b>	<b>\$ 128.615,66</b>	<b>\$ 151.240,75</b>
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>					
Préstamo Bancario	\$ 245.999,38	\$ 171.318,89	\$ 89.543,77	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivos de Largo Plazo</b>	<b>\$ 245.999,38</b>	<b>\$ 171.318,89</b>	<b>\$ 89.543,77</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 319.894,71</b>	<b>\$ 261.096,56</b>	<b>\$ 197.554,50</b>	<b>\$ 128.615,66</b>	<b>\$ 151.240,75</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Propio	\$ 134.657,46	\$ 134.657,46	\$ 134.657,46	\$ 134.657,46	\$ 134.657,46
Utilidad del Ejercicio	\$ 145.378,66	\$ 176.624,91	\$ 212.495,89	\$ 253.033,19	\$ 297.544,85
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 145.378,66	\$ 322.003,56	\$ 534.499,45	\$ 787.532,63
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 280.036,11</b>	<b>\$ 456.661,02</b>	<b>\$ 669.156,91</b>	<b>\$ 922.190,09</b>	<b>\$ 1.219.734,94</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 599.930,82</b>	<b>\$ 717.757,58</b>	<b>\$ 866.711,40</b>	<b>\$ 1.050.805,75</b>	<b>\$ 1.370.975,69</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

### Evaluación de proyecto

Tabla 41: Evaluación de proyecto

Tasa de Descuento	12%
Inversión inicial	\$ (448.858,19)
Flujo 1	\$ 166.916,34
Flujo 2	\$ 133.670,46
Flujo 3	\$ 164.797,52
Flujo 4	\$ 199.088,05
Flujo 5	\$ 335.163,64

VAN	\$ 214.946,48
TIR	29%
B/C	0,48
PRI	<b>2,90</b>

Elaborado por: Las autoras

La inversión se recuperará en 2 años y 10 meses aproximadamente

## 5.14 RAZONES FINANCIERAS

Tabla 42: Razones financieras

INDICADORES FINANCIEROS					
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MARGEN BRUTO</b>					
<i>Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %</i>	60,56%	62,29%	64,05%	65,73%	67,33%
<b>MARGEN NETO</b>					
<i>Utilidad Neta / Ingresos Totales = %</i>	25,75%	28,43%	31,08%	33,63%	35,94%
<b>ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)</b>					
<i>Utilidad Neta / Activo Total = %</i>	24,23%	24,61%	24,52%	24,08%	21,70%
<b>ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)</b>					
<i>Utilidad Neta / Capital = %</i>	51,91%	38,68%	31,76%	27,44%	24,39%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
<i>Activo corriente – Pasivo corriente</i>	106.022	223.810	370.375	548.858	861.396
<b>RAZON CIRCULANTE</b>					
<i>Activo corriente / Pasivo corriente</i>	2,43	3,49	4,43	5,27	6,70

Elaborado por: Las autoras

## 5.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 43: Punto de equilibrio

**CALCULAR:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS FIJOS TOTALES:</b> Gastos Generales	\$ 122.678,53	\$120.593,96	\$ 117.388,85	\$ 112.846,01	\$108.610,36
<b>COSTOS VARIABLES:</b> Costos de Ventas	\$ 222.671,48	\$234.316,28	\$ 245.797,78	\$ 257.841,87	\$270.476,12
<b>% COSTOS VARIABLES:</b> Costo de Ventas / Ingresos Totales	39,44%	37,71%	35,95%	34,27%	32,67%
<b>Punto de Equilibrio para el primer año</b>	\$ 202.563,92	\$193.610,45	\$ 183.281,10	\$ 171.686,72	\$161.313,49

