

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TESIS DE GRADO

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA GESTION DEL
TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA PLAYA DE ORO, PARROQUIA
LUIS VARGAS TORRES, CANTÓN ELOY ALFARO, PROVINCIA
ESMERALDAS.**

AUTORA:

BETTY A. CASTILLO MONTENEGRO

ASESOR:

LIC. VICTOR PÉREZ PRADOS, MSc.

ESMERALDAS, 2015

Trabajo de Tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Presidente Tribunal de Graduación

Lector 1

Lector 2

Lector 2

Director de Escuela

Director de Tesis

Fecha

Autoría

Yo, BETTY ALEXANDRA CASTILLO MONTENEGRO, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

Betty Alexandra Castillo Montenegro
CI: 0401483375

Agradecimiento

En el transcurso de mi vida universitaria existieron muchas personas a las cuales debo agradecer por el apoyo brindado durante esta etapa de formación.

Mi eterno agradecimiento a mi familia, ya que sin su esfuerzo y sus palabras de aliento nada de esto hubiese sucedido.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, noble institución que cuenta con docentes altamente preparados y con la experiencia necesaria para transmitir sus conocimientos a todas las personas con anhelos de superación en el campo profesional.

A la Comuna Playa de Oro, por brindarme la ayuda oportuna al momento de realizar la investigación.

Al Licenciado Víctor Pérez Prados, por la dirección y guía durante el desarrollo de este trabajo, permitiendo alcanzar los objetivos planteados.

A mis compañeros por esa lucha constante para alcanzar la meta.

A mis amigos, a quienes a pesar de los inconvenientes y diferencias se convirtieron en una parte importante de mi vida, cada uno apoyándome y alentándome a su manera, por compartir conmigo experiencias universitarias y ser parte de mis logros obtenidos hasta hoy.

A todos ustedes, gracias.

BETTY ALEXANDRA CASTILLO MONTENEGRO

Dedicatoria

A mis padres y abuelos quienes me inculcaron desde pequeña a luchar por mis sueños y siempre salir adelante sin importar las dificultades que se presenten. Este título universitario es la recompensa al gran esfuerzo y sacrificio realizado por cada uno de ellos para darme una vida y educación de calidad.

A mi familia, quienes confiaron en mí y me brindaron su apoyo incondicional.

Con mucho cariño.

BETTY ALEXANDRA CASTILLO MONTENEGRO.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| Páginas Preliminares | | Pág. |
|-----------------------------|---------------------------------------|-------------|
| | Portada | i |
| | Aprobación del Tribunal | ii |
| | Autoría de Responsabilidad | iii |
| | Agradecimiento | iv |
| | Dedicatoria | v |
| | Índice de Contenidos | vi |
| | Índice de Tablas | vii |
| | Índice de Gráficos | ix |
| | Resumen Ejecutivo | x |
| | Executive Summary | xi |
| Nº | Contenidos de Tesis | Pág. |
| 1 | Introducción | 1 |
| 2 | Materiales y Métodos | 11 |
| | 2.1 Tipos de Estudio | 11 |
| | 2.2 Métodos de Investigación | 12 |
| | 2.3 Población y Muestra | 13 |
| | 2.4 Técnicas y Procedimientos | 16 |
| 3 | Resultados | 18 |
| | 3.1 Mercado | 18 |
| | 3.1.1 Investigación de Mercado | 18 |
| | 3.1.2 Análisis de la Competencia | 19 |
| 4 | Propuesta Alternativa | 41 |
| | 4.1 Introducción | 41 |
| | 4.2 Análisis FODA | 42 |
| | 4.2.1 Estrategias de Desarrollo FODA | 43 |
| | 4.3 Objetivos | 47 |
| | 4.3.1 General | 47 |
| | 4.3.2 Específicos | 47 |
| | 4.4 Plan de Negocios | 48 |
| | 4.4.1 Estudio Técnico | 48 |
| | 4.4.2 Estudio Administrativo | 56 |
| | 4.4.3 Estudio Operativo | 73 |
| | 4.4.4 Estudio Económico | 83 |
| | 4.4.5 Evaluación Económica | 102 |
| | 4.4.6 Métodos de Evaluación Económica | 108 |
| 5 | Impactos | 115 |
| | 5.1 Impacto Sociocultural | 116 |

| | | |
|----------|---------------------------------------|------------|
| 5.2 | Impacto Económico | 117 |
| 5.3 | Impacto Educativo | 118 |
| 5.4 | Impacto Ambiental | 119 |
| 5.5 | Impacto Global del Proyecto | 120 |
| 6 | Conclusiones y Recomendaciones | 121 |
| 6.1 | Conclusiones | 121 |
| 6.2 | Recomendaciones | 122 |
| | Referencias | 123 |
| | Anexos | 132 |

