



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS**



ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
TURISMO RURAL EN LA FINCA LOS LAURELES DEL CANTÓN
ESMERALDAS RECINTO ISLA SAN JUAN”.

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS
Y TURÍSTICAS.

AUTOR:

CEDEÑO TENORIO DIXON EDUARDO

ASESORA:

LCDA. JOHANNA RODRIGUEZ ESTACIO

2013

Tribunal de Graduación

Disertación aprobada luego de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas PUCESE, previo la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Hotelera y Turísticas.

DIRECTOR DE DISERTACION

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTORA DE ESCUELA

Esmeraldas, 01 de abril del 2013

AUTORÍA

Yo **DIXON EDUARDO CEDEÑO TENORIO**, portador de la cédula de ciudadanía 080266766-7, declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi total autoría única y de mi total responsabilidad, respetando las diferentes fuentes de información y las citas bibliográficas respectivas.

DIXON EDUARDO CEDEÑO TENORIO

C.I. 080266766-7.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia en especial a mis padres la Sra. Zoila Tenorio Cortez y el Sr. Manuel Cedeño Álava, y a cada uno de mis hermanos por facilitarme el camino para lograr uno de mis grandes sueños, Dios les bendiga siempre.

Autor: Dixon Cedeño Tenorio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de crecer como ser humano y aprender de la vida cosas maravillosas que ella tiene para con nosotros, por la salud, perseverancia, el esfuerzo, y dedicación impuesta en este trabajo de investigación.

De igual manera quiero agradecer profundamente a mi amada familia, en especial a mi Sra. Madre Zoila Tenorio Cortez y a mi Sr. Padre Manuel Cedeño Álava, por el apoyo incondicional durante todos mis años de estudio, de verdad que la vida no me alcanzará para agradecerles tan desinteresada ayuda, que solo un amor de padres lo puede brindar.

De la misma manera reitero mis más sincero agradecimiento a mis hermanos Jaime Raúl Cedeño Tenorio, Mayra Yulisa Cedeño Tenorio y Rocío Mariuxi Cedeño Tenorio, por haber depositado toda su confianza, respeto, cariño y consideración en mí persona, que de no ser por sus consejos y apoyo durante todos estos años de estudios universitarios, no fuese sido fácil permitirme alcanzar un sueño tan anhelado como es el que hoy consigo.

Por otro lado agradezco profundamente a la Lcda. Johanna Rodríguez Estácio, por el apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación del proyecto de tesis haciendo virtud de su sencillez, paciencia, predisposición y ánimo que le puso en el momento de encaminarme.

De manera especial agradezco a la Dra. Tahimi Achilie Valencia, por su apoyo incondicional, y cada uno de los docentes que aportaron con sus amplios conocimientos durante todo mi proceso de formación profesional.

A mis estimados lectores también les agradezco por su tiempo y atención.

Autor: Dixon Cedeño Tenorio

RESUMEN

La implementación de Turismo Rural en la Finca los Laureles del Cantón Esmeraldas Recinto Isla San Juan, es un proyecto que propone una actividad diferente de realizar turismo en la provincia de Esmeraldas, es una propuesta de turismo vivencial que involucra a dos sectores muy importantes del desarrollo del País como lo es la zona urbana y rural por medio de una interacción mutua.

Este tipo de emprendimiento turístico promueve principalmente la conservación de los recursos naturales con los que cuentan las fincas o ranchos dedicados a la actividad ganadera y agrícola, es una manera de fortalecer la economía de los propietarios de los ranchos, fincas o haciendas, ya que es un complemento a la actividad del diario vivir campesino.

Promueve una cultura de conservación del medio ambiente ya que las actividades que se realizaren en el emprendimiento, están estrictamente direccionadas a la conservación y valoración de especies de flora y fauna de los sectores productivos.

Involucra un sinnúmero de actividades diferentes como: Paseo en Equinos, Ordeño de Ganado Vacuno, Observación de flora y Fauna, Baños en Ríos de Agua Dulce, Camping Etc.

Permite el desarrollo económico de todos los actores involucrados en la actividad turística como son las autoridades y los propietarios de las fincas, tomando en cuenta que los ingresos principales de la provincia de Esmeraldas se deben a las actividades turísticas que se realizan a lo largo y ancho de la misma.

ABSTRACT

The implementation of Rural tourism on the farm the laurels of the Canton Esmeraldas enclosure Island San Juan, is a project that proposes a different activity for tourism in the province of Esmeraldas, is an experiential tourism that involves two very important sectors for the development of the country as it is the urban and rural area through mutual interaction.

This type of tourist undertaking mainly promotes the conservation of the natural resources that have farms or ranches dedicated to livestock and agricultural activity, is a way to strengthen the economy of the owners of ranches, estates or haciendas, is a complement to the activity of daily living peasant.

It promotes a culture of environmental conservation activities that are made in the venture, are strictly targeted to conservation and appreciation of species of flora and fauna of the productive sectors. Involves a myriad of different activities such as: ride horses, milking cattle, observation of flora and Fauna, baths in rivers of fresh water, camping Etc.

Permitted the economic development of all the actors involved in tourism such as the authorities and the owners of farms, taking into account that the main income of the province of Esmeraldas are due to tourist activities carried out the length and width of the window.

ÍNDICE

Contenidos

Carátula		I
Aprobación		II
Autoría		III
Dedicatoria		IV
Agradecimiento		V
Resumen		VI
Abstract		
VII		
Índice		General
VIII		
Índice	de	Cuadros
XI		
Índice	de	Gráficos
XIII		
1.		I
Introducción		1
2.		A
Aspectos Metodológicos		4
3.		R
Resultados		6
3.1	Estudio de Mercado	6
3.1.1	Los Objetivos del Mercado	
6		

3.2	El Servicio	
6		
3.2.1	Generalidades del Servicio	
6		
3.2.2	Necesidades que cubre el Servicio	7
3.2.3	Caracterización del Servicio	7
3.2.4	Tipo de Servicio	8
3.2.5	Ciclo de Vida del Servicio	9
3.3	Análisis de la Demanda	9
3.3.1	Segmentación de Mercado	9
3.3.2	Conducta de Compra de los Clientes	9
3.3.3	Investigación de Mercado	10
3.3.4	Objetivo General	10
3.3.5	Objetivos Específicos	10
3.3.6	Información requerida para el Estudio de Mercado	10
3.4	Análisis e Interpretación de Resultados	11
3.5	Proyección de la Oferta	20
3.5.1	Estudio de la Oferta y Demanda Histórica	21
3.5.2	Estudio de la Demanda Potencial	22
3.6	Determinación de los Servicios	22
3.7	Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto	22
3.7.1	Macro Localización	22
3.7.2	Micro Localización	23
3.7.3	Ingeniería del Proyecto	23
3.7.3.1.	Diseño del Servicio	23
3.7.3.2	Descripción de los Servicios	24
3.7.3.3	Actividades Complementarias	25
3.8	Diseño del Proyecto	26
3.9	Planificación Empresarial	29
3.9.1	Misión	29
3.9.2	Visión	29
3.10	Objetivos	30
3.11	Políticas Internas	30
3.11.1	Normas Generales para el Visitante	30

3.11.2	Responsabilidades de la Empresa	31
3.12	Estructura Empresarial	32
3.12.1	Organigrama Estructural	32
3.12.2	Organigrama Funcional	33
3.13	Aspectos Legales de la Empresa	38
3.14	Diseño del Plan de Marketing	40
3.15	Estudio Económico	41
3.15.1	Objetivos del Estudio Económico	41
3.16	Detalle de la Inversión Inicial	41
3.16.1	Determinación de la Inversión Inicial	50
3.16.2	Ventas Anuales	51
3.16.3	Costos de Producción	51
3.16.4	Fuentes de Financiamiento	52
3.16.5	Estado de Resultado Proyectado	52
3.16.6	Flujo de Efectivo Proyectado	54
3.16.7	Depreciaciones	55
3.16.8	Análisis Económico – Financiero	56
3.17	Análisis del Impacto	57
3.17.1	Impacto Global del Proyecto	63
4.	Conclusiones y Recomendaciones	63
4.1	Conclusiones	64
4.2	Recomendaciones	65
5.	Bibliografía	66
	Linkografía	69
	Anexo	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Oferta histórica	21
Cuadro N° 2: Determinación de los Servicios	22
Cuadro N° 3: Presupuesto de las Cabañas	42
Cuadro N° 4: Casa Comunal	42
Cuadro N° 5: Equipos Informáticos	43
Cuadro N° 6: Equipos de Cocina	43
Cuadro N° 7: Utensilios de Cocina	43
Cuadro N° 8: Muebles y Enseres	44
Cuadro N° 9: Herramientas	44
Cuadro N° 10: Costos de Lencería	45

Cuadro N° 11: Costos de Aseo y Limpieza	45
Cuadro N° 12: Costo de Materiales de Seguridad	45
Cuadro N° 13: Gastos de Materiales de Oficina	46
Cuadro N° 14: Gastos de Constitución	47
Cuadro N° 15: Gastos de Publicidad	47
Cuadro N° 16: Servicios Básicos	47
Cuadro N° 17: Capital de Trabajo	48
Cuadro N° 18: Requerimiento Humano	48
Cuadro N° 19: Vida Útil y Depreciación de Activos	49
Cuadro N° 20: Determinación de la Inversión Inicial	50
Cuadro N° 21: Ventas Anuales	51
Cuadro N° 22: Costos de Producción	51
Cuadro N° 23: Fuentes de Financiamiento	52
Cuadro N° 24: Estado de Resultado Proyectado	53
Cuadro N° 25: Flujo de Efectivo Proyectado	54
Cuadro N° 26: Depreciaciones	55
Cuadro N° 27: Análisis de Impacto	58
Cuadro N° 28: Impacto Ambiental	59
Cuadro N° 29: Impacto Económico	60
Cuadro N° 30: Impacto Cultural	61
Cuadro N° 31: Impacto Empresarial	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Origen de Procedencia de los Turistas	10
GRÁFICO N° 2: Grado de Interés por la Práctica de Turismo Rural Responsable	11
GRÁFICO N° 3: Propuesta de Servicios durante la Práctica de Turismo Rural	12
GRÁFICO N° 4: Actividades Agro Turísticas y Recreacionales dentro de la Finca	13
GRÁFICO N° 5: Frecuencia de visita de los Turistas a la Finca	14
GRÁFICO N° 6: Permanencia del Turista en la Finca	15
GRÁFICO N° 7: Promedio de Gasto del Turista cuando viaja	16
GRÁFICO N° 8: Grupos Sociales de visita a la Finca	17
GRÁFICO N° 9: Número Promedio de personas que visitan la Finca	18

GRÁFICO N° 10: Diseño del Proyecto	27
GRÁFICO N° 11: Diseño del Proyecto	28
GRÁFICO N° 12: Organigrama Estructural	32

1. INTRODUCCIÓN

Turismo Rural es una actividad turística que permite la participación activa de las personas que lo realizan, y se practica en predios urbanos debidamente acondicionados para esta actividad. El turismo rural es una acción turística la cual se la realiza en fincas lejanas al casco urbano, normalmente en localidades pequeñas menores a 1000 y 2000 habitantes las mismas que están compuestas por un conjunto de visita programadas, se caracteriza principalmente por exponer al turista la expresión misma del diario vivir del campesino, hacerlo participe de sus labores diarias, enseñar a valorar la tierra y sus frutos, compartir sus historias, ritos y música.

La práctica de turismo rural de manera organizada permite un buen desarrollo económico de los propietarios de las fincas que practican esta actividad, es por ello que en la actualidad se convierten en una de las mejores alternativas de turismo organizado.

El Turismo Rural surge formalmente en Chile hace 20 años, cuando el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), inició las primeras búsquedas de actividades complementarias para campesinos y agricultores. Hasta la fecha, esta actividad se ha ido transformando abruptamente. Pasó de los modestos sitios a los servicios formales. Hoy en día, los propios gestores entienden que este negocio debe manejarse con calidad de servicios. Este rubro, entonces, se ha transformado en un agro-negocio como tal.

Según los señores Roberto C. y Diego R. Bullón (Turismo Rural, 2008, definen que el turismo rural *“se refiere a todas aquellas actividades turísticas que pueden desarrollarse en el ámbito rural y resultan de interés para los habitantes de las ciudades”*.

Este criterio también es compartido con el Señor Juan Pulido Fernández (EL Turismo Rural, 2008, donde expresa que el turismo rural *“comprende no solo vacaciones en granjas, sino cualquier otra actividad turística en el campo”*

En el Ecuador la experiencia más clara de turismo rural sostenible, la ubicamos en el sitio Río Muchacho, parroquia Canoa, a 14 Kilómetros de San Vicente y 6 Km. de Canoa, es una buena elección para el turismo ecológico y de aventura, con cabañas en los árboles, para realizar actividades propias del campo manabita, se ha ganado su espacio nacional e internacionalmente ya que en esta comunidad existe una finca orgánica, una escuela ambientalista donde se les enseña a los niños a la conservación del ambiente, rehusar y reciclar.

Ministerio de Turismo del Ecuador y sus aliados estratégicos, entre ellos la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), trabajan y creen en un país que camina hacia el desarrollo del turismo sostenible.

Las actividades turísticas sostenibles, se apoyan en La Norma Técnica de Ecoturismo, en relación con las operaciones turísticas, las cuales estas están relacionadas directamente a: Calidad en los servicios y responsabilidad con el visitante, Conservación y manejo de los Recursos Naturales, Impactos ambientales, Tratamiento de basura y desechos, Tamaño de grupos de visitantes, Respeto a grupos humanos, Promoción, Guías e interpretación, Alojamiento.

Uno de los aspectos importantes que hay que tomar en cuenta para desarrollar la actividad del turismo rural, es que en la provincia de Esmeraldas existen fincas y haciendas que presentan características similares a emprendimientos turísticos, dentro de las cuales se realizan actividades agrícolas y ganaderas, pero estas no se han desarrollado de una forma organizada y sostenible que permita la conservación del entorno natural, por su naturaleza la provincia se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos con los que cuenta el país, gracias a sus extensas playas tanto en la zona norte como en el sur, las mismas que motivan la visita de turistas nacionales y extranjeros al disfrute de las mismas; pero con el pasar de los años y el aumento de turistas extranjeros demandan otro tipo de servicios y producto turístico como alternativas sustentables.

El cantón Esmeraldas cuenta con recursos turísticos naturales y culturales, que lo hacen sitio agradable y propicio para la realización de diferentes actividades relacionadas a la gran industria del turismo, a pesar de existir estas potencialidades en el cantón y provincia, no se han estructurado proyectos y planes conjuntos que

vinculen las actividades turísticas con el desarrollo económico de las comunidades, las mismas que a su vez puedan generar ingresos económicos mediante la venta de productos y servicios.

Existen un sin número de fincas, haciendas, ranchos, las mismas que bordean extensas zonas de la provincia, puesto que los principales ingresos en el pasado fueron gracias a la agricultura y ganadería.

Esta nueva alternativa de fincas agroecológicas, promueve enfoques integrales que abarquen la relación del medio ambiente y los recursos existentes en el, y la participación activa de la población local, garantizando la conservación de los recursos y el disfrute del visitante.

Con la finalidad de aprovechar de manera sostenible los recursos naturales y culturales, se plantea la propuesta de un *Estudio de Factibilidad para la Implementación de Turismo Rural en la Finca Los Laureles del recinto Isla San Juan, Cantón Esmeraldas*, mediante sistemas agro turísticos; para lo cual fue necesario plantearse algunas variables específicas, como: a) Un estudio de mercado con el fin de determinar los posibles consumidores del producto, a demás de inventariar los principales recursos naturales y culturales que permita establecer su aprovechamiento dentro de la finca, mediante la elaboración del sistema agro turístico, donde se vinculen las actividades agrícolas al turismo, como una alternativa de desarrollo sostenible; con el fin de que cada uno de los servicios que se oferten en la finca puedan ser utilizados, b) Se diseñó un plan de marketing como una herramienta de promoción, de la misma manera c) Se propuso una estructura organizativa más adaptable a este tipo de negocio, y d) finalmente través de un estudio económico financiero, se analizó la viabilidad del proyecto determinando las inversiones, costos de operación, ingresos, costos y gastos que se generará en la vida útil del proyecto y así determinar su rentabilidad.