Elaborado por: Las autoras

## 5.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 44: Análisis de sensibilidad

ESCENARIOS			
	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (448.858,19)	\$ (448.858,19)	\$ (448.858,19)
Flujo 1	\$ 166.916,34	\$ 130.628,34	\$ 239.492,34
Flujo 2	\$ 133.670,46	\$ 105.634,41	\$ 189.184,81
Flujo 3	\$ 164.797,52	\$ 133.050,68	\$ 226.279,87
Flujo 4	\$ 199.088,05	\$ 163.440,24	\$ 267.026,22
Flujo 5	\$ 335.163,64	\$ 295.195,67	\$ 410.202,57
VPN	\$ 214.946,48	\$ 105.410,17	\$ 427.957,78
TIR	29%	21%	46%
B/C	0,48	0,23	0,95
PRI	2,90	3,33	2,09

Para la elaboración del escenario pesimista se consideraron dos variables, la ocupación que disminuyó al 60% siendo la ocupación normal el 65% y una inflación en sueldos, gastos y costos operativos del 5,5% contra un 4,90% en un escenario normal. Para elaboración del escenario optimista se consideró una ocupación del 70% y una inflación del 4.5% anual.

Elaborado por: Las autoras

## CONCLUSIONES

En el desarrollo del proyecto se pudo demostrar que el proyecto llamo la atención de las personas encuestadas y entrevistadas, como es el caso de la Junta Parroquial, quienes mostraron gran interés, pues realzaría la imagen turística de Canoa.

Las entrevistas a la autoridad de turismo del cantón San Vicente y al Presidente de la Junta Parroquial, fueron el eje principal para conocer mejor el progreso turístico de la parroquia y qué planes tienen para la misma en el futuro.

Con las encuestas dirigidas a los turistas, se pudo comprobar la aceptación que tuvieron a esta nueva idea propuesta, ya que se trata de un Eco – Resort exclusivamente para parejas.

El plan de marketing es el adecuado para la aceptación, captación y posicionamiento del mercado, con esto también se relaciona el incremento de utilidades por año, con la renovación periódica de la promoción e innovación que ofrece el lugar.

Continuando con el desarrollo del proyecto, se determinó la infraestructura acorde al diseño de un Eco – Resort; además, el suficiente personal para cumplir con las necesidades y expectativas del huésped, generando ventas a corto y largo plazo.

La factibilidad del proyecto "Eco – Resort Isla Corazón", se comprobó por medio del estudio financiero realizado que es viable, rentable ya que muestra un VAN de \$214.946,48 y un TIR del 29%, el periodo de recuperación es de 2 años 10 meses aproximadamente; la utilidad desde el primer año de servicio, con una inversión inicial de \$ 448.858,19; este valor a su vez será financiado por una institución bancaria a 4 años plazo y con la aportación del capital de los 3 inversionistas.

El Eco – Resort para parejas es una idea nueva, que es destacable a simple vista, pues en el país no hay hospedajes de este tipo, con infraestructura diseñada para el cuidado del medio ambiente y que a su vez cuenta con el plan todo incluido, con actividades de recreación en pareja, con excelencia en servicio de calidad.

Preocupándose siempre de la comodidad del huésped, evaluando al personal, actividades y la gastronomía que se les ofrece, para lograr alcanzar el éxito, el cual es el objetivo de toda empresa.

Isla Corazón es el lugar perfecto para revivir el momento...

## **RECOMENDACIONES**

Para el éxito de nuestro Eco – Resort es importante contar con personal capacitado y que entregue al huésped un servicio de calidad con respeto y cordialidad, pues la primera impresión es la que cuenta y de esta depende el progreso del mismo.

Se recomienda tomar siempre en cuenta las sugerencias que hacen los huéspedes, pues estas ayudan a la mejora, ya sea del servicio, detalles o infraestructura, ya que “El cliente siempre tiene la razón”. La innovación ayuda a captar clientes de una mejor manera, para que estos siempre tengan un buen motivo para volver.

Son de gran importancia ofrecer actividades para que la pareja reviva el momento en uno de los mejores lugares de Ecuador, disfrutando de cada minuto y hacer de esta experiencia inolvidable.