| Nº | Índice de Tablas | Pág. |
|-----------|---|------|
| Tabla #1 | Población | 14 |
| Tabla #2 | Muestra | 16 |
| Tabla #3 | Análisis FODA | 42 |
| Tabla #4 | Estrategias de Desarrollo FA | 43 |
| Tabla #5 | Estrategias de Desarrollo FO | 44 |
| Tabla #6 | Estrategias de Desarrollo DA | 45 |
| Tabla #7 | Estrategias de Desarrollo DO | 46 |
| Tabla #8 | Requerimiento Muebles y Enseres | 50 |
| Tabla #9 | Requerimiento Equipos y Utensilios de Cocina | 51 |
| Tabla #10 | Requerimiento Equipos de Computación | 53 |
| Tabla #11 | Requerimiento Equipos de Oficina | 53 |
| Tabla #12 | Requerimiento Suministros de Oficina y Limpieza | 54 |
| Tabla #13 | Requerimiento Talento Humano | 54 |
| Tabla #14 | Descripción de Áreas y Funciones | 60 |
| Tabla #15 | Equipo Comunitario | 62 |
| Tabla #16 | Precios de Servicios por Día | 78 |
| Tabla #17 | Simbología Diagrama de Flujo | 83 |
| Tabla #18 | Gastos en Activos Fijos | 83 |
| Tabla #19 | Gastos en Suministros de Oficina y Limpieza | 85 |
| Tabla #20 | Gastos en Materia Prima para Alimentación | 87 |
| Tabla #21 | Gastos en Combustibles y Mantenimiento | 89 |
| Tabla #22 | Gastos en Sueldos | 90 |
| Tabla #23 | Gastos en Publicidad | 91 |
| Tabla #24 | Gastos en Depreciación | 91 |
| Tabla #25 | Gastos de Constitución | 92 |
| Tabla #26 | Costos Totales Anuales del Proyecto | 92 |
| Tabla #27 | Inversión Inicial del Proyecto | 93 |
| Tabla #28 | Financiamiento de la Inversión | 94 |
| Tabla #29 | Tabla de Amortización | 95 |
| Tabla #30 | Presupuesto de Ingresos | 96 |
| Tabla #31 | Proyección de Ingresos Anuales | 97 |
| Tabla #32 | Clasificación de Costos Fijos y Variables | 98 |
| Tabla #33 | Resumen de Costos Fijos y Variables | 98 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabla #34 | Resumen de Ingresos y Gastos Mensuales Año 1 | 100 |
| Tabla #35 | Resumen de Ingresos y Gastos Mensuales Año 2 | 101 |
| Tabla #36 | Determinación de Ingresos | 102 |
| Tabla #37 | Proyección de Costos en Función de la Inflación | 103 |
| Tabla #38 | Proyección de Incremento de Sueldo | 103 |
| Tabla #39 | Proyección de Pago de Crédito Contraído | 103 |
| Tabla #40 | Proyección de Depreciación de Activos Fijos | 104 |
| Tabla #41 | Egresos Totales del Proyecto | 104 |
| Tabla #42 | Estado de Resultados | 106 |
| Tabla #43 | Estado de Flujo de Efectivo | 107 |
| Tabla #44 | Valor Actual Neto | 108 |
| Tabla #45 | Tasa Interna de Retorno | 109 |
| Tabla #46 | Análisis de Sensibilidad Escenario Optimista (Van) | 110 |
| Tabla #47 | Análisis de Sensibilidad Escenario Optimista (Tir) | 111 |
| Tabla #48 | Análisis de Sensibilidad Escenario Pesimista (Van) | 111 |
| Tabla #49 | Análisis de Sensibilidad Escenario Pesimista (Tir) | 112 |
| Tabla #50 | Periodo de Recuperación de la Inversión | 112 |
| Tabla #51 | Medición de Niveles de Impacto | 115 |
| Tabla #52 | Impacto Sociocultural | 116 |
| Tabla #53 | Impacto Económico | 117 |
| Tabla #54 | Impacto Educativo | 118 |
| Tabla #55 | Impacto Ambiental | 119 |
| Tabla #56 | Impacto Global del Proyecto | 120 |

| N° | Índice de Gráficos | Pág. |
|-------------|---|-------------|
| Gráfico #1 | P.1.- Visitas de Turistas realizadas a la Provincia | 20 |
| Gráfico #2 | P.2.- Lugares de Visita de los Turistas | 21 |
| Gráfico #3 | P.3.- Actividades Turísticas | 22 |
| Gráfico #4 | P.4.- Personas con las que Acude al Lugar | 23 |
| Gráfico #5 | P.5.- Tiempo Promedio de Estadía | 24 |
| Gráfico #6 | P.6.- Gasto Promedio de Turistas | 25 |
| Gráfico #7 | P.7.- Turismo Comunitario como Opción | 26 |
| Gráfico #8 | P.8.- Atractivos Turísticos Playa de Oro | 27 |
| Gráfico #9 | P.9.- Posibilidad de visitar Playa de Oro | 28 |
| Gráfico #10 | P.1.- Actividad Económica de Habitantes | 31 |
| Gráfico #11 | P.2.- Condiciones para Fomentar el Turismo | 32 |

| | | |
|-------------|--|----|
| Gráfico #12 | P.3.- Actividades Turísticas en la Comuna Playa de Oro | 33 |
| Gráfico #13 | P.4.- Aspectos a mejorar en la Comuna Playa de Oro | 34 |
| Gráfico #14 | P.5.- Participación de la Comunidad | 35 |
| Gráfico #15 | Mapa de Ubicación | 49 |
| Gráfico #16 | Organigrama Estructural | 59 |
| Gráfico #17 | Logo del Centro de Turismo Comunitario | 69 |
| Gráfico #18 | Proceso de Prestación de Servicios | 82 |