La práctica del turismo sostenible busca el aprovechamiento al máximo de todos los recursos naturales con los que cuentan determinados sectores, estos recursos permiten plantear actividades económicas y productivas; convirtiéndose en sectores propicios, para el cultivo de un sinnúmero de hortalizas, árboles frutales, maderables, medicinales, pastizales, los mismos que se convierten en componentes indispensables en la práctica de turismo rural.

2. ASPECTOS METODOLOGICOS

La parroquia Májua está ubicada a la altura del kilómetro 43 vía Santo Domingo, en este sector el clima es propicio para la realización de actividades agro turísticas todos los meses del año, las cuencas hidrográficas son zonas de drenaje o captación donde se junta el agua de las montañas y corre río abajo para alimentar los ríos del Recinto Isla San Juan, estos afluentes son muy importantes, el Río Májua, el Tubo y el Churero son afluentes río Esmeraldas, más de la mitad de la población local utiliza el agua de estas cuencas para uso doméstico y producir sus alimentos.

Para la ejecución del estudio de este proyecto se utilizaron varios aspectos metodológicos, las fuentes bibliográficas que proporcionaron información importante relacionada en temas como; programa de cultivos, ganadería, porcicultura, diseño de sistemas agro turísticos, temas ambientales, manejo adecuado y gestión de los recursos naturales, dentro de estos documentos técnicos encontramos las revistas, folletos, libros, diccionarios de términos turísticos, lo que sirvió para obtener datos de interés para este estudio.

Por otro lado con la técnica de la observación se realizaron visitas de campo donde se implantaría el proyecto, con la finalidad de analizar las dimensiones de terreno con las que cuenta la finca, de esa manera poder realizar una distribución adecuada de los espacios para el uso de los recorridos turísticos, programas de siembra, viveros de plantas, los mismos que determinarían los lugares donde se implementarían los sistemas agro turísticos, a demás de la construcción de las instalaciones, esto permitió elaborar la propuesta para determinar su viabilidad, las cuales garanticen el buen uso de los mismos.

Por tanto se establecieron parámetros técnicos previos a la ejecución del proyecto, lo cual arrojó datos de mucha importancia, con el fin de prevenir riesgos a futuro estudiando y enfocándose en problemáticas relacionadas a su previa ejecución.

Para demostrar la factibilidad del proyecto, se tomó en cuenta la población del cantón Esmeraldas, según el último censo realizado por el INEC en el año 2010 el cual arrojo un resultado de **18.760** habitantes, que mediante la aplicación de una

fórmula matemática, dio un resultado de 400 encuestas las cuales estuvieron dirigidas a cada uno de los potenciales consumidores de productos turísticos que visitan la provincia de Esmeraldas con mayor frecuencia.

Otro aspecto importante en la investigación durante la recopilación de información fueron las entrevistas, realizadas a personas con gran experiencia en el desarrollo de emprendimientos turísticos productivos, de igual manera a conocedores de temas ambientales, botánicos y producción de alimentos orgánicos.

Para este estudio se tomaron en consideración algunos parámetros para prevenir riesgos a futuros, posibles problemáticas relacionadas con el emprendimiento, por lo que el método inductivo permitió realizar este análisis, de la misma manera método deductivo permitió, proponer estrategias técnicas, para la distribución física del emprendimiento y cada uno de sus componentes.

Este estudio tubo sus inicios el 20 de enero del 2012 y se estima que la fecha de culminación del mismo será el 18 de marzo del año 2013, durante todo el tiempo de investigación se recolectó importante información de campo y bibliográfica en relación a los sistemas turísticos de esta naturaleza.

Con los datos obtenidos, permitió analizar cada una de las variables investigadas, con el propósito de cumplir y alcanzar de manera exitosa con cada uno de los objetivos propuestos en el proyecto.

3. RESULTADOS

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado aplicado en este proyecto, ha sido una herramienta que facilitó la obtención de resultados para determinar la aceptación del producto dentro del mercado.

Tomando en cuenta este estudio de mercado, se ha asegurado la permanencia del producto en el mercado de consumidores, antes de su lanzamiento.

3.1.1 LOS OBJETIVOS DE MERCADO:

- Determinar de manera técnica y objetiva, el grado de aceptación que tendrá el proyecto de turismo rural, dentro del mercado turístico existente en la provincia de Esmeraldas.
- Asegurar que las proyecciones económicas establecidas en el proyecto, giren en un entorno positivo durante su ejecución.
- Analizar el comportamiento de la oferta y la demanda existente en el mercado local.

3.2 EL SERVICIO

3.2.1 Generalidades del servicio

El emprendimiento turístico a desarrollarse, brindará la oportunidad de que los visitantes puedan desarrollar actividades agro turísticas, compartiendo experiencias vivenciales junto a los propietarios de la finca, a demás el visitante podrá involucrarse de manera directa con el entorno natural, a su vez aprenderá a valorar los sitios naturales existentes en el lugar, el proyecto logrará crear una conciencia ambiental en cada uno de los participantes de esta actividad turística.

Este producto turístico garantiza una manera entretenida, divertida y diferente de hacer turismo, puesto que brinda la oportunidad de desconectarse de la rutina diaria de las personas, en actividades que permiten interactuar a grandes y chicos fomentando de esa manera un turismo responsable.

El visitante tendrá la oportunidad de participar de actividades agrícolas y productivas, de la misma manera consumir alimentos frescos y sanos, también el visitante podrá participar en el proceso de siembra de varias especies como hortalizas, leguminosas, gramíneas, entre otras.

3.2.2 Necesidades que cubre el servicio

El siguiente emprendimiento busca cubrir la necesidad de muchos turistas nacionales y extranjeros de realizar otras actividades fuera de lo habitual, que aparte de disfrutar del contacto con la naturaleza sienta que la experiencia agro turística ha sido enriquecedora, permitiendo que los visitantes se sientan en un sitio relajado tranquilo y sobre todo seguro, un espacio en el cual los turistas puedan acceder a esa realidad acompañada de la comodidad, adaptada a este tipo de turismo como lo es el turismo rural.

El visitante tendrá la oportunidad de participar de los recorridos, permitiéndole interactuar con la naturaleza para que desarrolle una cultura ambiental, puesto que conocerá un sinnúmero de especies de flora y fauna que existen dentro de la finca, que se visualizaran durante los recorridos.

3.2.3 Caracterización del servicio

- Poner a disposición del público un producto turístico diferente, enmarcado en la conservación del entorno natural.
- Brindarle al visitante la oportunidad de conocer una interesante alternativa de hacer turismo.
- Manejo adecuado y sostenible de los recursos agua y suelo.
- Brindar una atención personalizada, acorde con las expectativas de los clientes.

- Poner a disposición del público profesionales especializados en la materia.
- Brindar la seguridad que el turista necesita.
- Programas de reciclaje de los materiales que atenten con el medio ambiente.
- Brindar alimentos sanos y frescos
- Poner a disposición de los clientes toda la información necesaria de cada una de las actividades que se realicen en la finca agro turística.

3.2.4 Tipo de servicio

Cada uno de los diferentes tipos de servicio que brindará la finca estarán dirigidos a todos y cada uno de los turistas, que visiten la provincia; estos servicios están enfocados en un público de clase media - alta, puesto que en el estudio de mercado quedó demostrado, que ellos son los principales consumidores de los diferentes tipos de servicios turísticos que ofrece la provincia de Esmeraldas.

La finca eco turística ofrecerá los siguientes tipos de actividades vivenciales:

- Espacio necesario de recreación.
- Recorridos por senderos (Senderismo).
- Observación de flora y fauna del sector.
- Participación activa del ordeño de ganado vacuno.
- Recorrido y reconocimiento de plantas medicinales.
- Recolección y consumo de frutas de temporada.
- Participación activa en las actividades agrícolas.
- Alimentación sana y balanceada.
- Refrescante baño en ríos de agua dulce.

3.2.5 Ciclo de vida del servicio

Este tipo de producto turístico en la actualidad se encuentra en una etapa de introducción en el mercado turístico Esmeraldeño, es una nueva novedosa forma de realizar turismo, y mucho más si este está acompañado de la conservación de los recursos naturales con los que cuenta el sector.

A través de un plan de marketing se ha estructurado el producto, para que llegue a los clientes de manera clara y objetiva, con el fin de garantizar la visita de cada uno de ellos al emprendimiento turístico.

Se difundirá el mensaje en cada una de las instituciones públicas y privadas de la provincia, a través de visitas bien programadas, prensa televisiva y escrita, el internet se convierte en la herramienta fundamental de comunicación en la actualidad por medio de las redes sociales que existen hoy en día ya que es la forma más directa de comercializar un producto.

Las alianzas estratégicas con la operadoras de turismo locales, nacionales, e internacionales, se convierten también en una fuente muy importante de comercialización de este tipo de producto turístico.

3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA

3.3.1 Segmentación de mercado

Este tipo de proyecto según el estudio realizado está dirigido a las personas de condiciones sociales media - alta partiendo del resultado tomado en las encuestas como el grupo de potenciales consumidores, ya que ellos son los principales demandantes del servicio en la provincia de Esmeraldas, es una actividad turística que no restringe edades siempre y cuando las personas que lo practiquen se encuentren en la completa capacidad física y mental de vivir la experiencia.

3.3.2 Conducta de compra de los clientes

Para identificar de manera clara la conducta de compra de los clientes, se tuvo que identificar qué tipos de servicios ellos demandaban, el resultado de este estudio realizado a través de las encuestas, permitió identificar esa necesidad de los consumidores, de ahí donde nace la iniciativa de crear un proyecto eco turístico, que

cumpla con cada una de las exigencias de los consumidores, para poder cumplir con las expectativas que ellos se planteaban al momento de visitar la provincia de Esmeraldas.

3.3.3 Investigación de mercado

3.3.4 Objetivo general:

Desarrollar un proyecto agro turístico, que permita enriquecer conocimientos aportando de manera positiva en los visitantes, en la práctica de actividades turísticas en la provincia de Esmeraldas.

3.3.5 Objetivos específicos:

- Diseñar un cuestionario de preguntas, que permita conocer toda la información necesaria para el estudio.
- Aplicar las encuestas a cada uno de los turistas, que se encontraban en los sitios turísticos de mayor concurrencia de la provincia.
- Analizar profundamente el resultado de las encuesta, con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto.

3.3.6 Información requerida para el estudio de mercado

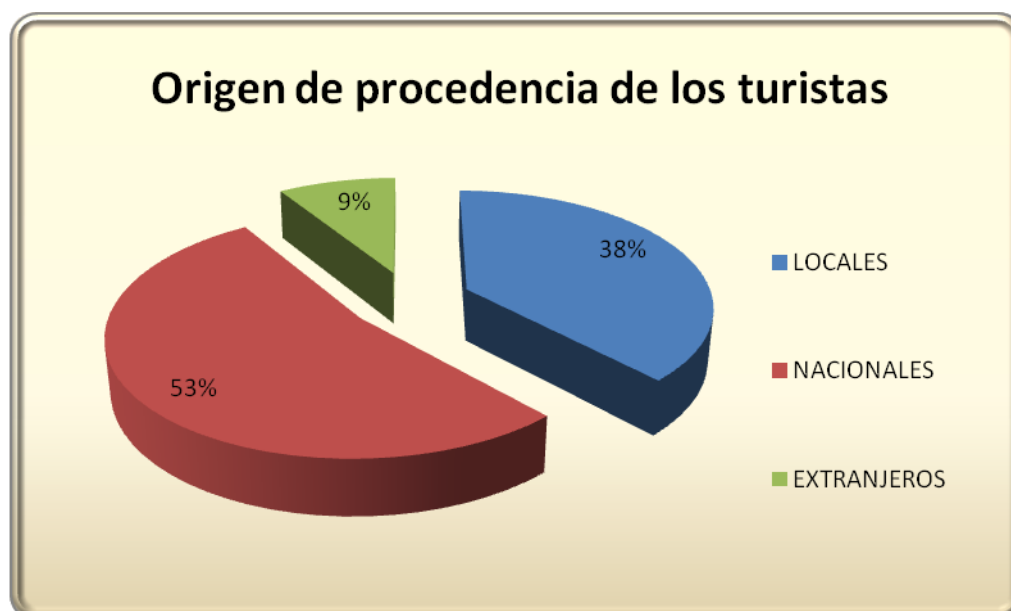
- Grado de importancia por la práctica de agro turismo en la provincia de Esmeraldas.
- Frecuencia de visita de los turistas a la provincia de Esmeraldas.
- Actividades que se podrían realizar en el emprendimiento turístico.
- Grupos sociales de visita a los sitios de interés de la provincia de Esmeraldas.
- Promedio de consumo durante su estancia en la provincia de Esmeraldas.

3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez aplicadas las encuestas realizadas a los turistas que visitaron el cantón Esmeraldas durante el periodo 2010, y con la finalidad de determinar la factibilidad de esta propuesta empresarial, se presentan los resultados obtenidos mediante el análisis de datos, los cuales están representados con sus respectivos gráficos.

GRAFICO # 1

ORIGEN DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas

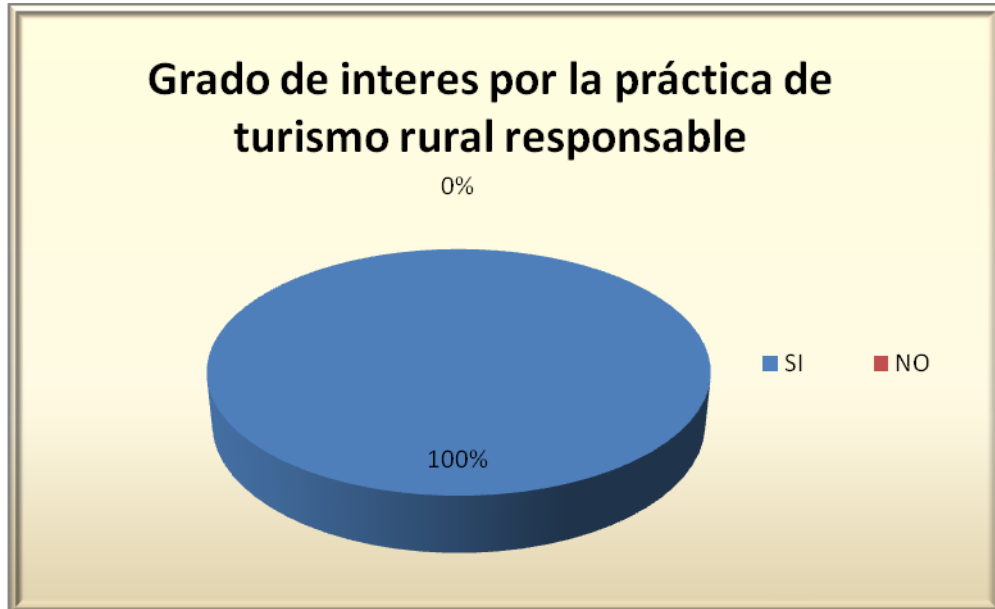
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Según los resultados de la investigación, se entiende que el producto turístico a desarrollar, es la implementación de una finca para la práctica de turismo rural, va a estar dirigido especialmente a los consumidores nacionales, ya que estos son los principales demandantes de este tipo de servicios según la investigación realizada; sin embargo a pesar que el mayor porcentaje está representado por este grupo de posibles consumidores, se puede considerar también la demanda local y extranjera como una fuente importante para la generación de ingresos dentro de esta iniciativa.