Los alimentos afrodisiacos que se ofrecerán, serán típicos de la playa, así como también los cocteles, con un toque especial que llame la atención del cliente, verificando siempre que los productos estén frescos y a tiempo en la mesa de los huéspedes, para que estos no sientan molestias por la demora de la entrega de sus platos.

El personal debe estar correctamente vestido, según el área en la que se encuentra laborando, además de cumplir con las normas de higiene establecidas para evitar contaminación cruzada dentro del establecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC, D. (2007). *Definiciones ABC*. Recuperado el 31 de Julio de 2014, de <http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>
- Ávila, R. (2000). *Turismo Sostnible*. Madrid : IEPALA Editorial.
- Ayala, V. (2012). *Las Maximas de la Hoteleria*.
- Bello, A. (2004). *La fiesta, La otra cara del patrimonio*.
- Blasco, M. (2005). *Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- Bonilla, J. (s.f.). "El turismo como factor de integración entre los pueblos de Sara Spinelli".
- Cammarata, B. (2006). *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. Recuperado el 30 de Mayo de 2014, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/edicion/lemos/20cammar.pdf>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1992). Recuperado el Junio de 2014, de <http://www.planeta.com/ecotravel/weaving/hectorceballos2.html>
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Dankhe, G. L. (1986). *Investigación y comunicación*. McGraw Hill.
- Escalona, F. M. (2011). *TEORÍA GENERAL DEL TURISMO. REFERENCIA LAS*. Madrid: Editorial Alianza.

- Fernández Fúster, L. (1991). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid : Alianza Editoria.
- FERRER, J. (2010). *Conceptos Basicos de metodologia de investigacion*.
- Florián, F., & Susana, G. (2012). *Establecimientos Hoteleros*. Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/establecimientos-hoteleros>
- Gahona, G. (2014). *Estadística, población y muestra*.
- Goldman, D. (28 de Enero de 2013). Innovar, la teoria de la diversion Volkswagen.
- Grinnell, R. (1997). *Social Work research & evaluation: Quantitative and Qualitative approaches* (5 ed.). Itaca: E.E Peacock Publishers.
- Guerrero, R. (13 de Septiembre de 2009). *Blogger.com*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de Geografia Del Turismo: <http://rodguerrero-turismo.blogspot.com/2009/09/clase-12-de-agosto-conceptos-generales.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2007). *Metodología de la Investigación* (4 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Jimenez, C. (1983). *Población y Muestra*. Madrid: UNED.
- Jiménez, P. (Diciembre de 2012). *Implementación de un ecolodge en el cantón Bucay para promocionar el turismo ecológico*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/347/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-63.pdf>
- Junyent, J. B. (1994). *La investigación social, introducción a los métodos y las técnicas*. Barcelona: S.A PPU.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management*. Recuperado el Mayo 29 de 2014, de <http://blog.formaciongerencial.com/2013/07/11/descarga-libro-de-philip-kotler/>

- Lareu, F. (1991). *Turismo de masas y calidad en los servicios*. Palma de Mallorca: Gráficas Planisi.
- León, S. (Enero de 2014). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. Recuperado el Junio de 2014, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17058/1/55050\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17058/1/55050_1.pdf)
- Lopez, A. (Agosto de 2011). *Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://blogs.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-12-TURISMO-Y-CIUDAD.pdf>
- Malhotra, N. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Monroy Ríos, M. E. (Enero de 2014). *Universidad de Cartagena*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://190.25.234.130:8080/jspui/bitstream/11227/425/1/Tesis%20-%20Howard%20Mart%C3%ADnez%20%26%20Gracie%20L%C3%B3pez.pdf>
- Nieves, F. (2006). *Metodología de la Investigación en una Tesis*. México: HiTEK.
- O.M.T. (2013). *Organizacion Mundial del Turismo*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez, Y., Vásquez, L., & Álvarez, V. (2006). *Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas*.
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. With a new introduction*. New York: The Free Press.
- <http://lema.rae.es/drae/?val=Diversion>
- R.A.E. (2011). *Real Academia Española*. Recuperado el 31 de Julio de 2014, de
- Santana Turégano, M. Á. (Junio de 2003). Tesis Doctoral. *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo*. Bellaterra, España.