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tuvo como propósito fundamental, la implementación de un Centro de Turismo Comunitario en la comuna Playa de Oro de la parroquia Luis Vargas Torres, cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas, que fomente el turismo comunitario y brinde servicios a turistas locales, nacionales e incluso extranjeros que buscan ambientes puros y naturales para su distracción y que por ende, posibilite el incremento de los niveles de desarrollo socioeconómico de la comunidad. Para el desarrollo del proyecto se aplicaron métodos como la observación, que permitió verificar como se desarrolla el turismo comunitario en la zona; el método inductivo, que proyectó los resultados de la investigación y los vinculó a la problemática identificada en el proceso turístico; el método de análisis, que ordenó y sistematizó los hechos y fenómenos estudiados por separado y el método de síntesis que posibilite la consecución de los objetivos planteados. En cuanto a los resultados del estudio investigativo se pudo establecer que la inversión inicial requerida para iniciar el proyecto es de \$37,126.27, distribuida en \$29,727.25 de activos fijos, \$885.00 de activos diferidos y \$6,514.02 de capital de trabajo; el financiamiento estará a cargo de la Comuna de Playa de Oro (40%) y por otra parte de un crédito (60%) a través de la Corporación Financiera Nacional. Es importante destacar la viabilidad económica del proyecto, pues los resultados permitieron establecer que existe un VAN positivo y un TIR de 24.28%.

Palabras Claves.- Plan de Negocios, Gestión, Turismo Comunitario, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico, Servicios Turísticos, Desarrollo Socioeconómico.

Executive Summary

This project has as main purpose the implementation of a Community Tourism Center in the district Playa de Oro parish Luis Vargas Torres, Canton Eloy Alfaro, Province of Esmeraldas, which promotes community tourism and providing services to local, national and even foreign tourists pure and natural environments looking for distraction and thus enable increased levels of socio-economic development of the community. For the project development methods such as observation, which allowed verifying how the community tourism is developed in the area, the inductive method, which projected the results of research and tied to the problems identified in the tourism process is applied, the method analysis, ordered and systematized facts and phenomena studied separately and the synthesis method that enables the achievement of the objectives. As for the results of the research study it was established that the initial investment required to start the project is \$ 37,126.27, \$ 29,727.25 divided into fixed assets, \$ 885.00 to \$ 6514.02 deferred assets and working capital; financing will be provided by the Commune of Playa de Oro (40%) and partly of a loan (60%) through the National Finance Corporation. Importantly, the economic viability of the project, as the results allowed to establish that there is a positive VAN (\$ 7938.52) and an TIR of 16.32%.

Words.- Business Plan Management, Community Tourism, Market Research, Technical Study, Economic Survey, Travel Services, Socioeconomic Development.

1. Introducción

A nivel mundial, el turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación (Fontalvo, 2010).

Desde inicios del siglo XXI, es probablemente la actividad económica más importante del mundo. Su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión. Son muchos los países que en las últimas décadas se han beneficiado de los aportes del turismo en su economía y en su desarrollo en general (Secretaría de Turismo de México, 2010). Acorde al Ministerio de Turismo del Ecuador, (2014), donde nos dice que “De acuerdo con el Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, las llegadas de turistas internacionales se incrementaron en un 4,6% en la primera mitad del 2014; mientras que en el Ecuador, en igual periodo, registró un crecimiento del 14% (Ministerio de Turismo, 2014). Uno de los tipos de turismo es el comunitario, el que en los actuales momentos es considerado una marca internacional y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del sur, tanto es así que existen diversidad de experiencias de turismo comunitario en Asia, en África y especialmente en América Latina. Dentro de América Latina, se suele señalar al Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en una actividad estratégica para muchas comunidades (Federación de Turismo Comunitario del Ecuador, 2013). El Turismo Comunitario en el Ecuador es una forma primordial y de mayor relevancia dentro de la industria turística. El Ecuador es un país líder en este tipo de actividad, ya que a nivel nacional se cuenta con una gran cantidad de comunidades que ofrecen este tipo de turismo (Ontaneda, 2012). Durante los últimos tiempos, el turismo comunitario se ha venido desarrollando en la mayoría de los pueblos del Ecuador, con la finalidad de obtener beneficios económicos y sociales derivados de la ejecución de la actividad. Sin embargo, se

aprecian, en la mayoría de los casos, falencias en aspectos como la promoción y difusión, el cuidado y manejo que se le da al atractivo turístico y una de las más importantes, la deficiente capacitación que se brinda al recurso humano encargado de brindar el servicio de turismo comunitario.

La provincia de Esmeraldas cuenta con una envidiable infraestructura natural, conformada por playas, ríos, cascadas y otros atractivos turísticos que hacen a la provincia verde, el principal destino de turistas nacionales y extranjeros que gustan de los atrayentes lugares de esparcimiento que la conforman. Esmeraldas posee atractivos naturales y culturales; es una provincia rica en recursos y tiene lugares maravillosos para realizar la actividad turística y complacer las necesidades de los turistas que la visitan frecuentemente. Al hablar de turismo en Esmeraldas, vienen a la mente las playas de Tonsupa, Atacames, Súa y Muisne, que son los lugares en los que se concentra la mayor cantidad de turistas en tiempos de feriados, haciendo turismo de sol y playa y dejando de tomar en cuenta que existen alternativas de turismo comunitario que pueden realizarse en ambientes plenamente naturales, hermosos paisajes y con una extensa flora y fauna.