GRAFICO # 2

GRADO DE INTERÉS POR LA PRÁCTICA DE TURISMO RURAL RESPONSABLE



Fuente: Encuestas

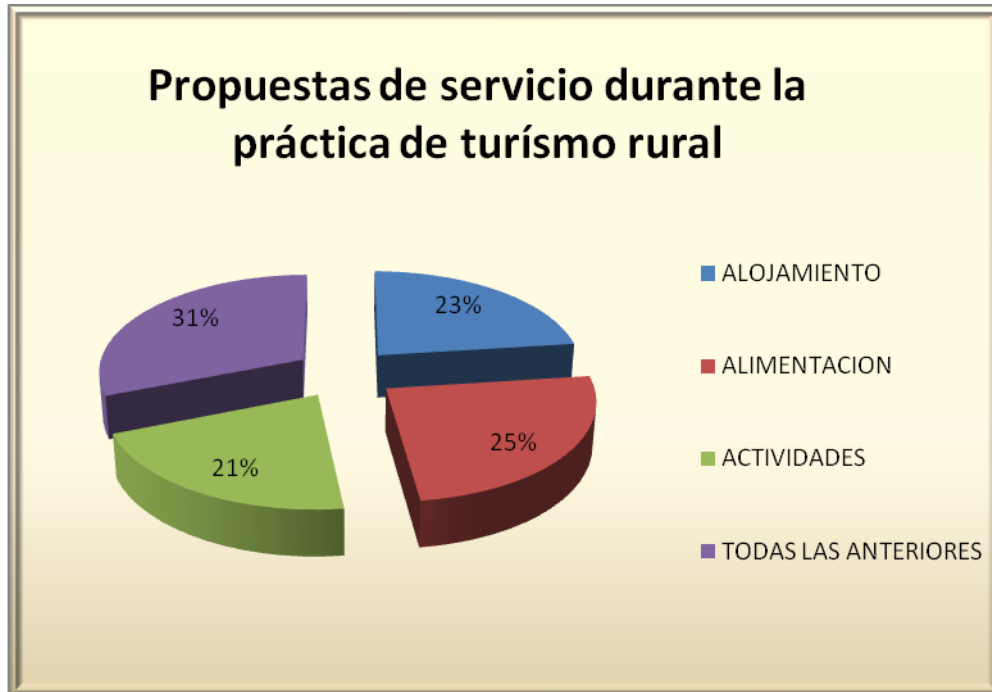
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Los encuestados demostraron tener un alto grado de aceptación e interés por el producto ofertado, esto demuestra el gran interés que existe en los potenciales consumidores por experimentar una nueva alternativa turística como es el turismo rural, el cual se lo puede practicar de manera responsable con el medio ambiente, esto se debe a que en la actualidad la tendencia a la conservación de sitios naturales va en escalas ascendentes a nivel mundial y Ecuador siendo un país con una gran biodiversidad no podría ser la excepción.

GRAFICO #3

PROPUESTA DE SERVICIOS DURANTE LA PRÁCTICA DE TURISMO RURAL



Fuente: Encuestas

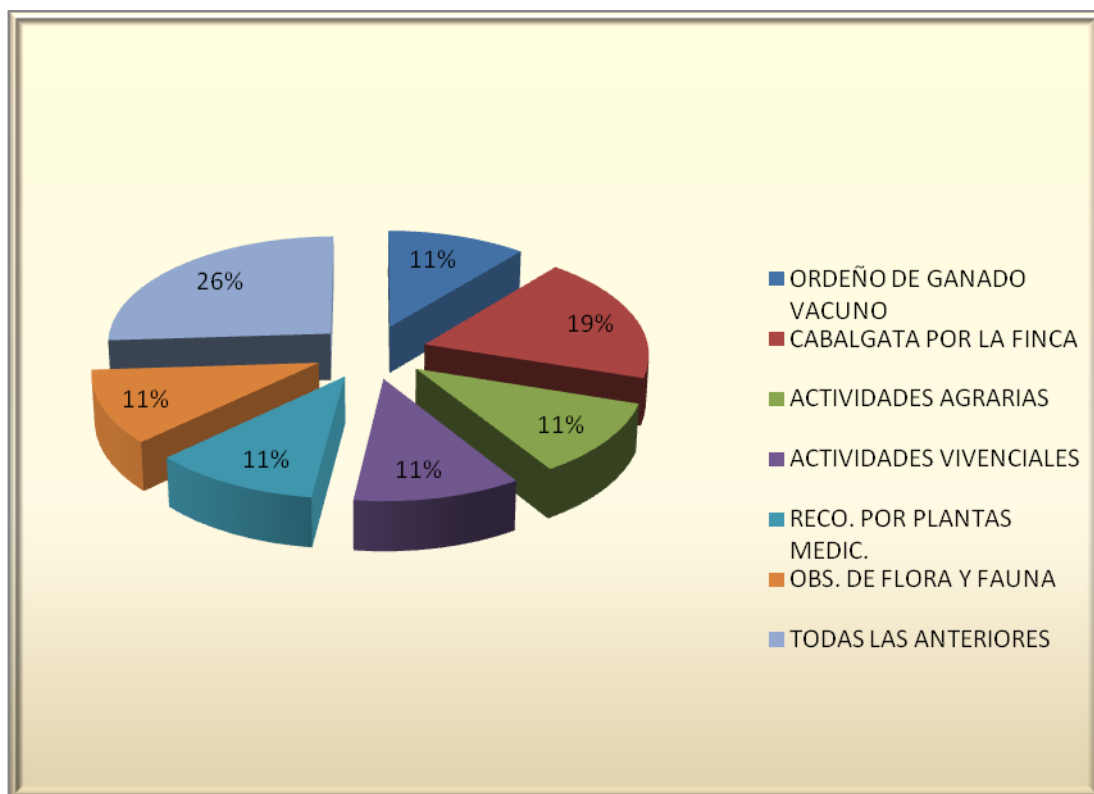
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

En relación a la prestación de servicios durante la práctica de turismo rural, se evidencia una actitud favorable en cuanto a los demandantes de este servicio, por cada una de las actividades propuestas en la finca, por lo cual se puede deducir que los servicios ofertados están encaminados a suplir cada una de las necesidades de los potenciales consumidores mientras se hospedan en la finca.

GRAFICO #4

ACTIVIDADES AGRO TURÍSTICAS Y RECREACIONALES DENTRO DE LA FINCA



Fuente: Encuestas

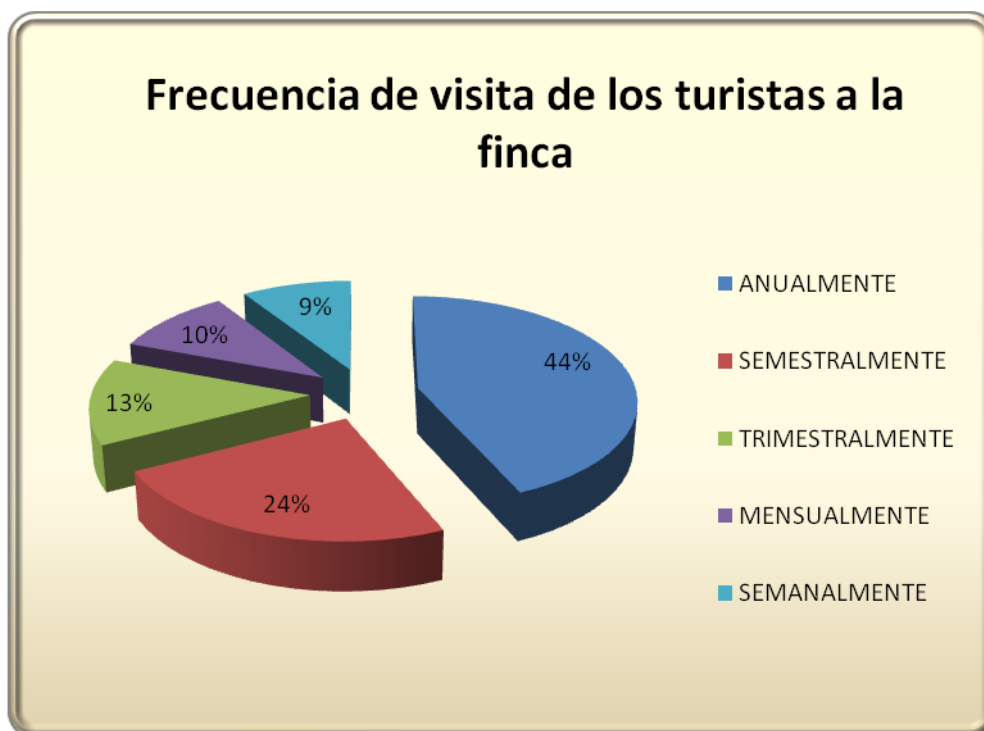
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Las actividades propuestas para esta iniciativa, demuestran tener gran acogida lo que garantizan la participación activa de los demandantes en cada una de ellas, quedando demostrado que el producto diseñado podría alcanzar las expectativas de los posibles consumidores de este servicio turístico, porque en la actualidad el turismo rural es una actividad nueva y novedosa, que no se ha desarrollado formalmente en la provincia.

GRAFICO #5

FRECUENCIA DE VISITA DE LOS TURISTAS A LA FINCA



Fuente: Encuestas

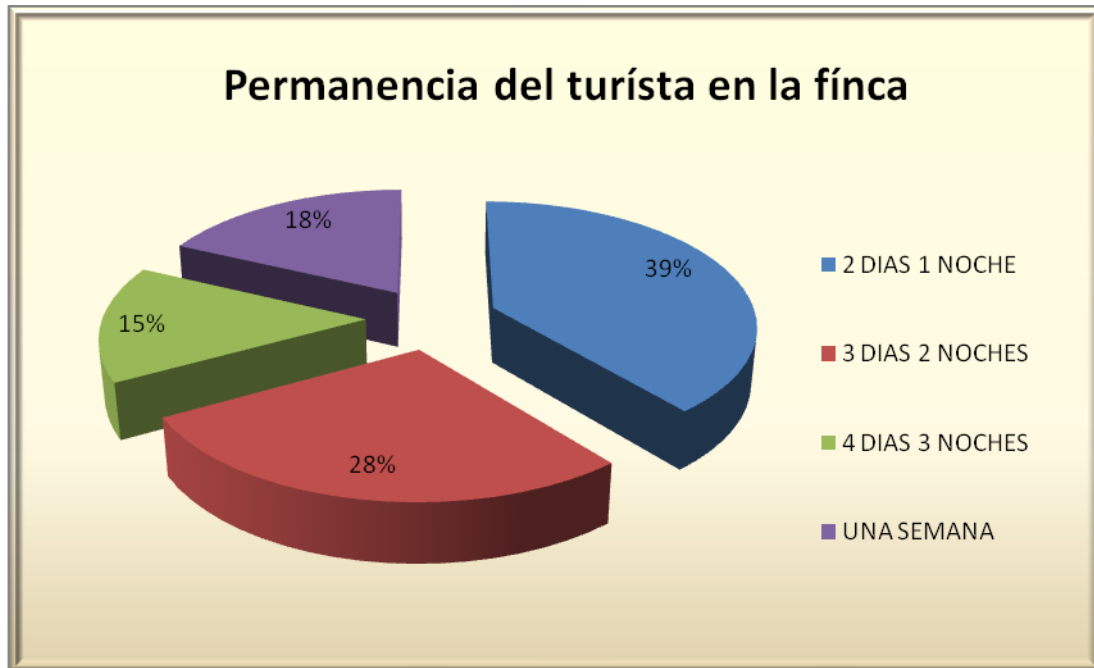
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

La preferencia de visita a emprendimientos turísticos por los consumidores de este tipo de iniciativas, la realizan todo el tiempo del año, pero la investigación revela que estos prefieren hacerlo con mayor frecuencia cada año; pero hay otros porcentajes que demuestran que el hombre es un viajero por naturaleza, y siempre se encuentra trasladándose a diferentes sitios de su residencia habitual, con el fin de realizar actividades que le permitan salir de su rutina diaria, sin embargo existen un número significativos de interesados en programar sus vacaciones de manera semestral, quincenal y semanal, lo cual es una oportunidad que puede garantizar la sustentabilidad del proyecto.

GRAFICO #6

PERMANENCIA DEL TURISTA EN LA FINCA



Fuente: Encuestas

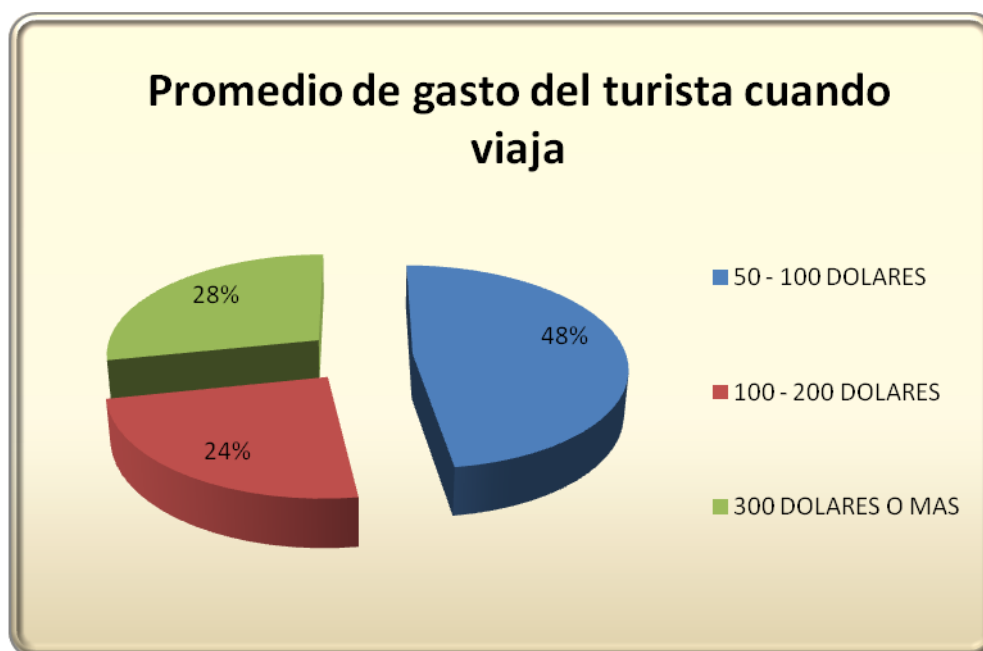
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Se entiende que los días de mayor estancia en la finca agro turística, estarían enmarcados de dos a tres días, esto permite programar las actividades en este lapso de tiempo, es decir vender el producto de la finca de manera integral que se pueda apreciar cada uno de sus componentes; al mismo tiempo al conocer la frecuencia de visita con menos pernoches, nos da la pauta para programar el producto realizando menos actividades, porque sus valores obtenidos son realmente importantes.

GRAFICO #7

PROMEDIO DE GASTO DEL TURISTA CUANDO VIAJA



Fuente: Encuestas

Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

El consumo diario por visitante, determina la economía de un emprendimiento, por ello es importante establecer, cuál es el consumo diario por persona o grupo de personas durante su desplazamiento hacia un destino específico.

En este estudio se nota que las actividades programadas dentro de la finca, están en un porcentaje del 48%, que es el consumo entre 50 y 100 dólares, lo que estaría en el lapso de vistas entre uno y dos días de pernoche, tal como se refleja en el gráfico N° 6, en relación a la permanencia del turista en la finca.

Al conocer esta realidad se aplicaran técnicas de ventas, que permitan captar una mayor atención del turista extranjero, con la finalidad de que ellos puedan participar de las actividades propuestas en la finca.

Por lo que se determina además con este resultado que el grupo de personas que consumirían el producto es de clase media alta, por su nivel de consumo.