Tellería Ortega, R. (1 de Julio de 2011). *Producto Turístico "Made in El Alto"*.

Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de

[http://www.redtravelbolivia.com/rtn/archivo\\_boletines/B115\\_01-07-11/editorial.php](http://www.redtravelbolivia.com/rtn/archivo_boletines/B115_01-07-11/editorial.php)

Van Dalen, D., & Meyer, W. (1971). *Manual de técnica de la investigación educacional*. Mexico: Centro Regional de Ayuda Tecnica.

Zorrilla, S., & Torres, M. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. México: Mc-Graw Hill.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/329/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-21.pdf>

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/359/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-75.pdf>

<http://www.turismo.gob.ec/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>

[file:///C:/Users/ChInItAp/Downloads/hotels\\_cast.pdf](file:///C:/Users/ChInItAp/Downloads/hotels_cast.pdf)

[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8607/1/29988\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8607/1/29988_1.pdf)

<http://www.bbvacontuempresa.es/emprendedores/definir-adecuadamente-el-objeto-social-una-empresa>

<http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM48112009/08.Capitulo3.pdf>

[http://www.creaciondempresas.com/articulos/pg/sociedades/002-200112-El\\_objeto\\_social.asp#.U-1oJ\\_15P3R](http://www.creaciondempresas.com/articulos/pg/sociedades/002-200112-El_objeto_social.asp#.U-1oJ_15P3R)

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>

<http://www.sanplaya.com/canoa.html?reloaded=true>

<http://www.viajandox.com/manabi/canoa-san-vicente.htm>

<http://www.bahiadecaraquez.com/canoa.html>

<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=340>

<http://www.sanplaya.com/arco.html?reloaded=true>

<http://www.sanvicente.gob.ec/index.php/2013-11-08-15-22-51/turismo>

<http://www.sanvicente.gob.ec/index.php/2013-11-08-15-22-51/informacion>

<http://definicion.de/turismo-ecologico/>

<http://www.significados.info/ecologia/>

<http://www.guiaresort.com/guia-resort/-que-es-un-resort>

<http://www.turismo.gob.ec/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322007000100005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005)

<http://www.quito->

<http://www.turismo.gob.ec/descargas/lotaipdiciembre2012/LOTAIP/BASE%20LEGAL/Reglamento%20General%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.PDF>

<http://www.monografias.com/trabajos58/metodologia-investigacion/metodologia-investigacion.shtml>

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/diaz\\_v\\_dp/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/diaz_v_dp/capitulo2.pdf)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo\\_sostenible](http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible)

<http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm>

[http://www.rpp.com.pe/2013-02-20-investigacion-revela-que-viajar-con-la-pareja-mejora-la-vida-sexual-noticia\\_568970.html](http://www.rpp.com.pe/2013-02-20-investigacion-revela-que-viajar-con-la-pareja-mejora-la-vida-sexual-noticia_568970.html)

<http://islamujerespalaceresort.com/accommodations.asp>

[https://www.youtube.com/watch?v=wf-mogp\\_EJw](https://www.youtube.com/watch?v=wf-mogp_EJw)

<http://www.lunaruntun.com/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

[http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis\\_Turismo\\_folleto\\_espanol\\_completo.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf)

<http://www.turismo.gob.ec/renovacion-de-la-licencia-unica-anual-de-funcionamiento/>

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1384/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-142.pdf>

<http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>

[http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6](http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6)

<https://www.google.com.ec/maps/place/Canoa/@-0.4643926,-80.4534173,10z/data=!4m2!3m1!1s0x902a481fe5f3fc81:0x555a216c0ef13c0a?hl=es>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

<http://www.slideshare.net/observatorioeconomico/indicadores-economicos-y-sociales-de-manab>

<http://carloschungr.blogspot.com/2008/04/enfoques-cuantitativo-deductivo-y.html>

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

## **ANEXOS**