La comuna Playa de Oro, ubicada en el área de influencia de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, a orillas del río Santiago, reúne las condiciones naturales adecuadas para ser considerada como un potencial destino turístico comunitario. Hay que destacar que la mencionada reserva ecológica se encuentra ubicada en el hot spot Chocó-Tumbes-Magdalena y dentro del corredor biológico Chocó Manabí, además del corredor de Vida Chiles Mataje, siendo una de las ocho áreas protegidas con las que cuenta la provincia de Esmeraldas. Constituye la zona de conservación más importante de los Andes occidentales del Ecuador por pertenecer a la región biogeográfica del Chocó. Esta comunidad afro-ecuatoriana vive en concordancia con los recursos naturales, la ecología y recientemente con el turismo. Hasta hace poco la principal y prácticamente única actividad económica de la zona era la agricultura a pequeña escala, basada sobre todo en el cultivo de cacao, pero la actividad que más ingresos monetarios les genera es la extracción de oro, ambas realizadas de manera familiar. Sin embargo debido a que en los últimos tiempos los intermediarios comerciales del cacao

monopolizaron la distribución e implementaron una política de bajada de precios, las comunidades allí residentes han visto estancado su desarrollo económico e incluso un inicio de recesión debido a su vinculación económica de estos productos. Fruto de esta dependencia, recientemente la comunidad decidió diversificar su economía apostando por el turismo comunitario. Para ello, se instalaron cuatro cabañas comunitarias, ofreciendo servicio de alojamiento; alimentación, caminatas por senderos, observación de aves, observación de flora y fauna, natación en el río y cascadas, actividades culturales (bailes tradicionales, arrullos, rituales, fiestas religiosas), actividades de investigación (flora y fauna), convivencia cultural y recreación para la buena atención de sus clientes. Esta iniciativa de turismo comunitario, ha dado paso al incremento del turismo en la zona, generando fuentes de empleo y oportunidades de negocio a los pobladores de la zona. Sin embargo, la falta de experiencia, capacitación y formación, ha generado que el servicio turístico sea desarrollado de forma desordenada y poco coordinada, pues no cuentan con las herramientas necesarias para hacer proyecciones a largo plazo, hacer un esquema de control de costos, ni con un plan de negocios que les permita optimizar sus recursos y ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes y a la vez genere una mayor rentabilidad a sus impulsores.

Para realizar un Plan de Negocios de debe tener claro los conceptos, su utilización y sus componentes a fin de determinar y analizar la posibilidad de la creación de un Centro de Turismo Comunitario en la Comuna Playa de Oro. En la actualidad no solo basta tener idea, las ganas y ser emprendedor para iniciar un nuevo negocio, sino que es necesario tener conocimiento y herramientas que ayuden a tener claro lo que se quiere y si es factible o no, para ello es necesario ciertas variables relacionadas a:

¿Qué es un plan de negocios? (Viniestra, 2007), “nos ayuda a visualizar hoy cómo deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; esto es. Producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos” (2007, p.13). El plan de negocios no solo se lo utiliza para la creación de empresas, sino también para empresas o

emprendimientos existentes donde, se permite analizar la situación actual y poder reorientarlos en beneficio de la misma.

- **Plan de Negocios Turístico**

Desarrolla conceptos, enfoques e instrumentos básicos para garantizar la factibilidad técnica, económica y financiera de un proyecto turístico comunitario. Traza el perfil de sus clientes potenciales y de sus competidores; desarrolla los planes de mercadeo, recursos humanos, inversiones y organización empresarial para poner en marcha el negocio (Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina, 2010).

- **Planificación Turística**

Se refiere al conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social (Montaner, 2001).

Del mismo modo es importante mencionar el criterio de (Getz, 1992), quien considera a la planificación turística como el proceso que se basa en la investigación y la evaluación, y que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano y a la calidad ambiental.

- **Estudio de Factibilidad**

De acuerdo a (Anzola, 2001), el estudio de factibilidad permite establecer si un determinado negocio que se tiene en mente implementar, sería bueno, rentable y obtendría el éxito

deseado. Del mismo modo permite establecer si la ejecución del proyecto está enmarcado en el estricto respeto a los recursos naturales y el medioambiente. Dicho estudio se compone:

- **Estudio de Mercado**

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia (Malhotra, 2007).

También puede afirmarse que el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática, los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Geoffrey, 2003).

- **Oferta**

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos y está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros (Aquino, 2008).

- **Demanda**

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (Andrade, 2005).

- **Estudio Técnico**

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto, en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción (Santos, 2008).

Es importante también dar a conocer el criterio de (Gómez, 2005) quien afirma que el estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

- **Estudio Organizacional y Legal**

Según el criterio de (Castillo, Araujo, & Burgos, 2013), el estudio organizacional y legal permite comprobar que la estructura propuesta para administrar el proyecto será suficiente y adecuada; del mismo modo permite estimar las inversiones y los costos que se deberá afrontar para el funcionamiento de la estructura organizativa propuesta.

- **Estudio Económico Financiero**

El estudio económico y financiero de un proyecto, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales, comparando los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros (Rincón, Ochoa, & Padilla, 2010).

- **Turismo**

Según (Boullón, 2000), El turismo “es el conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado laboral del sitio visitado e invirtiendo en sus gastos, recursos que provienen de su lugar de residencia habitual”. Sin embargo “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de personas o grupos de personas que fundamentalmente, con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde sus hogares a otros sitios en los que no ejercen actividades lucrativas” (Montaner, 2001).