GRAFICO #8

GRUPOS SOCIALES DE VISITA A LA FINCA



Fuente: Encuestas

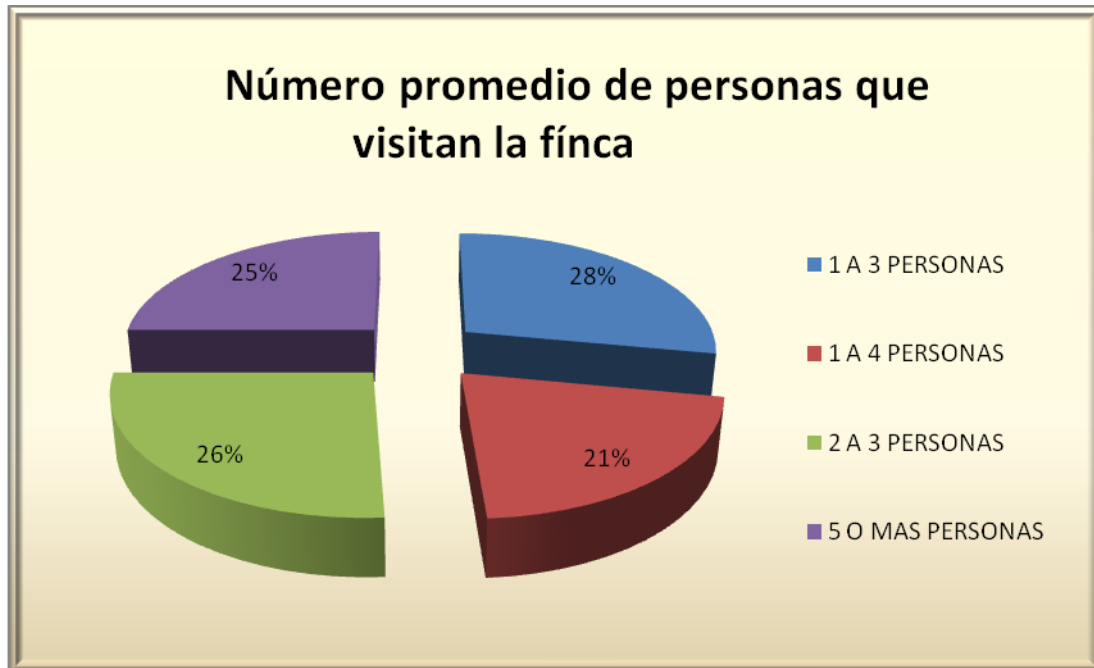
Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Según este resultado los grupos potenciales para visitar el emprendimiento son los grupos familiares y amigos, el otro grupo en segundo orden es para parejas y compañeros de trabajo, de esta manera queda demostrado que la actividad es apetecida por todas las personas que realizan turismo, actividad que le permitirá una manera divertida de hacer turismo, de manera que puedan enriquecer sus conocimientos, haciendo agradable su visita al sitio.

GRAFICO # 9

NUMERO PROMEDIO DE PERSONAS QUE VISITAN LA FINCA



Fuente: Encuestas

Investigador: Dixon Cedeño

Análisis:

Se determina que la gran mayoría de personas tienen el hábito de viajar en compañía, demostrando que las variables aplicadas en identificar el número de personas que visitarían la finca, están dirigidas objetivamente a analizar la distribución de grupos los potenciales consumidores, con estos datos se puede hacer una aproximación más exacta.

A demás en el gráfico se puede evidenciar cual sería la afluencia de los turistas al emprendimiento turístico, este resultado también permite obtener datos importantes en la proyección de ventas la misma que ayudará a determinar los ingresos de la empresa.

3.5 PROYECCION DE LA OFERTA

Con el objetivo de establecer la demanda futura del proyecto turístico, es muy importante analizar el comportamiento de la oferta histórica existente en la actualidad en la provincia, el cual se trabajó con la tasa de crecimiento de la oferta, esta se calculó de la siguiente manera con su respectiva formula.

i = Tasa de crecimiento de la oferta.

n = Número de años a proyectar.

C_n = Oferta actual.

C_o = Oferta histórica inicial.

Cálculo

Datos:

i =?

n = 10 años.

C_n = 13872 1750

C_o = 12294,91

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{C_n}{C_o}} - 1$$

$$i = \sqrt[10-1]{\frac{13872}{12294,91}} - 1$$

$$i = \sqrt[9]{1,12827178} - 1$$

$$i = 1,35$$

Análisis:

El valor de 1,35% representa la tasa en la cual la oferta se ha incrementando de año a año el año 2002 hasta el 2012 por lo que se mantendrá la tendencia de crecimiento en el mismo porcentaje para la proyección.

Así que a partir de la tasa de crecimiento de la oferta calculada en (1.35%) se procedió a determinar la proyección de la oferta en los próximos 10 años, teniendo como base para el cálculo cada año proyectado.

3.5.1 ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA HISTÓRICA

- **Oferta histórica**

La oferta histórica consiste en determinar el estado actual de los ofertantes y demandantes de servicios turísticos, a lo largo de los últimos años en el cantón Esmeraldas.

Para determinar el estudio de la oferta histórica se parte de una investigación a los establecimientos, empresarios y personal que labora en los sitios que prestan servicios turísticos, que posean características similares al proyecto en estudio.

Cuadro # 1

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA DE CONSUMIDORES	DEMANDA POTENCIAL DE CONSUMIDORES
2002	2.000	
2003	2.700	
2004	3.645	
2005	4.921	
2006	6.643	
2007	8.968	
2008	12.107	
2009	16.344	
2010	22.065	
2011	29.787	
2012	40.213	
2013	54.288	
2014		73.288
2015		98.939
2016		133.568
2017		180.317
2018		243.428
2019		328.628

3.5.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA POTENCIAL

El estudio de la demanda histórica, está basado en el comportamiento de los consumidores de servicios turísticos en los últimos 10 años, en este tipo de estudio surgen interrogantes, una de las más importantes es conocer el estado actual en que se encuentra el consumo de los servicios turísticos de esta naturaleza, porque estos datos facilitan al momento de proponer servicios similares.

3.6 DETERMINACIÓN DE LOS SERVICIOS

Los siguientes valores que se plasman a continuación en el gráfico, se convierten en los datos principales que determinan el precio de cada uno de los productos que se ofertan en la finca los laureles, los mismos que arrojaron datos exactos que permitieron encaminar la factibilidad del proyecto, en el estudio económico financiero.

Cuadro N° 2.

SERVICIOS	VALORES
Hospedaje	10,00
Alimentación	15,00
Uso de Instalaciones - Recorridos en la Finca	5,00
Paseo a Caballo	5,00
Senderismo - Caminatas Guiadas en el Bosque	5,00
Camping	25,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.7 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

3.7.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto está ubicado en la provincia y Cantón Esmeraldas, conocida como la provincia verde, está situada en la costa noroccidental del Ecuador, el clima de esta provincia varía desde sub húmedo, subtropical húmedo, y subtropical muy húmedo con una temperatura mediana de 23 °C.

3.7.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El recinto Isla San Juan pertenece a la parroquia Májua, está conformado por una población de 100 familias aproximadamente, las cuales se encuentran distribuidas en un área de 50 hectáreas de terreno, la gran mayoría de los habitantes del lugar está compuesto por pequeños productores agrícolas y ganaderos.

Sus habitantes se caracterizan por ser mestizos, con una importante presencia de personas afro descendientes y manabitas.

El recinto Isla San Juan, se conecta con una vía de acceso de segundo orden perteneciente a la Parroquia Májua, la misma que se une con la vía principal Esmeraldas – Quinindé, a la altura del Km 42 de la carretera principal; también mantiene un sistema de comunicación fluvial a través del Río Esmeraldas, con la existencia de un puerto equipado con lanchas y sus respectivos motores fuera de borda, el cual sirve como un punto importante de conexión para los habitantes de la zona, el mismo que es aprovechado como eje fundamental para la comercialización de productos agrícolas de las diferentes comunidades, localizadas al otro lado del río vecinas a la isla San Juan.

La iniciativa de turismo rural, que propone en la finca Los Laureles, es propiedad privada, compuesta por 50 hectáreas, ubicada a 1 hora de la ciudad de Esmeraldas, en el recinto Isla San Juan

Aprovechando sus potencialidades el proyecto plantea realizar actividades agro turísticas de manera sostenible, las mismas que permitirán la conservación de los recursos naturales y culturales con los que cuenta esta propiedad.

3.7.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.7.3.1 Diseño del servicio

La finca Eco turística estará dirigida a toda la población esmeraldeña de igual manera a todos los turistas nacionales y extranjeros que visiten nuestra ciudad,

tiene como finalidad brindar un servicio personalizado, que cubra cada una de las expectativas de los clientes, a demás permitirles desarrollar por medio de sistemas agro turísticos una conciencia ambiental en los visitantes, sobre la conservación y manejo de los diferentes ecosistemas, convirtiéndose en alternativa educativa y vivencial.

3.7.3.2 Descripción de los servicios

A continuación se detallan cada uno de los servicios que estarán a disposición para los clientes en el interior de la finca. Cabe recordar que cada una de las actividades que se realicen en la misma, tendrán la inducción, conducción y asistencia a cargo de una persona especializada, en este caso un Guía Turístico.

- **Casa comunal.**

La casa comunal es el hogar de los propietarios de la finca, pero este sitio se convierte en la casa también de los huéspedes que visiten la finca, la casa estará equipada con una cocina completa, un salón de estar, sofás cómodos, un amplio comedor entre otros pequeños componentes que conformaran esta morada, todo esto con el afán de brindarle las facilidades al turista durante su estadía en la finca.

- **Hospedaje.**

La finca agro turística pondrá a disposición de sus clientes tres cómodas cabañas con una capacidad de 5 pax en su interior, con camas debidamente acondicionadas con todos los implementos necesarios durante su estadía, que brindarán al visitante la comodidad deseada al momento de hospedarse, un lugar limpio y sobre todo seguro para descansar.

- **Alimentación.**

Se ofertarán platos acorde a la gastronomía ecuatoriana y en especial esmeraldeña, los cuales van desde mariscos, carnes rojas y blancas, hortalizas, frutas de la cosecha actual, postres, entre otros todo esto a disposición del cliente.

- **Paseos a Caballos.**

La finca proporciona a sus clientes la alternativa de paseo en equinos dóciles, de buen manejo, con unos buenos estados físicos y debidamente alimentados, con la finalidad de que estos se conviertan en grandes compañeros al momento de realizar la actividad dentro de la finca.

- **Senderismo - Observación de Flora y Fauna.**

La finca cuenta con una extensión de 24 hectáreas de bosque secundario, el cual se ha convertido en el refugio de especies, entre ellas insectos, mamíferos, reptiles y aves; existe abundante vegetación con especies en peligro de extinción en la zona; a demás en este lugar el turista podrá realizar camping.

- **Camping**

La práctica de camping en la zona de bosque, permitirá disfrutar de la tranquilidad y frescura que ofrece la naturaleza en todo su esplendor; el encantador sonido de la naturaleza y sus componentes se convierten en la compañía perfecta que el turista necesita para disfrutar de su estadía en la finca.

3.7.3.3 Actividades complementarias

- **Ordeño de ganado Vacuno.**

En esta actividad el visitante participará de manera voluntaria, como es la extracción de leche de las vacas de manera convencional, las cuales habitan en un área de estabulación de fácil acceso que se les ha determinado en la finca.

- **Actividades Agrarias.**

Esta actividad permite al turista participar de manera opcional, en la cosecha y siembra de productos agrícolas que se den en la finca; conocerá tiempos de siembra y cosecha, tipos de cultivo que se dan en el medio.

- **Actividades Vivenciales.**

El turista compartirá con los propietarios de la finca en un espacio acorde y debidamente acondicionado de cuentos, mitos, leyendas que harán de esta una visita divertida se compartirán vivencias, música y danza entre otras.

- **Recorridos en los Viveros de plantas medicinales.**

En este tipo de actividad al visitante se le permitirá conocer y recibir charlas explicativas, de cada una de las plantas medicinales que conforman el vivero, poderes medicinales y curativos de cada una de ellas, lugares en el que se pueden desarrollar, familias y género a las que pertenecen.

3.8 DISEÑO DEL PROYECTO

El siguiente diseño se realizará en una extensión de una hectárea de terreno, la cual estará conformada por una casa comunal de 8x8 metros cuadrados, y tres cabañas con un área de 5x5 metros cuadrados tal y como se puede observar en el diseño.

GRAFICO # 10

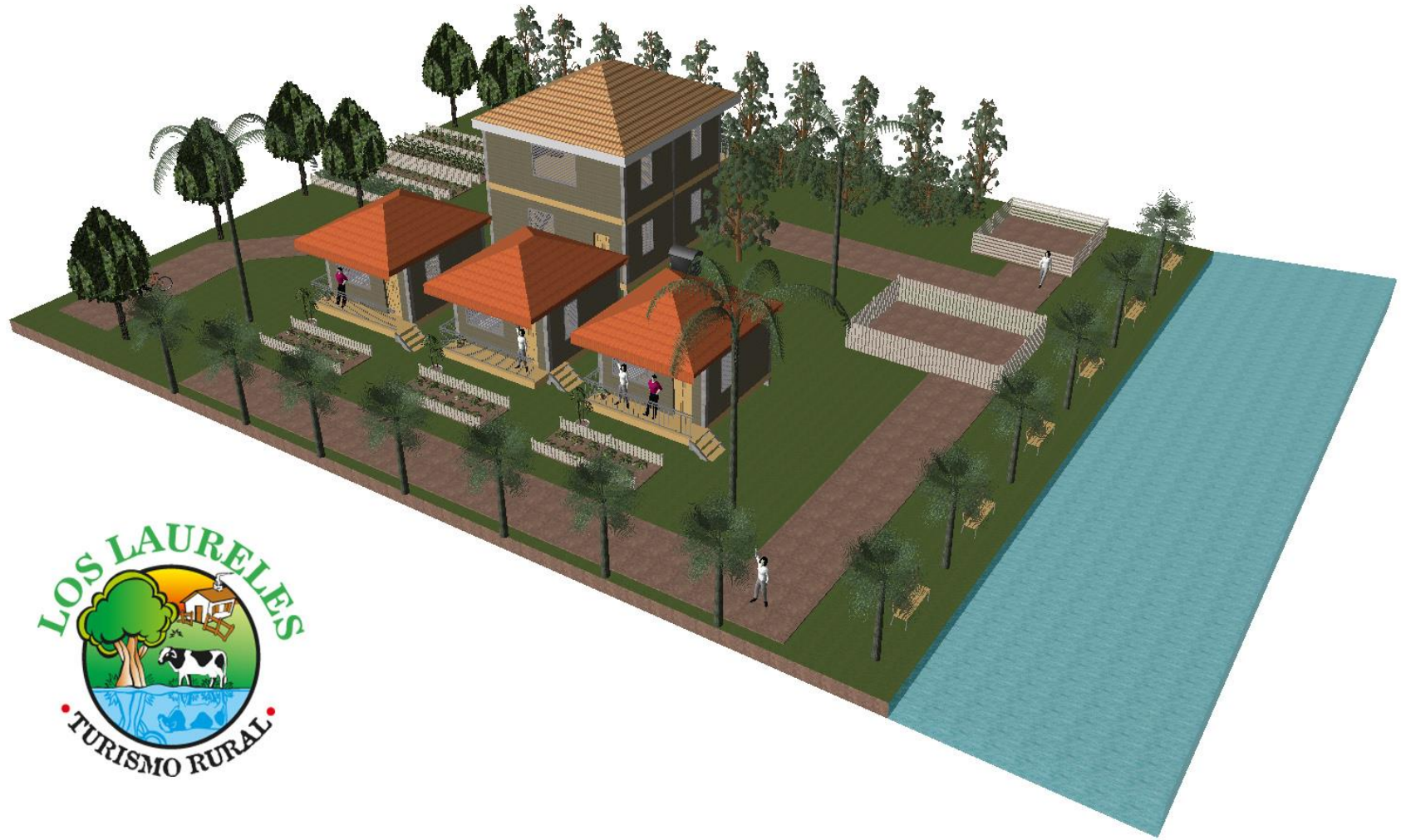


GRAFICO # 11



3.9 PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL

El nombre de la empresa es: **PROYECTO TURÍSTICO RURAL LOS “LAURELES”**



“VIVE UNA EXPERIENCIA DIFERENTE”

3.9.1 MISIÓN

Ser en un modelo de gestión emprendedora, aportando con buenas prácticas ambientales, las mismas que se convertirán en el referente para las futuras generaciones.