- **Recursos Naturales**

Se entiende por recursos naturales aquellas condiciones que cuantitativa o cualitativamente conforman el espacio geográfico, lo diferencian y lo diversifican, constituyen “a priori” recursos turísticos potenciales y asumen un gran protagonismo tanto en el turismo como en el contexto de otras actividades económicas (Marín, 2012).

Los recursos naturales representan, además, fuentes de riqueza para la explotación económica. Por ejemplo, los minerales, el suelo, los animales y las plantas constituyen recursos naturales que el hombre puede utilizar directamente como fuentes para esta explotación. De igual forma, los combustibles, el viento y el agua pueden ser utilizados como recursos naturales para la producción de energía. Pero la mejor utilización de un recurso natural depende del conocimiento que el hombre tenga al respecto, y de las leyes que rigen la conservación del mismo (Miranda, 2001).

▪ **Turismo Comunitario**

El turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2013).

Es importante también acotar que se recurrió a fuentes de información de universidades internacionales, nacionales y locales para identificar proyectos que guarden relación con la temática de estudio y sirvan de apoyo para la realización del proyecto.

En el ámbito internacional, una investigación realizada en Tegucigalpa, Honduras, por (Rivera, 2013), cuyo título es “El Turismo Rural Comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenible”, muestra como en las últimas décadas, el turismo rural comunitario ha tenido significativos cambios en cuanto a su importancia como posibilidad plena de desarrollo sostenible en todo Honduras. La investigación nace en respuesta a la necesidad de generar alternativas económicas que aumenten y diversifiquen los ingresos de las familias del campo. Los empresarios de turismo comunitario generalmente son líderes de sus comunidades aun cuando se enfrentan a limitaciones técnicas y científicas. En Honduras, el turismo comunitario tiene bajas prioridades y no existen estrategias para motivarlo, dejando de lado la oportunidad de que se convierta en un claro polo de desarrollo para los habitantes. Al final del proceso se plantea un plan de capacitación en turismo comunitario, dirigido a los habitantes del sector rural de Tegucigalpa. De forma que puedan operar efectivamente en favor de su desarrollo.

En el Ecuador, (Ortega & Vicente, 2013), realizaron el tema de investigación “Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en la parroquia de Toacaso, el mismo que se enfoca en el desarrollo del turismo local, que pretende involucrar efectivamente a la comunidad para que

incentive a los turistas nacionales y extranjeros, para que visite este sector del país en donde se puede realizar turismo artesanal, de aventura, gastronómico, entre otros. Todo el mencionado potencial turístico que tiene la parroquia Toacaso, invita a manejar adecuadamente la actividad turística en la parroquia, con el fin de satisfacer la demanda actual y potencial, combinando acciones de protección, capacitación ambiental, investigación científica, turismo y recreación.

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas, se identificó el tema de investigación realizado por (Cedeño, 2013) con el tema “Estudio de Factibilidad para la implementación del turismo rural en la Finca Los Laureles del cantón Esmeraldas, recinto San Juan”. En el desarrollo de la investigación se pudo promover el emprendimiento turístico, que de la mano de la conservación de los recursos naturales existentes en el sector, en donde se pueden observar la existencia de fincas y ranchos dedicados a la actividad ganadera y agrícola. Busca también que las actividades de emprendimiento que se realicen en el sector se relacionen implícitamente con la conservación y valoración de especies de flora y fauna en este sector productivo. Se pretende que en el desarrollo del proyecto se realicen actividades como paseo en equinos, ordeño de ganado vacuno, observación de flora y fauna, baños en el río, entre otros.

Con todos los antecedentes arriba indicado, la finalidad del proyecto de investigación, es presentar una alternativa de mejora para la gestión del turismo comunitario en Playa de Oro, en función de convertir los servicios turísticos que aquí se brindan, en servicios eficientes y de calidad, en términos de sostenibilidad y rentabilidad comunitaria; debido a la inexperiencia de quienes desarrollan actividades turísticas comunitarias, además la falta de capacitación en proyección, control de costos y fijación de precios, el servicio turístico comunitario, generalmente es económicamente deficiente, debido a que los precios que se presentan al turista son irregulares y muchas veces no están acordes con el tipo de producto o servicio que ofrece. Para ello, es de suma importancia hacer partícipes en el desarrollo e implementación del proyecto a los miembros de la comunidad, siendo necesario para ello un proceso de acompañamiento, formación y capacitación que les permita brindar un servicio

turístico de mayor calidad y de manera más adecuada a las necesidades y deseos de los visitantes. Si se logra la sostenibilidad económica del emprendimiento turístico, se habrá creado una alternativa a la dependencia agrícola actual.

Por lo tanto, para abordar el problema expuesto, sería necesario diseñar un Plan de Negocios para mejorar la gestión del Turismo Comunitario en la Comuna Playa de Oro, Parroquia Luis Vargas Torres, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas; garantizando que la actividad turística comunitaria sea una fuente contante, sostenible y viable de generación de recursos económicos para todos los integrantes. Por ello se establecen los siguientes objetivos de la presente investigación:

- Analizar la situación interna y contextual de la Comunidad Playa de Oro.
- Establecer una estructura organizativa y administrativa que responda a las necesidades turísticas de la zona.
- Elaborar un estudio económico – financiero que permita el desarrollo social y económico del sector, garantizando la sustentabilidad y sostenibilidad de los recursos turísticos.