3.9.2 VISIÓN

Convertirse en el principal establecimiento en la provincia de Esmeraldas, que permita la interacción permanente de los visitantes y los recursos turísticos, facilitándoles las herramientas y técnicas necesarias para la práctica de un turismo rural responsable.

3.10 OBJETIVOS

Promover nuevas alternativas turísticas, a través de iniciativas empresariales, que conlleven el desarrollo de la comunidad de la provincia.

Desarrollar buenas prácticas ambientales, que permitan asegurar el mejoramiento de los ecosistemas existentes.

3.11 POLÍTICAS INTERNAS

Para la conservación y manejo de los recursos naturales y culturales, se tomará como referencia las Normas técnicas para las actividades de ecoturismo:

Estas normas estarán complementadas con los siguientes códigos de conducta del visitante:

3.11.1 Normas generales para el visitante.

Las personas que visiten la finca deben cumplir con cada una de las reglas que en ella se establecen.

Se prohíbe el ingreso de: botellas, fundas de plástico, vidrios, u otros materiales que atenten contra el medio ambiente.

Se desarrollarán programas de reforestación con especies nativas, las cuales las cuales contribuyan a la recuperación de los suelos.

No se permitirá la introducción de animales y plantas que no sean nativas de la zona, con la finalidad de no alterar el ecosistema.

No se permite el ingreso al emprendimiento de personas, que no lleven consigo el ticket que les permita acceder al mismo.

Cada uno de los visitantes deben portar la indumentaria adecuada para realizar los diferentes tipos de actividades turísticas.

Los visitantes deben comprometerse con la administración, a tratar de minimizar los impactos ambientales que se pudiesen generar dentro de los sitios naturales de la finca.

Las personas que visiten la finca no podrán alimentar los animales existentes en ella sin la debida autorización.

3.11.2 Responsabilidad de la empresa

El emprendimiento contará con personal calificado en cada una de las actividades que se realicen en la finca.

La finca brindará la infraestructura adecuada acorde con las exigencias de los potenciales clientes

El recurso interno de la finca será el encargado de facilitar la información necesaria, la cual permita un manejo sustentable de los recursos naturales existentes en la finca.

El emprendimiento se compromete a conservar el entorno natural de la finca a través de programas bien estructurados.

La finca se compromete a servir como un apoyo fundamental en proyectos de desarrollos ambientales.

El producto turístico se compromete a promover esfuerzos constantes, que permitan cubrir las expectativas de los clientes.

La empresa se compromete a capacitar constantemente al personal que labora en ella, por un periodo no menor de dos veces al año es decir cada 6 meses, con la finalidad de mejorar y a la vez estar a la par con los avances que puedan darse en el campo del turismo rural.

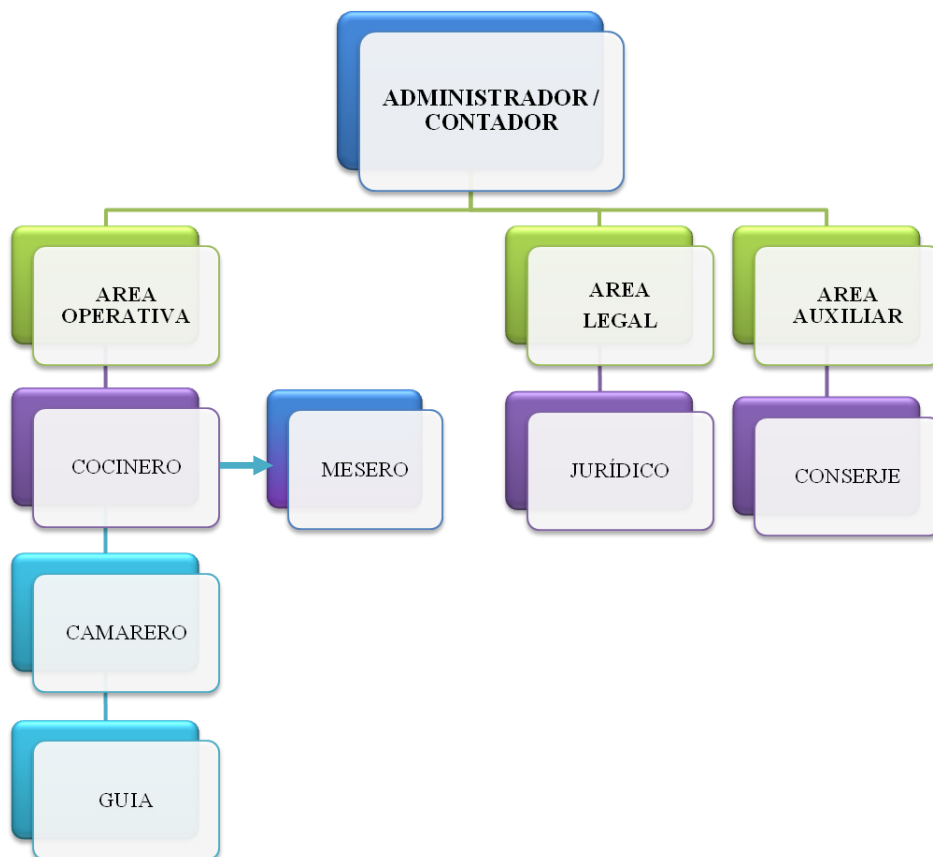
3.12 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Para toda iniciativa empresarial es importante establecer la estructura organizativa que debe tener el negocio, con la finalidad de llevar organizadamente los procesos administrativos que permitan realizar de manera eficiente las actividades.

La estructura para esta empresa se la plantea de la siguiente manera:

3.12.1 Organigrama Estructural

GRAFICO # 12
Estructura empresarial



3.12.2 Organigrama funcional

Conociendo la estructura empresarial, a continuación se detallan los perfiles y la funciones de los aspirantes a los cargos dispuestos en el proyecto, cada persona deberá cumplir con cada una exigencias propuestas para poder ostentar el cargo,

Administrador /Contador

Perfil:

- Título de ingeniero hotelero y turístico o comercial
- Dominio de otros idiomas adicionales al español
- Un amplio conocimientos en temas contables
- Dominio completo de programas de computación
- Disponibilidad de tiempo
- Buen manejo del RR-HH

Funciones:

- Programar el trabajo diario
- Preparar los presupuestos
- Presentar a tiempo los informes económicos
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Seleccionar proveedores

Asesor Jurídico

Perfil:

- Tener un amplio conocimiento en temas jurídicos y en especial empresariales
- Responsabilidad a carta cabal
- Cumplir con las labores encomendadas a tiempo
- Honradez y Honestidad
- Actuar aplicado a las leyes y normas establecidas

Funciones:

- Llevar a su cargo los temas jurídicos y legales de la empresa
- Apoyar de manera constante a la empresa
- Informar a tiempo sobre alguna anomalía en la empresa
- Mantener una buena relación con el RR-HH de la empresa

Guía Turístico

Perfil

- Grado de estudios superiores
- Dominio de otros idiomas adicionales al español
- Alto grado de experiencia en el manejo de grupos
- Experiencia en la práctica de primeros auxilios
- Buen desenvolvimiento en el área de trabajo
- Buen estado físico
- Alto grado de conocimientos botánicos y de cultura general.

Funciones:

- Informar y motivar de manera constante a los turistas
- Garantizar la seguridad de los turistas
- Controlar periódicamente el grupo de turistas
- Toma decisiones en situaciones especiales que afecten al turista
- Coordinar los servicios que se le presten al turista
- Distribuir de manera efectiva el tiempo en los recorridos

Camarera**Perfil:**

- Amplia experiencia en temas en limpieza
- Predisposición y animo de realizar las tareas encomendadas
- Amplio conocimiento de servicio y atención al cliente
- Honestidad y Responsabilidad
- Buena actitud al desempeñar las tareas encomendadas

Funciones:

- Organizar las habitaciones de los clientes
- Limpieza total de las habitaciones
- Agilidad en las tareas encomendadas
- Capacidad de resolver problemas
- Tener a mano todos y cada uno de los productos a utilizarse
- Organizar constantemente su lugar de trabajo

Cocinero

Perfil:

- Tener un grado de estudio superior en temas gastronómicos
- Tener alta experiencia en la preparación de alimentos y bebidas
- Disponibilidad de tiempo
- Promover un buen clima en el ambiente laboral
- Comprometido con la empresa
- Ser pulcro
- Tolerante
- Responsable

Funciones:

- Distribuye el trabajo en la cocina
- Verificar constantemente la calidad de la materia prima
- Apoyar constantemente al equipo de trabajo
- Controlar cada uno de los pedidos
- Asegurar la utilización de materia prima de calidad
- Manejar a plenitud las porciones de alimentos a utilizarse

Mesero

Perfil

- Experiencia en servicio y atención al cliente.
- Conocimiento de cocina

- Predisposición para realizar el trabajo establecido
- Responsabilidad y honestidad
- Puntualidad

Funciones:

- Mantener limpia y ordenada el área de trabajo
- Desenvolverse de manera rápida y efectiva
- Asistir al cliente en todo momento
- Tomar los pedidos de los clientes
- Manejar la información precisa

Conserje

Perfil:

- Buen grado de educación
- Amplia experiencia en trabajos a fines
- Responsable
- Cordial
- Servicial
- Conocimientos de servicio y atención al cliente
- Habilidad y destreza en el área de trabajo

Funciones:

- Mantenimiento y limpieza de áreas verdes
- Tener a mano cada una de las llaves a utilizarse

- Conocer a plenitud su área de trabajo
- Brindar las facilidades al turista
- Orientar al turista

3.13 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

De acuerdo al régimen contable ecuatoriano toda empresa está obligada a llevar contabilidad, los requisitos que se detallan a continuación forman parte de su constitución que permitirán su debido funcionamiento.

Servicios de Rentas Internas (SRI)

- Copia de la cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Nombre del negocio
- Actividad que se realiza en el mismo
- Dirección
- Número telefónico del local

Municipio de Esmeraldas (MADPE)

- Estado de situación inicial
- Copia del certificado del ruc.
- Copia de cédula
- Copia del permiso cuerpo de bomberos
- Especie valorada
- Inspección
- Declaración de la renta

Cuerpo de Bomberos (CBE)

- Copia del ruc.
- Inspección
- Pago monetario

Ministerio de Salud Pública (MSP)

- Solicitud de inspección del local
- copia de la papeleta de depósito
- copia de cedula
- 2 copia del ruc.
- 1 copia de la tarjeta de salud del personal de trabajo
- Pago monetario

Ministerio de Turismo (MINTUR)

- Copia de registro único de contribuyente (RUC)
- Copia de Cedula de Identidad.
- Copia del comprobante de votación
- Copia del contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario registrado en el juzgado de inquilinato o notariado.
- Copia del permiso del suelo que otorga el municipio.
- Inventario de activos fijos, # de mesas, sillas, neveras, cocinas.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Integral (IEPI)

- Solicitud búsqueda del nombre del establecimiento
- Registro de la patente
- Pago monetario

3.14 DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING

El plan de Marketing es la herramienta básica de la gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva, el plan de (MKT) proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino a la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en el que se encuentra un producto o servicio ofertado en el mercado.

Una vez definida la naturaleza del producto que se vaya a ofertar en este caso servicios turísticos, se realizarán alianzas estratégicas con los centros de información turísticos de la provincia, por medio de la prensa escrita, televisiva, Ministerio de Turismo, agencias de viajes y operadoras de turismo provinciales, nacionales e internacionales; a las mismas que se le facilitará toda la información del producto por medio de vaners publicitarios y paquetes turísticos.

Con estas agencias y operadoras de turismo, se fijarán porcentajes de ganancias los mismos que a su vez permitan un incremento considerable, en las utilidades de las empresas participantes.

Se seleccionarán nichos de mercado en las empresas públicas y privadas del País y la provincia, con el objetivo de brindarles a los potenciales consumidores toda la información del producto ofertado, por medio de ejecutivos de ventas debidamente capacitados.

Con la entrega de materiales informativos en este caso trípticos, posters, stikers, hojas volantes, que contengan la marca del producto, se permitirá difundir la existencia del producto turístico a nivel nacional, a demás por medio de la creación de una página web se proporcionará a los usuarios la información completa de cada una de las alternativas que presenta el proyecto turístico, en el cual la participación de los estudiantes se convierte en un eje muy importante en este modelo de negocio, puesto que el mismo servirá para educar a la población esmeraldeña en temas de conservación de sitios naturales.

3.15 ESTUDIO ECONÓMICO

A continuación se detallan cada uno de los aspectos que conforman el estudio económico financiero de la empresa

3.15.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

El objetivo del estudio económico financiero de la empresa sirve para determinar la factibilidad del proyecto, y de esa manera poder determinar aspectos importantes como: requerimientos para el proyecto, costo total de la inversión, periodo de recuperación de la misma, fuente de financiamiento del proyecto etc.

3.16 DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL

En los cuadros siguientes se detallan cada uno de los requerimientos necesarios para la ejecución del proyecto.

Instalaciones - Construcción de cabañas

El proyecto turístico contará con la construcción de tres cabañas campestres las cuales estarán construidas con los siguientes materiales:

Cada cabaña tendrá una dimensión de 5 x 5 su estructura será construida con madera, una sola planta, suspendidas del piso con bases de concreto, en su parte superior tendrán duratecho, cada cabaña contará con dos habitaciones cada una con su ventana, en la parte frontal tendrán un pequeño balcón y una ventana, un baño equipado con lo necesario, las instalaciones eléctricas serán sobre puestas en las paredes y techo con sus respectivos interruptores y toma corrientes.

La casa de comunal es de 2 plantas utilizando la madera como materia prima, la primera planta contara con una cocina amplia y un pequeño salón de estar y su respectivo comedor, en la segunda planta estarán distribuidas tres habitaciones, la cobertura superior de la casa será de duratecho y un baño equipado con lo necesario.

PRESUPUESTO DE LAS CABAÑAS

Cuadro N°3

CONCEPTO	U	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Limpieza manual del terreno	m2	30,00	1,40	42,00
Replanteo y nivelación	m2	30,00	1,60	48,00
Excavación manual de cimientos	m3	1,30	8,90	11,57
Bases de hormigón armado	u	12,00	78,00	936,00
Vigas de piso de madera	ml	35,00	8,50	297,50
Pilares de madera	ml	48,00	9,00	432,00
Entablado de pisos	m2	25,00	20,70	517,50
Entablado de paredes	m2	40,80	26,10	1.064,88
Cumbreras de cuarterones	ml	8,00	8,50	68,00
Estructura de cubierta de madera	m2	30,00	9,00	270,00
Cubierta tipo duratecho	m2	30,00	14,90	447,00
Puertas paneleadas	u	4,00	160,00	640,00
Ventanas de madera	m2	3,00	65,00	195,00
Caja de revisión	u	1,00	85,00	85,00
Punto de agua potable	pto	4,00	38,60	154,40
Llave de paso	u	2,00	12,00	24,00
Juego de inodoro y lavamanos	jgo	1,00	150,00	150,00
Ducha sencilla y cromada	u	1,00	23,00	23,00
Tubería PVC 1/2"	ml	15,00	3,20	48,00
Canalización 110 PVC	ml	25,00	7,40	185,00
Punto de aguas servidas	pto	4,00	36,80	147,20
Tablero de control 4-8	u	1,00	75,00	75,00
Acometida principal	ml	30,00	16,00	480,00
Puntos de luz y toma corriente	pto	8,00	39,00	312,00
Pasamanos de madera	ml	12,00	42,00	504,00
Escalera de tablón	m2	2,40	35,00	84,00
TOTAL				7.241,05

Elaborado por: Dixon Cedeño

CASA COMUNAL

Cuadro N° 4.