2. Materiales y Métodos

2.1 Tipos de Estudio

Debido a la escasa información secundaria levantada existente sobre antecedentes de la comunidad de Playa de Oro, se realizó un **estudio exploratorio** con la finalidad de ejecutar un diagnóstico socioeconómico de la comuna, complementándose los resultados obtenidos con una investigación bibliográfica acerca de Turismo Sostenible, Turismo Comunitario del Ecuador, Plan de Negocios, Negocios Turísticos, Medio ambiente, Playa de Oro, Seguridad Hotelera, Productos Turísticos, Empresas del Sector Turístico, Plan de Marketing, Plan de Desarrollo Turístico, Plan Desarrollo Estratégico, Plan Nacional del Buen Vivir, Turismo Alternativo, que permitieron contextualizar la investigación y contribuir a la consecución del objetivo general y más concretamente a determinar los resultados correspondientes al objetivo específico del análisis situacional de la Comunidad.

Para la consecución del segundo objetivo específico, se realizó un **estudio descriptivo** que permitió investigar las necesidades y deseos de los turistas actuales y potenciales, así como determinar o diseñar cuál sería la estructura organizativa y administrativa que más se adecua para satisfacer los requerimientos de los visitantes.

Los resultados obtenidos a partir de los mencionados estudios, fueron muy relevantes para la consecución del tercer objetivo secundario, ya que la elaboración de un plan financiero estaría determinado en función de las estimaciones de visitantes potenciales, así como de los costos de adecuación necesarios a realizar para cubrir las expectativas turísticas de dichos visitantes, adaptando la oferta a la demanda y su posterior cuantificación económica y planificación de viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

2.2 Métodos de Investigación

Para poder diseñar y elaborar un Plan de Negocios, fue necesario tener un diagnóstico certero de la realidad de la gestión del turismo en la Comunidad y de las necesidades y deseos de los visitantes potenciales y actuales. Por ello es imprescindible, dada la inexistencia de información secundaria previa relevante y extensible sobre la comuna, realizar un proceso de observación y de descripción, que permita acercarse lo máximo posible a la explicación de la realidad idiosincrática de la actividad de turismo comunitario.

Para la consecución del primer objetivo específico, el diagnóstico situacional de la actividad comunitaria, después de una serie de entrevistas con los líderes de la Comuna y pobladores, se procedió a la verificación de la información recopilada a través del **método de la observación**, considerando como hipótesis a verificar la información y hábitos descritos por las personas entrevistadas.

Para ello se dividió la información primaria obtenida en dos partes. Por un lado información contextual y por otro lado hábitos y costumbres de la población, con la intención de observar la veracidad de éstos últimos datos y su repercusión en el buen accionar de la actividad turística de la Comunidad. Una vez contrastada o refutada la información primaria, se utilizó el **método inductivo** para proyectar dichos resultados y vincularlos a las problemáticas que afectan al buen rendimiento de la actividad económica que desarrolla la Comunidad.

A partir de toda la información obtenida con el proceso descrito, se procedió a implementar el **método de análisis**, que junto con la ayuda de la herramienta de un FODA, se procedió a ordenar y sistematizar para que a partir de los estudios de los hechos y fenómenos estudiados por separado, se pudiera determinar la relación existente entre ellos y su ponderación de importancia para determinar las principales fortalezas y debilidades de la actividad turística comunitaria.

Este análisis sería la base para diseñar y estructurar las líneas de acción y actividades a llevar a cabo para corregir las desviaciones detectadas que impedían una óptima estructura organizativa, productiva y de servicios de la Comunidad que hiciera rentable y sostenible la actividad turística, utilizado para ello el **método de síntesis**, contribuyendo a la consecución del segundo objetivo específico planteado en el presente estudio.

2.3 Población y Muestra

Para contribuir a la consecución de los objetivos de la presente investigación, se realizaron dos levantamientos independientes de información primaria. Por un lado era necesario conocer la estructura y visión de la Comuna Playa de Oro respecto de su percepción del turismo como generación de recursos económicos estables, así como su implicación e interés de participar en el proceso. Para ello se realizaron encuestas dirigidas a representantes de las 56 familias que conforman la Comuna Playa de Oro, seleccionando como muestra el total de la población de estudio.

Por otro lado, era necesario realizar una descripción del perfil del turista que decide visitar la provincia de Esmeraldas con la finalidad de identificar los intereses y motivos que le impulsaron a visitar la provincia, así como los servicios y ofertas turísticas que le gustaría poder disfrutar o por cuales regresaría si existieran.

Para seleccionar la muestra de turistas, se tomó como población el total de turistas que visitaron la provincia de Esmeraldas durante el primer trimestre del 2015, los que de acuerdo a datos de la Cámara de Turismo de Esmeraldas (Cámara de Turismo de Esmeraldas, 2015), fueron aproximadamente 55.000 turistas.

En la siguiente tabla se muestra la población del presente estudio, separada en función de la finalidad de las encuestas realizadas:

Tabla #1 Población

| ÓRDEN | POBLACIÓN | CANTIDAD |
|--------------|--------------------------------------|-----------------|
| 1 | Familias de la Comuna Playa de Oro | 56 |
| 2 | Turistas – Primer Trimestre del 2015 | 55000 |
| TOTAL | | 55056 |

Como se ha mencionado, para obtener la muestra sobre la que se realizará el estudio en la Comuna Playa de Oro. Se decidió encuestar al total de la población, coincidiendo la muestra con el universo, teniendo en cuenta que se ha estipulado como unidad de estudio la agrupación familiar y no los individuos que la componen.

En cambio, para realizar la descripción del perfil del turista que visita la provincia, debido a que se trata de una población elevada, se determinó seleccionar una muestra representativa a la que se le realizó la encuesta dirigida. Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula muestral:

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

Siendo:

- N= Universo o Población, conformado por los 55000 turistas que visitaron la provincia
- P= Opiniones a favor de lo que se investigó, equivalente al 50%, siendo igual 0.50
- Q= Opiniones en contra de lo que se investigó, equivalente al 50%, siendo igual 0.50
- Z= Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido. Siempre se opera con el valor sigma 2, lo que equivale al 95% de nivel de confianza, por lo que Z=1.95
- E= Margen de error permitido, el mismo que se ha determinado para el estudio en 5% por lo tanto E=0.05

Por lo tanto, realizando los pertinentes cálculos:

$$n = \frac{P * Q * N}{(N - 1) E^2 + P * Q / Z^2} = \frac{0.5 * 0.5 * 55000}{(55000 - 1) 0.05^2 + 0.5 * 0.5 / 1.95^2}$$

$$n = \frac{13750}{(54999) 0.0025 + 0.5 * 0.5 / 3.8025} = \frac{13750}{137.75 / 3.8025} = \frac{13750}{36.23}$$

| |
|-----------|
| $n = 380$ |
|-----------|

Obteniendo que la muestra de la población de estudio sea de 380 personas encuestadas. Debido a que el estudio se realizaría en toda la provincia, se procedió a dividir la muestra entre los siete cantones de la provincia. Tal división se lo hizo en función del criterio de la investigadora en base a la afluencia de turistas que recibe cada cantón, quedando dividida la muestra de la siguiente forma:

- Esmeraldas 25% - 95 encuestas a turistas
- Atacames 25% - 95 encuestas a turistas
- Muisne 10% - 38 encuestas a turistas
- Quinindé 10% - 38 encuestas a turistas
- Rioverde 10% - 38 encuestas a turistas
- San Lorenzo 10% - 38 encuestas a turistas
- Eloy Alfaro 10% - 38 encuestas a turistas

Para la selección de los turistas encuestados se aplicó la muestra aleatoria simple, por medio de la cual, en los sitios turísticos donde se concentra mayor número de turistas en los diferentes cantones, se escogieron aleatoriamente los turistas para realizarles las encuestas.

En la siguiente tabla, quedan reflejadas las muestras de ambos estudios:

Tabla #2 Muestra

| ÓRDEN | MUESTRA | CANTIDAD |
|--------------|--------------------------------------|-----------------|
| 1 | Familias de la Comuna Playa de Oro | 56 |
| 2 | Turistas – Primer Trimestre del 2015 | 380 |
| TOTAL | | 436 |

2.4 Técnicas y procedimientos

No existe mucha información, o al menos que fuera relevante para el estudio, sobre la Comunidad de Playa de Oro, por lo que se procedió a desarrollar diferentes técnicas de recopilación de **información primaria** que permitieron complementar los análisis de la información secundaria llevados a cabo.

Por un lado, durante las distintas visitas in situ que se realizaron a la Comunidad, se procedió a la recopilación de información específica sobre infraestructuras, equipos, herramientas, conocimientos, hábitos y usos de los pobladores y servicios prestados a los turistas que llegan a la comunidad empleando la **observación**.

Toda esta información sirvió para tener una visión general y panorámica de la comunidad, su contexto y el servicio turístico que estaban prestando. Pero se debía indagar más en ciertos temas que la mera observación no podía descifrar, por ello se diseñaron y realizaron **entrevistas** tanto a los moradores como a los turistas, y de éstos últimos tanto a los actuales como a los potenciales. Con la información recopilada se pudo realizar un FODA de la actividad turística que están desarrollando, así como su interrelación con el resto de actividades de la comunidad.

Para poder determinar cuál serían las mejoras a realizar, tanto organizativas como administrativas y de servicios, era imprescindible conocer las necesidades y deseos de los clientes que acuden al lugar (actuales) o de aquellos que les gustaría visitar lugares turísticos comunitarios y envueltos de naturaleza, costumbres ancestrales, y que tipo de recuerdos les gustaría llevarse de su experiencia. Para ello se diseñó una **encuesta** que respondiera a las interrogantes planteadas y se determinó la muestra que fuera necesaria para que los datos obtenidos fueran relevantes para la investigación planteada.

Tanto para plantear el tema de estudio de la presente investigación, como al inicio de la misma, se procedió a la recopilación de **información secundaria**, partiendo de temas generales, que fueron concretizándose según se fue determinando el objetivo general y específico de la investigación. Se recopiló información de temas cruciales para el estudio como el turismo, tanto internacional como específico del Ecuador, perfilando la búsqueda en el turismo comunitario, bioturismo, deportes extremos y naturaleza virgen.

Otro tema importante, fue la recopilación de información sobre legislación aplicada a las comunidades del Ecuador y a la regulación de las actividades económicas que se desarrollan, haciendo incidencia en El Buen Vivir y en la Economía Popular y Solidaria. De igual manera, se consultó bibliografía sobre estudios similares al aquí presentado, realizados en otras comunidades con potencial turístico en otros países, así como en el propio Ecuador.