Concepto	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Casa Comunal	1	18.536,96	18.536,96

Elaborado por: Dixon Cedeño

EQUIPOS INFORMÁTICOS

Cuadro N° 5

Cantidad	Descripción	P.U.	Total
1	Computador	900,00	900,00
1	Impresora y Copiadora	500,00	500,00
1	TV 32 "	1.000,00	1.000,00
1	Equipo de Música	500,00	500,00
Total Equipos Informáticos			2.900,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

EQUIPO DE COCINA

Cuadro N°6

Cantidad	Descripción	P.U.	Total
2	Bombonas de gas	40,00	80,00
1	Cocina Semi Industrial	140,00	140,00
1	Nevera Grande	1.500,00	1.500,00
1	Licuada	95,00	95,00
1	Tostadora	74,00	74,00
Total Equipos de Cocina			1.889,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

UTENSILIOS DE COCINAS

Cuadro N°7

Cantidad	Descripción	P.U.	Total
2	Juego de Ollas	60,00	120,00
1	Juego de Sartén	50,00	50,00
10	Recipientes Varios	5,00	50,00
24	Vasos de Cristal	0,50	12,00
3	Vajilla Completa	35,00	105,00
5	Cucharones de Cocina	3,70	18,50
2	Juego de Cuchillos de Cocina	18,00	36,00
Total Utensilios de Cocina			391,50

Elaborado por: Dixon Cedeño

MUEBLES Y ENSERES

Cuadro N° 8

Cantidad	Descripción	P.U.	Total
1	Juego de Comedor Completo	1.200,00	1.200,00
3	Roperos Artesanales	40,00	120,00
1	Juego de salón de estar	80,00	80,00
1	Escritorio Tipo Gerente	254,46	254,46
1	Silla Giratoria	174,11	174,11
3	Silla mecedora	40,00	120,00
3	Sofá Rustico de Caña Guadua	50,00	150,00
6	Camas Tipo Litera de Plaza y Media	140,00	840,00
3	cama Plaza y Media	75,00	225,00
3	Coqueta	65,00	195,00
10	Velador	25,00	250,00
3	Espejos	9,00	180,00
Total Muebles y Enseres			3.788,57

Elaborado por: Dixon Cedeño

HERRAMIENTAS

Cuadro N°9

Cantidad	Descripción	P.U.	Total
2	Carreta	78,00	156,00
1	Carretón	540,00	540,00
4	Azadón	8,00	32,00
3	Rastrillo	4,00	12,00
5	Paleta de Siembra	3,50	17,50
2	Pico	22,00	44,00
3	Pala	15,00	45,00
10	Machete	8,00	80,00
1	Caja de Herramientas Varios	70,00	70,00
2	Bomba de Mochila	75,00	150,00
1	Moto Guadaña	800,00	800,00
5	Silla de Monta (Montura)	200,00	1.000,00
Total Materiales para la Finca			2.946,50

Elaborado por: Dixon Cedeño

COSTOS DE LENCERÍA

Cuadro N° 10

Cantidad	Descripción	P.U.	ANUAL
4	Manteles Artesanales	20,00	80,00
30	Juegos de Sábanas	18,00	54,00
20	Toallas	8,00	160,00
5	Cortinas	8,00	40,00
10	Hamacas	13,00	130,00
6	Rodapiés	5,50	33,00
Total Lencería			497,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

COSTO DE MATERIALES DE LIMPIEZA

Cuadro N° 11

Cantidad	Descripción	P.U.	ANUAL
2	Balde de 20 litros	12,00	24,00
6	Pomas de Cloro de 20 litros	25,00	150,00
6	Pomas de Desinfectante de 20 litros	32,00	192,00
5	Escobas	3,00	15,00
5	Trapeadores	3,40	17,00
6	Pacas de 24 Unidades de Papel Higiénico	4,80	28,80
20	Kilos de Detergente	2,80	56,00
3	Galones de 4 litros de Shampoo	4,70	14,10
10	Paquetes de 5 Unidades de Jabón de Tocador	3,80	38,00
10	Limpiones Pequeños	1,50	15,00
Total Suministros de Limpieza			549,90

Elaborado por: Dixon Cedeño

COSTO DE MATERIALES DE SEGURIDAD

Cuadro N° 12

Descripción	P.U	Mensual
Pares de Bota de Caucho	10,00	150
Mascarillas	0,50	50
Total		200

Elaborado por: Dixon Cedeño

GASTOS DE MATERIALES DE OFICINA

Cuadro N° 13

Cantidad	Descripción	P.U.	ANUAL
5	Cartucho de Impresión	5,00	25,00
4	Resma de Papel A4	4,25	17,00
1	Caja de Lápiz	6,00	6,00
1	Caja de Esfero	7,00	7,00
2	Cuaderno Espiral	3,50	7,00
2	Corrector	1,25	2,50
1	Caja de Clips	2,00	2,00
3	Caja de Grapas	1,20	3,60
3	Borrador	0,30	0,90
1	Grapadora	10,00	10,00
1	Perforadora	6,00	6,00
3	Nota de Venta	2,00	6,00
3	Facturero	6,00	18,00
1	Portapapeles	11,20	11,20
1	Estilete	1,20	1,20
1	Fechero	3,19	3,19
1	Porta Clips	2,30	2,30
1	Quita Grapas	1,50	1,50
1	Tijeras	3,20	3,20
2	Cajita de Notas Adhesivas	0,75	1,50
1	Teléfono/Fax	95,00	95,00
1	Ventilador	50,00	50,00
1	Reloj de Pared	34,00	34,00
1	Archivador Metálico	37,93	37,93
1	Dispensador de Agua	84,00	84,00
1	Mostrario Pequeño	33,00	33,00
2	Sillas de Oficina	22,00	44,00
1	Calculadora	15,50	15,50
Total Suministros de Oficina			528,52

Elaborado por: Dixon Cedeño

GASTO DE CONSTITUCION

Cuadro #14

Gastos de permisos y Jurídicos	Totales
Permiso Cuerpo de Bomberos	75
Permiso Dirección Provincial de Salud	70
Afiliación a la Cámara de Comercio	45
Permisos Municipales	200
Inscripción en la Súper Intendencia de Compañías	140
Registro del Ministerio de Turismo	60
Total	590

Elaborado por: Dixon Cedeño

GASTO DE PUBLICIDAD

Cuadro #15

Detalle	Cantidades	Total
Trípticos	1.000	50,00
Hojas volantes	1.000	45,00
Pagina Web	1	400,00
Total de Gastos de Publicidad		495,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

SERVICIOS BASICOS

Cuadro #16

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Teléfono Fijo	40	480
Agua Potable	20	240
Energía Eléctrica	100	1200
Totales	160	1920

Elaborado por: Dixon Cedeño

CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro N° 17

Descripción	Total
Sueldos y Salarios	20.616,470
Suministros de Aseo y Limpieza	275,100
Materiales de Suministro de Oficina	264,240
Servicios Básicos	960,000
Blancos	248,200
Inventarios	1.200,000
Publicidad	970,000
Total	24.534,01

Elaborado por: Dixon Cedeño

REQUERIMIENTO HUMANO

Cuadro N°18

Detalle	Nro. Personas	Sueldo
Administrador/ Contador	1	400
Asesor Jurídico	1	180
Guía Turístico	1	320
Cocinero	1	318
Conserje	1	318
Mesero	1	318
Camarero/a	1	318
Total Sueldos del Recurso Humano		2.172

Elaborado por: Dixon Cedeño

VIDA UTIL Y DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Cuadro N° 19

Detalle	Vida Útil	% De Utilidad
Teléfono	10 Años	10%
Ventilador	5 Años	55,55%
Computador	5 Años	55,55%
Impresora/ Copiadora	5 Años	55,55%
TV de 32"	10 Años	10%
Equipo de Música	10 Años	10%
Cocina Industrial	1 Años	1%
Nevera Grande	10 Años	10%
Mesas	10 Años	10%
Sillas	10 Años	10%
Total de Depreciación de de Activos		236%

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.1 Determinación de la Inversión Inicial

A continuación se detallan todos los aspectos necesarios para la inversión del proyecto, los cuales determinaron la factibilidad del mismo, partiendo de la inversión inicial.

Cuadro #20

INVERSIÓN TOTAL	
ACTIVOS FIJO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	3.788,57
EQUIPOS INFORMATICOS	2.900,00
EQUIPO DE COCINA	1.889,00
UTENSILLOS DE COCINA	391,50
HERRAMIENTAS	2.946,50
TERRENO	60.000,00
EDIFICACIÓN (CABAÑAS)	40.260,11
TOTAL INVERSION FIJA	112.175,68
CAPITALDE TRABAJO	
Sueldos y salarios	15.882,87
Suministro de aseo y limpieza	275,10
Materiales de suministros de oficina	264,24
Servicios Básicos	960,00
Blancos	248,52
Inventarios	1.200,00
Publicidad	970,00
TOTAL	19.800,73
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Permiso Cuerpo de Bomberos	75,00
Permiso Dirección Provincial de Salud	70,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	45,00
Permisos Municipales	200,00
Inscripción en la Súper Intendencia de Compañías	140,00
Registro del Ministerio de Turismo	60,00
SUBTOTAL	590,00
TOTAL INVERSION	132.566,41

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.2 Ventas Anuales.

Las ventas del proyecto se calcularon tomando en cuenta los valores de consumo que tendrían los turistas en la finca, las actividades sus ingresos anuales se detallan a continuación en el siguiente cuadro.

Cuadro #21

VENTAS ANUALES	
SERVICIOS	VALORES
HOSPEDAJE	21.600,00
ALIMENTACIÓN	32.400,00
USO DE LAS INSTALACIONES	2.400,00
PASEO A CABALLO	2.400,00
SENDERISMO	2.400,00
CAMPING	6.000,00
TOTAL	67.200,00

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.3 Costos de Producción.

Los costos producción que generaría el proyecto, se detallan a continuación en el siguiente cuadro, como se puede apreciar en el cuadro constan cada de los costos que generaría anualmente el proyecto

Cuadro #22

COSTOS VARIABLES	ANUAL
Materia Prima	2.246,90
Mano de Obra	6.000,00
Gastos Indirectos Fabrica	960,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	9.206,90
COSTOS FIJOS	
Sueldos Fijos	14.749,09
TOTAL COSTOS FIJOS	14.749,09
TOTAL COSTOS	23.955,99

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.4 Fuentes de Financiamiento.

El proyecto será financiado con fondos propios, en caso de recibir algún tipo de financiamiento externo se lo establecerá con una tasa pasiva del 4,53%, pues en caso de existir una tasa activa con un mayor porcentaje de interés, extendería el periodo de recuperación y por consecuente afectaría la rentabilidad del mismo.

Cuadro #23

DESCRIPCION	VALOR APORTES	% APORTES	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			PASIVA	ACTIVA	
APORTE SOCIOS	132.566,41	100,00%	4,53%		4,53%
TOTAL DE LA INVER	132.566,41	100,00%	TOTAL COSTO CAPITAL		4,53%

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.5 Estado de Resultado Proyectado.

Análisis

En el cuadro que se presenta a continuación, se reflejan los ingresos, los costos, los gastos y las utilidades, los mismos que arrojan valores que se obtendrán durante los diez años que se estima tiempo de recuperación de la inversión del proyecto turístico.

Estado de Resultado Proyectado

Cuadro #24

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
INGRESOS										
HOSPEDAJE	21.600,00	22.498,56	23.434,50	24.409,38	25.424,81	26.482,48	27.584,15	28.731,65	29.926,89	31.171,84
ALIMENTACIÓN	32.400,00	33.747,84	35.151,75	36.614,06	38.137,21	39.723,72	41.376,22	43.097,47	44.890,33	46.757,77
OTROS INGRESOS	13.200,00	13.749,12	14.321,08	14.916,84	15.537,38	16.183,74	16.856,98	17.558,23	18.288,65	19.049,46
TOTAL INGRESOS	67.200,00	69.995,52	72.907,33	75.940,28	79.099,39	82.389,93	85.817,35	89.387,35	93.105,87	96.979,07
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
COSTOS VARIABLES	9.206,90	9.589,91	9.988,85	10.404,38	10.405,42	10.838,29	11.289,16	11.758,79	12.247,96	12.757,47
COSTOS FIJOS	14.749,09	15.362,65	16.001,74	16.667,41	17.360,78	18.082,99	18.835,24	19.618,78	20.434,93	21.285,02
TOTAL COSTOS DE PRODUCC.	23.955,99	24.952,56	25.990,59	27.071,80	27.766,20	28.921,28	30.124,40	31.377,58	32.682,88	34.042,49
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	43.244,01	45.042,96	46.916,75	48.868,48	51.333,19	53.468,65	55.692,95	58.009,78	60.422,98	62.936,58
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
ADM. CONTADOR	6.101,20	6.355,01	6.619,38	6.894,74	7.181,57	7.480,32	7.791,50	8.115,63	8.453,24	8.804,89
CONSERJE	4.915,64	5.120,13	5.333,13	5.554,99	5.786,08	6.026,78	6.277,49	6.538,64	6.810,64	7.093,97
SERVICIOS BASICOS	960,00	999,94	1.041,53	1.084,86	1.129,99	1.177,00	1.225,96	1.276,96	1.330,08	1.385,42
GASTOS DE MATERIALES OFICINA	528,52	550,51	573,41	597,26	622,11	647,99	674,94	703,02	732,27	762,73
GASTO DE PUBLICIDAD	495,00	515,59	537,04	559,38	582,65	606,89	632,14	658,43	685,82	714,35
GASTOS CONSTITUCIÓN	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00					
DEPRECIACIÓN	3.972,48	3.972,48	3.972,48	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41
TOTAL GASTOS ADM.	17.090,85	17.631,66	18.194,97	17.684,65	18.295,81	18.814,39	19.477,45	20.168,09	20.887,47	21.636,77
UTILIDAD OPERA. ANT. PARTICI E IMP	26.153,16	27.411,30	28.721,77	31.183,83	33.037,38	34.654,27	36.215,50	37.841,68	39.535,51	41.299,81
15% PARTIC TRABAJADORES	3.922,97	4.111,69	4.308,27	4.677,57	4.955,61	5.198,14	5.432,33	5.676,25	5.930,33	6.194,97
UTILIDAD ANTE IMPUESTO	22.230,19	23.299,60	24.413,51	26.506,26	28.081,78	29.456,13	30.783,18	32.165,43	33.605,19	35.104,84
22% IMPUESTO RENTA	4.890,64	5.125,91	5.370,97	5.831,38	6.177,99	6.480,35	6.772,30	7.076,39	7.393,14	7.723,06
UTILIDAD NETA	17.339,55	18.173,69	19.042,53	20.674,88	21.903,79	22.975,78	24.010,88	25.089,04	26.212,05	27.381,77

3.16.6 Flujo de Efectivo Proyectado.

Cuadro #25

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-132566,41										
	17.400,11	18.234,26	19.103,10	20.648,22	21.877,83	22.949,82	23.984,92	25.063,08	26.186,09	27.355,82
	3.972,48	3.972,48	3.972,48	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41
	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00					
										20.130,06
-132566,41	21.490,59	22.324,74	23.193,58	23.641,63	24.871,24	25.825,23	26.860,33	27.938,49	29.061,50	50.361,29

Elaborado por: Dixon Cedeño

3.16.7 Depreciaciones.

Cuadro #26

Activo fijo	Valor actual	% Depreciación	Vida útil	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	Valor de Rescate
Muebles y Enseres	3788,57	10%	10	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	378,86	
Equipos de Computación	2.900,00	33,33%	3	966,57	966,57	966,57	-	-	-	-	-	-	-	
Equipos de Cocina	1.889,00	10%	10	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90	
Utensilios de cocina	391,50	10%	3	130,50	130,50	130,50								
Herramientas	2.946,50	10%	10	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	294,65	
Edificaciones	40.260,11	5%	20	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	2.013,01	20.130,06
			Dep. anual	3.972,48	3.972,48	3.972,48	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	2.875,41	

Elaborado por: Dixon Cedeño

Análisis

Este cuadro refleja la depreciación de cada uno de los activos fijos con su respectivo porcentaje con los que contara la empresa, en donde se va depreciar por cada año de vida útil.

3.16.8 ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO

El objetivo de este estudio es determinar si el proyecto realizado es rentable o no, pues se puede observar que el estado de situación inicial muestra cómo se encuentra la empresa al inicio de sus operaciones: Sus activos representados por un valores corrientes como el capital de trabajo es de 19.800, 73, valores no corrientes como la inversión en activos fijos por el valor de 112.175,68 e inversión diferida por el valor de 590,00 todo esto representa un valor de **132.566,61** en la inversión total.

La inversión estará financiada por recursos propios, con un costo de capital de 4,53% que corresponde a la tasa pasiva, de esta manera se cubre el total de la inversión que se requiere para el proyecto, sin considerar financiamiento bancario.

El estudio de sensibilidad económica financiera fue realizado a través de tres escenarios reflejando los siguientes resultados:

- **Primero escenario** con una tasa de oportunidad del **4,53%** refleja un VAN es decir un beneficio neto de, S/ 79.400,22 ,la tasa interna de retorno TIR: 14% mayor a la tasa de descuento, un beneficio costo B/C mayor a uno, lo que significa que por cada dólar que se invierte se recupera 1,60, un PRI lo que permite medir el tiempo que se recupera la inversión lo cual es 6 años aproximadamente, un punto de equilibrio que refleja un 54% sobre el total de ventas del primer año (S/ 36.788,95) lo cual significa conocer en qué punto los ingresos totales generado por el proyecto igualan a los costos de producción y gasto operativos.
- **Segundo escenario** con una tasa de oportunidad del **10%** refleja un VAN es decir un beneficio neto de, S/ 27.573,15 ,la tasa interna de retorno TIR: 14% mayor a la tasa de descuento, un beneficio costo B/C mayor a uno, lo que significa que por cada dólar que se invierte se recupera 1,21 un PRI lo que permite medir el tiempo que se recupera la inversión lo cual es 6 años aproximadamente, un punto de equilibrio que refleja un 54% sobre el total de ventas del primer año (S/ 36.788,95) lo cual significa conocer en qué punto los ingresos totales generado por el proyecto igualan a los costos de producción y gasto operativos.

- **Tercer escenario** con una tasa de oportunidad del **12%** refleja un VAN es decir un beneficio neto de, S/ 13.277,64, la tasa interna de retorno TIR: 14% mayor a la tasa de descuento, un beneficio costo B/C mayor a uno, lo que significa que por cada dólar que se invierte se recupera 1,10 un PRI lo que permite medir el tiempo que se recupera la inversión lo cual es 6 años aproximadamente, un punto de equilibrio que refleja un 54% sobre el total de ventas del primer año (S/ 36.788,95) lo cual significa conocer en qué punto los ingresos totales generados por el proyecto igualan a los costos de producción y gastos operativos.

Con todo lo descrito, esto significa que de acuerdo a los indicadores arriba expuesto de acuerdo al análisis de los tres escenarios, demuestran que el proyecto es rentable el cual genera utilidades, impacto positivo debido a que promueve el mejoramiento de la economía de los propietarios de la finca los Laureles ubicada en la parroquia Majua del Recinto Isla San, Juan al contar con los ingresos necesarios y el ahorro de costos, además debido a la recuperación de la inversión, hay posibilidad de atraer inversión privada, (ONG).

3.17 ANALISIS DE IMPACTO

Una vez concluidos los principales estudios del proyecto, a continuación se presenta cada uno de los impactos que el mismo generaría en los potenciales consumidores, a través de un proceso técnico objetivo sobre cada uno de los impactos, lo cual facilitó información de suma importancia para el investigador.

Cuadro #27

Niveles de Impacto	Interpretación
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Los resultados de la investigación se desarrollaron de la siguiente manera, mediante una operación matemática en la que se aplica una división a la suma de los niveles de impacto, aplicada en cada indicador por el número de los mismos.

- **Impacto Ambiental**

Con la ejecución de cada una de las políticas ambientales con las que cuenta el emprendimiento turístico, se calcula reducir de manera significativa cada uno de los impactos ambientales que puedan generarse con la actividad turística en el establecimiento, los mismos que a su vez puedan atentar con la salud y bienestar de los turistas nacionales y extranjeros que lo visiten.

Las personas que se encuentren inmersas en la actividad turística como los, visitantes desarrollarán una actitud positiva y consiente con la naturaleza y elementos que la componen, ya que en el emprendimiento se brindará, toda la información necesaria para los turistas.

A demás servirá como modelo de negocio en la comunidad Esmeraldeña aportando con nuevas ideas de conservación de los recursos naturales, con los que cuentan determinados sectores de la provincia de Esmeraldas.

Cuadro #28

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Valoración de los Recursos Naturales								3
Conservación de la Flora y Fauna								3
Conservación del Paisaje								3
Conducta de los Visitantes								2
Manejo de Desechos (Orgánicos e Inorgánicos)								3
TOTAL						2	12	14
Nivel de Impacto Ambiental =	$\frac{\text{SUMATORIA (} \square \text{)}}{\text{Número de Indicadores}}$							
Nivel de Impacto Ambiental =	$\frac{14}{5}$							
Nivel de Impacto Ambiental =	2,8							
Nivel de Impacto Ambiental =	Alto Positivo							

Análisis:

El resultado aplicado en el impacto ambiental da como alto positivo, esto se debe a que el proyecto define políticas bien enmarcadas en temas específicos, como es el de conservación y valoración de los recursos con los que cuenta la finca.

- **Impacto Económico**

El proyecto turístico generará un impacto económico positivo el mismo que con su ejecución empezaría a tener el lugar una identidad, por otro lado se convierte en un proyecto generador de empleo para la gente local, a demás genera compras hacia otros proveedores dinamizando la economía, también se dará a conocer de manera provincial, nacional e internacional, permitiendo que cada uno de los actores directos o indirectos puedan ofrecer sus productos agrícolas a las personas que visitan la finca, a demás con el pago justo de cada uno de sus impuestos generará ingresos para la economía local de la provincia.

Cuadro #29

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Independencia Empresarial								3
Fuentes de Empleo								2
Establecimiento de Redes de Servicios								2
Dinámica en la economía								3
TOTAL						4	6	10
Nivel de Impacto Económico =	$\frac{\text{SUMATORIA (□)}}{\text{Número de Indicadores}}$							
Nivel de Impacto Económico=	$\frac{10}{4}$							
Nivel de Impacto Económico=	$2,5$							
Nivel de Impacto Económico=	Alto Positivo							

Análisis:

El resultado aplicado en el impacto económico es alto positivo, debido a que el proyecto involucra varios escenarios favorables tales como una independencia empresarial, establecimiento de redes de servicios, dinamiza la economía y genera fuentes de empleo, son indicadores que aportan directamente a la economía provincial.

- **Impacto Cultural**

La práctica de actividades agrícolas y ganaderas, permite una interacción entre los visitantes y propietarios de la finca, dándole paso a una estrecha relación de convivencia temporal, mientras el turista aprende nuevas experiencias.

El proyecto Turístico permitirá una interacción positiva en la comunidad ya que el mismo promete rescatar todas y cada una de las costumbres de nuestra identidad cultural, y de esa manera generar una interacción entre el local y el visitante.

La gente local desarrollará de manera espontanea todo ese potencial de su identidad local, sus costumbres y tradiciones se convierten en el diario vivir de su entorno natural, en un ámbito participativo y colectivo con los visitantes.

Cuadro #30

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Valoración al Trabajo								2
Ambiente de Convivencia								3
Conocimientos Agrícolas								3
TOTAL						2	6	8
<p>Nivel de Impacto Cultural = $\frac{\text{SUMATORIA (} \square \text{)}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Cultural = $\frac{8}{3}$</p> <p>Nivel de Impacto Cultural = 2,6</p> <p>Nivel de Impacto Cultural = Alto Positivo</p>								

Análisis:

La valoración del impacto cultural, una vez aplicada la operación refleja un alto positivo como resultado, esto se debe a gran intercambio de culturas que se presentan al momento de convivir por un tiempo determinado con personas de diferentes aspectos de convivencia.

- **Impacto Empresarial**

La ejecución del proyecto propone un impacto empresarial favorable con la generación de ingresos que aportan directamente al Producto Interno Bruto (PIB) del País, con la generación de siete plazas de empleo directas para la provincia de Esmeraldas brindando una merecida oportunidad a los profesionales locales, por otro lado se convertirá en el gestor de nuevas alternativas de negocios en temas

específicos de conservación en sitios naturales, lo cual apunta al desarrollo de una provincia que cuenta con un sinnúmero de atractivos naturales y culturales.

Cuadro #31

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Aporte al (PIB)								3
Generación de Empleo								3
Apoyo Micro empresarial								3
TOTAL							3	9
Nivel de Impacto Empresarial=		$\frac{\text{SUMATORIA (□)}}{\text{Número de Indicadores}}$						
Nivel de Impacto Empresarial =		$\frac{9}{3}$						
Nivel de Impacto Empresarial =		3						
Nivel de Impacto Empresarial =		Alto Positivo						

Análisis:

El resultado arrojado por la operación en el impacto empresarial es alto positivo, ello se debe a que por ser una iniciativa empresarial productiva que aporta directa e indirectamente a la economía nacional, se convierte en un modelo de gestión productivo a nivel nacional.

3.17.1 IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

Cuadro #32

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Impacto Ambiental								3
Impacto Económico								3
Impacto Cultural								3
Impacto Empresarial								3
TOTAL							12	12
<p>Nivel de Impacto Global = $\frac{\text{SUMATORIA (} \square \text{)}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Global = $\frac{12}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto Global = 3</p> <p>Nivel de Impacto Global = Alto Positivo</p>								

Análisis:

En el impacto global que presenta el proyecto, se evidencia mediante los resultados obtenidos, el alto positivo que el proyecto significa en cuanto al aporte del desarrollo del sector turístico de la provincia de Esmeraldas se refiere, el mismo que promueve una buena alternativa de turismo responsable.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez concluido el proceso de investigación para la ejecución del proyecto titulado “Implementación de Turismo Rural en la Finca los Laureles del Cantón Esmeraldas Recinto Isla San Juan”, se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones.

4.1 CONCLUSIONES

- Que la provincia de Esmeraldas, por ser uno de los principales atractivos turísticos con los que cuenta el país, se convierta en uno de los sitios de mayor preferencia por los turistas durante los feriados nacionales.
- Según el estudio de mercado, los principales consumidores de servicios turísticos lo conforman los turistas nacionales seguidos de los extranjeros, puesto que son ellos los que demandan de otro tipo de turismo, ya que el turismo de sol y playa que se ha practicado durante años en la provincia de Esmeraldas, en la actualidad se ha convertido en una rutina para los visitantes clientes.
- La nueva tendencia para realizar turismo responsable esta dado preferentemente en el entorno natural, este tipo de emprendimiento turístico creará un impacto económico, ambiental y local, como una alternativa sostenible y dinámica para la provincia, ya que se estaría cumpliendo con una de las necesidades más importantes que tienen los turista nacionales y extranjeros, a través del turismo rural.
- El diseño de un plan de marketing bien estructurado con cada una de sus herramientas, garantizan el éxito en la forma de ofertar un producto de calidad, el establecer una marca y un logotipo acorde con el producto ofertado se convierten también en la clave para la venta de un producto.
- El estudio económico financiero se convirtió en el principal componente del proyecto, planteando tres escenarios que demuestran su factibilidad, representados en los indicadores financieros: (VAN = 79.400,22) una (TIR = 14%) y un (B/C = 1,60) y (PRI = de 6 años) y un (PEY = 36.788,95).

El segundo escenario representado en sus indicadores financieros un (VAN = 27.573,15) una (TIR = 14%) y un (B/C = 1,21) y (PRI = de 6 años) y un (PEY = 36.788,95).

El tercer escenario representado en sus indicadores financieros un (VAN = 13.277,64) una (TIR = 14%) y un (B/C = 1,10) y (PRI = de 6 años) y un (PEY = 36.788,95).

4.2 RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar la constante afluencia turística que tiene la provincia de Esmeraldas, y permitir el aprovechamiento de los recursos disponibles como son las fincas y ranchos en las zonas rurales, proponiendo nuevas alternativas turísticas.
- Que las entidades financieras, promuevan créditos flexibles hacia el sector turístico de la provincia de Esmeraldas, para que se pueda cristalizar la ejecución de proyectos que beneficien el desarrollo del sector turístico, el mismo que dinamizará la economía de la provincia de Esmeralda, y consecuentemente el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.
- Las instituciones responsables del desarrollo del sector turístico de la provincia de Esmeraldas, deberían promover campañas constantes de marketing para captar mercados internacionales, con la finalidad de potenciar los emprendimientos rurales como alternativa turística.
- Las entidades educativas públicas y privadas con las que cuenta la provincia de Esmeraldas, deberían hacer énfasis en promover constantes políticas acerca de la conservación de los recursos naturales, ya que el tema de conservación es de interés mundial, puesto que aprovechando las potencialidades con los que cuenta la misma, se convierten en una oportunidad para atraer inversiones extranjeras.

5. BIBLIOGRAFÍA.

1. **Abraham. G. (2011).** Metodología y Técnica de Investigación. Quito-Ecuador: Tercera Edición,
2. **Armijo M.** Grueso Elena, Fundamento de la investigación Científica.
3. **Baca G. (2010).** Evaluación de Proyectos. Editorial: McGraw-Hill (5ª edición).
4. **Bau M. (1970).** Formulación y Evaluación de Proyectos, Finanzas y Desarrollo.
5. **Bayon F.** García Isabel. (2000) Gestión de Recurso Humano, Manual para Técnicas en Empresas Turísticas, España-Madrid. Editorial Síntesis Madrid
6. **Bigné E.** Font Aulet, (2000) . Marketing de Destinos Turísticos, Madrid.
7. **Borja L.** Casanovas A. Bosch Camprubí,(2008) El Consumidor Turístico, Ed. Pozuelo de Alarcón –Madrid.
8. **Carvajal,** Lizardo.(1998) Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado. 12º- Ed. Cali: F.A.I.D.,
9. **Casanueva C.** Rocha. García Julio. Francisco (2010), Organización y Gestión de Empresas Turísticas.
10. **Cogerle C.** Hernández E.(2008). El mercado Turístico.
11. **Colaicovo J.L;** Assefh, A.A.; Guadagna, (1995); "Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing. Bogotá (Colombia).Ed. Macchi.
12. **Contreras M.** (1995), Formulación de Proyectos. Bogotá: Unad.
13. **Casanova** Álvaro, (2007), Fundación Global Natur, Claves del Turismo Consiente y Responsable.
14. **Chas R.** (2008). Administración de Empresas.
15. **DR.** José Orozco Cadena,(2007) Contabilidad General

16. **Donald Lumdberg.** PH.D Volumen 1, 2, Dirección de Proyectos en Administración en Hotelería. Historia de los Restaurantes, Organización y Administración de los Hoteles y Restaurantes.
17. **Evi.** Escuela Daly de Hostelería y Turismo, Editorial Daly S.L, Málaga – España. Primera Edición,
18. **FEPTCE. (2010)**Guía de Turismo Comunitario, Primera Edición.
19. **FEPTCE,** “Turismo comunitario del Ecuador” una Alternativa de Vida.
20. **Font J. Elvira Oscar,** (2000), Presupuesto Planes Financieros y Estudios de Vialidad. Barcelona-España. Segunda Edición
21. **GADPE (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas),** Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia de Esmeraldas (2012).
22. **Gamboa R.** (2010), Curso básico de Administración de Empresas, Finanzas.
23. **Gutiérrez M, Abraham,** (1992) Curso de Métodos de Investigación y Elaboración de la Monografía. Quito-Ecuador. Ediciones Serie Didáctica A. G, Cuarta Edición.
24. **Girón O. Duran A.** Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Congresos y Reuniones en el Centro de Retiros Espiritual de Santa Cruz de la PUCESE.
25. **Hernández R. Fernández C. Baptista P.** (2009), Metodología de la Investigación, Editorial Decisión Explorer. México. Tercera Edición,
26. **Instituto Nacional De Estadística y Censo** último censo de población y vivienda del 2010.
27. **Izquierdo E.** Investigación Científica (Métodos y Diseños de Investigación).
28. **Enciclopedia Encarta** 2008.
29. **Leiva F.** (2002), Nociones de Metodología de Investigación Científica Quito-Ecuador. Editorial Tipoffset Ortiz.

30. **González L.** Héctor Daniel,(2003). Metodología de la Investigación Propuesta, Anteproyectos y Proyectos, Editorial ECOE, Segunda Edición,
31. **Kaznizer L.**(2003.) Estadística Aplicada a Administración y Economía, 4° Edición.
32. **Méndez A,** Metodología Diseño y Desarrollo del Proyecto de Investigación. Bogotá-Colombia .Editorial Nomos S.A., Tercera Edición.
33. **Misterio de Turismo** del Cantón Esmeraldas.
34. **Ministerio de Turismo** del Cantón Atacámes
35. **Navarro R. Torre E.** (2006), Metodología de la Investigación, México. Editorial Impresora Roma S.A, Primera Edición.
36. **Ocampo J.** Costos y Evaluación De Proyectos.
37. **Océano.** Nueva Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes- Barcelona-España. Editorial Océano Grupo Editorial, Primera Edición.
38. **Posso M.** (2006), Metodología para el Trabajo de Grado, Editorial Nina, Tercera Edición.
39. **Pérez M.** La Guía de Ecoturismo, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid
40. **Pérez M.**(2003) La Guía del Ecoturismo como Conservar la Naturaleza a través del Turismo. Barcelona. Editorial Aedos Grupo Mundi-Prensa Ediciones Mundi - Prensa.
41. **Pérez M.** (2004), Manual del Turismo Sostenible, como Conseguir un Turismo Social, Económico y Ambiental Responsable. Barcelona. Editorial Aedos, Ediciones Mundi-Prensa.
42. **Quesada R.** (2000). Elementos del Turismo-, San José –Costa Rica. Primera Edición.
43. **RED de Turismo Sostenible Comunitario Para América Latina** (REDTURS), Manual de Negocios Turísticos con Comunidades, Módulo 1: Mercado Turístico.

44. **Reyes A.** (2002) Turismo Sostenible, Madrid IEPALA, D.L.
45. **Reyes A.** (2009) Administración de Empresas (primera parte).
46. **Robles M.**(2008), Manual para la Elaboración de un Estudio de Prefactibilidad –Panamá.
47. **Robbins S.** Decenzo D. Moon H. (2009), Fundamentos de Administración, sexta edición México.
48. **Rocha M.** Metodología Aplicada al Turismo, Tercera Edición.
49. **Rocha M.** Marketing y Gestión en la Restauración.
50. **Secretaria de Turismo (SECTUR)**, Planificación y Gestión de desarrollo Turístico Municipal.
51. **Santo**, Etzely Walker, tomado del libro Fundamentos de Marketing (Marketing Hotelero y Turístico I).
52. **Sarmiento R.**(1999). Contabilidad General, Quito-Ecuador. Cuarta Edición.
53. **Santo**. Etzely Walker. tomado del libro Fundamentos de Marketing (Marketing Hotelero y Turístico).
54. **Serpellbley** Alfredo; Alarcón Luis (2010), Planificación Y Control De Proyectos.
55. **Tamayo M.** (2005), Metodología Formal de la Investigación Científica, Editorial Limusa, Segunda Edición
56. **Torres E.** Esteve R. Fuentes R. (2006) Estructura de Mercados Turísticos, Editorial UOC, Primera Edición.
57. **Valdés L.** Ruiz A. Turismo y Promoción de Destinos Turísticos. España-Madrid. Implicaciones Empresariales, Edita Universidad de Oviedo.
58. **Wearing S.** Neil (2000.) Ecoturismo Impacto, Tendencia y Posibilidades. Madrid Editorial Síntesis.

59. Zambrano W. (1999) Contabilidad Ciclo Básico, Guayaquil-Ecuador.
Primera Edición

60. Zeithamil B. (1996) Marketing de Servicios. México. Quinta Edición,.

LINKOGRAFIA

<http://www.ua.es/centros/facu.lletres/estudios/practicum/programamoduloI.html>

<http://www.saberingles.com.ar/lists/index.html> pagina para aprender ingles.

http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=59

<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.countrystylecommunitytourism.com/community-t-history.htm>

<http://www.alianzamountanas.org/issues/watersheds.html>

<http://www.eumed.net/libros/2007a/257/5.2.htm>

<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

<http://wilson2000@andinanet.net>

<http://www.turismoruralchile.cl/>

http://www.achitur.cl/?page_id=7

http://www.bcn.cl/bibliodigital/pbcn/estudios/estudios_pdf_estudios/nro270.pdf

http://www.juntadeandalucia.es/averroes/ies_carlos_cano/Departamentos/orientacion/pagian7/Jefe_de_Cocina.pdf

<http://cocina.robertobarreiro.com/index.php?directorio=curso-de-ayudante-de-cocina/apuntes/funciones-del-ayudante-de-cocina>

<http://www.damasa.onored.com/conserje.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

GLOSARIO

TURISMO: Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

TURISMO RURAL: Es una actividad relacionada al turismo la cual se práctica en establecimientos turísticos debidamente acondicionados, por lo general fuera del casco urbano.

RECURSOS NATURALES: Se denominan recursos naturales a aquellos bienes materiales o servicios proporcionados por la naturaleza sin alteraciones por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y a su desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos).

CIRCUITO TURISTICO: Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo.

CAMPING: El término camping es un término tomado del idioma inglés que sirve para hacer referencia a lo que en castellano sería la acampada o el acto de acampar.

EMPRENDIMIENTO: emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos.

PRECIO: Es el valor final que se establece a un producto terminado, una vez que se haya superado el costo de compra de la materia prima del mismo.

MICROLOCALIZACIÓN: Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para la realización del proyecto.

MACROLOCALIZACIÓN: Localización general del proyecto El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: Se lo utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto, y en base a ello poder tomar las mejores decisiones si el estudio es factible o no. Dentro del estudio de factibilidad intervienen 3 componentes básicos muy importantes como es:

ESTUDIO TÉCNICO: Tiene por objeto suministrar información que determine el costo de la inversión (localización, tamaño, e ingeniería del proyecto).

MERCADO: Puede ser el lugar donde se reúnen vendedores y compradores para efectuar transacciones de bienes o servicio, pero también puede ser el universo de una demanda que requiere de un servicio para satisfacer una necesidad.

ESTUDIO DE MERCADO: Es un proceso continuo de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes,

LAS EMPRESAS: Constituyen unidades económicas organizadas, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio; e, interviene capital y trabajo con el fin de obtener rentabilidad económica y aportar al desarrollo social.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA: Sirve para analizar las características, necesidades, comportamientos, deseos y actitudes de los clientes, con el fin de precisar las cantidades reales de consumo de un determinado producto o servicio.

DEMANDA: Cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

OFERTA: Cantidad de bienes o servicios que una cantidad específica de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición dl mercado a un precio determinado.

DEMANDA INSATISFECHA: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado adquiera en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún oferente actual podrá satisfacer si permanecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

FUENTES PRIMARIAS: Son aquellas en las que la información se encuentra en su origen, y por lo tanto debe ser elaborada por primera vez y de forma específica.

FUENTES SECUNDARIAS: Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: clientes, competidores y el mercado.

COMPETENCIA: Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes que sustituyen en el consumo a nuestros productos.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: Medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

ESTRATEGIAS DE MERCADO: Acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

CAPACIDAD INSTALADA: Cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

CAPACIDAD UTILIZADA: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que se utiliza, o también se puede definir como parte de la capacidad para producir empleada.

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL: Representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: Proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.

MISIÓN: Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

VISIÓN: Representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra empresa a los ojos de nuestros clientes, trabajadores, proveedores, etc.

OBJETIVOS: Situación deseada que la empresa intenta lograr.

INVERSIÓN: Incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción.

INVERSIÓN FIJA: Salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

CAPITAL DE TRABAJO: Monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Detalle de las inversiones que se realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta el final de su vida útil.

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO: busca determinar el rendimiento económico del proyecto.

COSTO: Son todos los gastos que incurren en la compra de la materia prima directa e indirecta en la producción.

COSTOS FIJOS: Son aquellos que permanecen constante independientemente del nivel de la producción (mano de obra, servicios básicos, renta del local, salarios, depreciaciones, amortizaciones etc.).

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que aumentan o disminuyen proporcionalmente al volumen de la producción (materia prima).

VALOR ACTUAL NETO (VAN): Es el conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

COSTO BENEFICIO (B/C): Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos.

PERIODO DE RECUPERACIÓN (P/R): Estima el tiempo en que tardaría el proyecto en recuperar la inversión inicial, a través de los flujos de cajas esperados por el mismo.

FLUJO DE CAJA: Son las entradas y salidas de efectivo en un tiempo determinado, este a su vez constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, resumen del texto.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

AMORTIZACIÓN: Anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

ACTIVO: Bien o derecho que posee una persona física o jurídica que puede convertirse en liquidez, es decir, que se puede valorar en términos monetarios.

ACTIVO CORRIENTE: Activos que no perduran en la empresa, sino que están destinados a ser comprados y vendidos a corto plazo (productos fabricados o con los que se comercia) o que se pueden convertir en liquidez de forma inmediata.

ACTIVO FIJO: Bien tangible convertible en liquidez pero no inmediatamente (instalaciones, maquinaria, etc.)

PASIVO: Obligaciones totales de una empresa o persona con terceros, en el corto plazo o el largo plazo.

PASIVO CORRIENTE: Aquel que se ha adquirido con la finalidad de ser liquidados en un plazo de un año o menos.

PASIVO NO CORRIENTE: Obligaciones que se adquieren para ser liquidados a un plazo mayor a un año.

VIDA UTIL: Es la duración estimada que un objeto puede tener cumpliendo correctamente con la función para la cual ha sido creado. Normalmente se calcula en horas de duración

PUNTO DE EQUILIBRIO: Punto en donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma.

BALANCE GENERAL PROYECTADO: Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO: Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos futuros.

ÍNDICES FINANCIEROS: Números abstractos que representa el movimiento en conjunto de varios activos financieros que lo componen.

ANEXO 2

FORMATO DE LA ENCUESTA



**Pontificia Universidad Católica Del Ecuador Sede Esmeraldas .
Escuela De Hotelería Y Turismo.**

De manera cordial sírvase a contestar el siguiente test de preguntas acerca de “Propuesta Para La Implementación de Turismo Rural en la Finca los Laureles del Recinto Isla San Juan Cantón Esmeraldas. Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración De Empresas Hoteleras Y Turísticas.

Gracias por su Colaboración!

1. ¿Cuál es su origen de procedencia?

Local

Nacional

Extranjero

2. Le gustaría participar en una nueva alternativa en la práctica de turismo comunitario responsable.

Sí No

3. Marque con un visto, ¿cuál de los siguientes servicios le gustaría tomar mientras practica turismo comunitario?

Alojamiento Alimentación Actividades

4. Marque con una X. ¿cuál de las siguientes actividades le gustaría participar en una finca agro turística?

Ordeño convencional Cabalgatas por Participación en
de ganado vacuno. los alrededores actividades agrarias

Actividades Recorrido por Observación de
Vivenciales las plantas medicinales flora y fauna

5. ¿Con que frecuencia visitaría la finca agro turística?

Anualmente Semestralmente Trimestralmente
Mensualmente Semanalmente

6. Marque con una X los días que estaría dispuesto a hospedarse en la finca agro turística.

Dos días una noche Tres días dos noches

Cuatro días tres noches Una semana

7. ¿Cuánto es su promedio de gasto cuando viaja?

50-100 100-200 300- o mas

8. Marque con una X según su preferencia, ¿En compañía de qué grupo social le gustaría visitar la finca agro turística?

Familiares Pareja Amigos de mayor afinidad

Compañeros de trabajo

9. ¿Cuál es el número promedio de personas que viajan en su compañía?

1-3 1-4 2-3 5- o mas

ANEXO 3

INGRESOS POR VENTA

SERVICIOS	Nº PAX	VALOR	DIAS	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
HOSPEDAJE	15	10	3	450	1800	21.600,00
ALIMENTACIÓN	15	15	3	675	2700	32.400,00
OTROS INGRESOS						
USO DE LAS INSTALACIONES	10	5	1	50	200	2.400,00
PASEO A CABALLO	10	5	1	50	200	2.400,00
SENDERISMO	10	5	1	50	200	2.400,00
CAMPING	5	25	1	125	500	6.000,00
					TOTAL	67.200,00

Análisis

En este cuadro refleja el valor de los ingresos de los servicios ofertados dentro del proyecto, por días, semanal, mensual y anual.

DETALLE DE REMUNERACIONES

DETALLE DE REMUNERACIONES Año 1									
N° DE PERSONAL	CARGO	MENSUAL NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL RUBROS MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Administrador-Contador	400,00	33,33	26,50	48,60			508,43	6.101,20
1	Asesor Jurídico	180,00						180,00	2.160,00
1	Cocinero	318,00	26,50	26,50	38,64			409,64	4.915,64
1	Conserje	318,00	26,50	26,50	38,64			409,64	4.915,64
1	Mesero	318,00	26,50	26,59	38,64			409,73	4.916,72
1	Camarero/a	318,00	26,50	26,59	38,64			409,73	4.916,72
1	Guía Turístico	320,00						320,00	3.840,00
0,64	TOTAL REMUNERACIONES		139,33	132,68	203,15	0,00	0,00	2.647,16	31.765,94

Análisis

Este cuadro indica la remuneración de cada uno de los empleados a contratarse durante el primer año de operatividad de la empresa, reflejando los rubros a pagarse tanto mensual como anual.

DETALLE DE REMUNERACIONES									
Año 2									
N° DE PERSONAL	CARGO	MENSUAL NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL RUBROS MENSUAL	TOTAL ANAUL
1	Administrador - Contador	400,00	33,33	26,5	48,60		33,33	541,77	6.501,20
1	Asesor Jurídico	180,00						180,00	2.160,00
1	Cocinero	318,00	26,50	26,5	38,64		26,50	436,14	5.233,64
1	Conserje	318,00	26,50	26,5	38,64		26,50	436,14	5.233,64
1	Mesero	318,00	26,50	26,59	38,64		26,50	436,23	5.234,72
1	Camarero/a	318,00	26,50	26,59	38,64		26,50	436,23	5.234,72
1	Guía Turístico	320,00						320,00	3.840,00
	TOTAL REMUNERACIONES		139,33	132,68	203,15	0,00	139,33	2.786,49	33.437,94

Análisis

Este cuadro también indica los rubros a pagarse tanto mensual como anual con la diferencia que en este periodo ya se realiza el pago del fondo de reserva a partir del segundo año de trabajo de un empleado en la empresa.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADO	FLUJO ACUMULADO
0	-132.566,41		-132.566,41
1	21.490,59	21.490,59	(111.075,82)
2	22.324,74	43.815,33	(88.751,08)
3	23.193,58	67.008,91	(65.557,50)
4	23.641,63	90.650,54	(41.915,87)
5	24.871,24	115.521,78	(17.044,63)
6	25.825,23	141.347,01	25.825,23
7	26.860,33	168.207,34	52.685,56
8	27.938,49	196.145,83	80.624,05
9	29.061,50	225.207,33	109.685,55
10	50.361,29	275.568,62	160.046,84

	ESCENARIO # 1	ESCENARIO # 2	TASA 10%	ESCENARIO # 3	TASA 12%
VA	211.966,63	VA	160.139,56	VA	145.844,05
VAN	79.400,22	VAN	27.573,15	VAN	13.277,64
TIR	14%	TIR	0,14	TIR	0,14
B/C	1,60	B/C	1,21	B/C	1,10
PRI	6 AÑOS	PRI	6 AÑOS	PRI	6 AÑOS
PEY	36.788,95	PEY	36.788,95	PEY	36.788,95

ANEXO 4

FOTOS