Se recopiló información de metodologías llevadas a cabo para determinar y establecer cuál sería la mejor estructura organizativa y administrativa de la Comunidad para desarrollar una actividad económica y cómo debería elaborarse un Plan de Negocios para este tipo de emprendimiento comunitario.

3 Resultados

3.1 Mercado

3.1.1 Investigación de Mercado

Para poder determinar la viabilidad y sostenibilidad de cualquier emprendimiento, es necesario conocer el mercado en el que está inmerso, por ello, dentro de la presente investigación, se ha procedido a realizar un estudio del mercado turístico del Ecuador, cuyos resultados descriptivos permitan evidenciar y definir las estrategias que debe realizar la Comuna Playa de Oro para posicionarse, consolidarse y crecer dentro de este sector. Los resultados obtenidos permitirán definir con mayor exactitud la propuesta de viabilidad y sostenibilidad para la Comuna Playa de Oro, una vez realizado el estudio técnico-financiero del emprendimiento.

3.1.1.1 Tendencia de mercado

El Ecuador, es considerado como uno de los países más megadiversos del mundo, poseedor de una de las mayores variedades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio considerado relativamente pequeño, pero ubicado estratégicamente y con muy buenas condiciones de conectividad interna (Balladares, 2012).

Para la economía ecuatoriana, el sector turístico representa la tercera fuente de ingresos no petroleros. Un total de 416.037 turistas arribaron a Ecuador durante el primer trimestre del 2015, evidenciando un crecimiento del 6,4% con relación a igual período del 2014 (Ministerio de Turismo, 2015).

De acuerdo al folleto “Plan Integral de Marketing de Ecuador 2014” (Ministerio de Turismo, 2014), los desplazamientos de los ecuatorianos están divididos por temporadas: temporada

baja de mayo a noviembre y temporada alta de diciembre a abril. Así también, está caracterizada la temporada de costa, que coincide con la temporada alta de diciembre a abril y la temporada baja de junio a septiembre. Los feriados más importantes para los ecuatorianos son carnaval (febrero), semana santa (abril), difuntos (noviembre), navidad y fin de año (diciembre).

3.1.1.2 Estudio de la Demanda

Para realizar el estudio de la demanda, se procedió a realizar una segmentación de mercado, focalizando en el estudio de mercado del turismo comunitario al cual va dirigido el emprendimiento de la Comuna Playa de Oro.

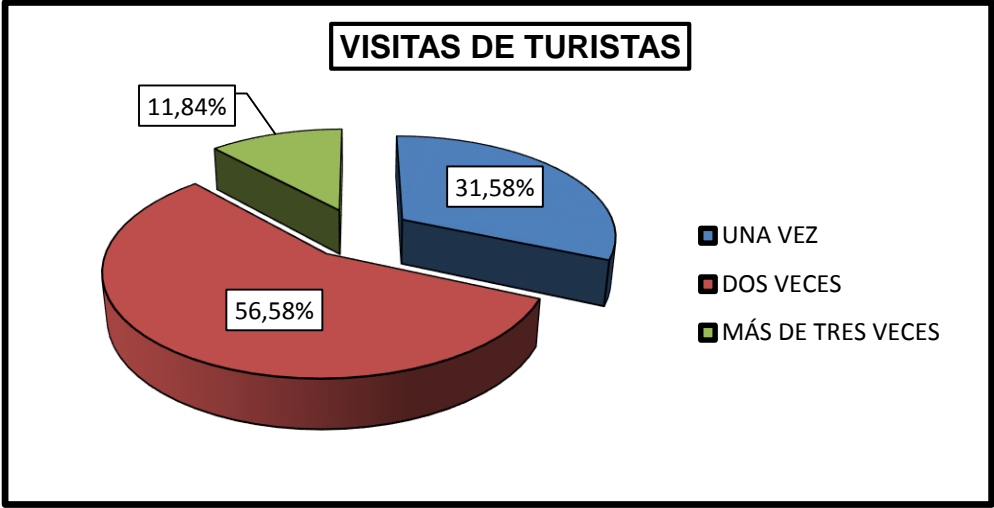
Hay que destacar que turistas de varias partes del país visitan la provincia de Esmeraldas en varias épocas del año, atraídos por el sinnúmero de atractivos turísticos que posee la tierra verde. La extensa infraestructura natural compuesta por ríos, playas, cascadas, manglares, bosques, áreas protegidas, entre otros, son los atractivos que ofrece la provincia a turistas locales, nacionales e internacionales para la práctica del ecoturismo, turismo de playa, turismo cultural, comunitario, deportivo, gastronómico, etc.

Para un estudio más profundo de la demanda, se realizaron encuestas a los turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, mismos que de acuerdo a datos obtenidos de (Cámara de Turismo de Esmeraldas, 2015), en el primer trimestre del 2015 fueron aproximadamente 55000 visitantes. Aplicando la fórmula muestral se pudo simplificar la población, reduciéndola a una muestra de 380 turistas encuestados.

De la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados descriptivos representativos de la demanda turística de personas que ya han visitado la provincia.

El objetivo de la primera pregunta, era determinar las veces que turistas de otras ciudades del país visitan la provincia de Esmeraldas, atraídos por los atractivos turísticos que posee la provincia, exponiendo como opciones una vez, dos veces o más de tres veces al año. Los resultados obtenidos de la interrogante fueron los siguientes:

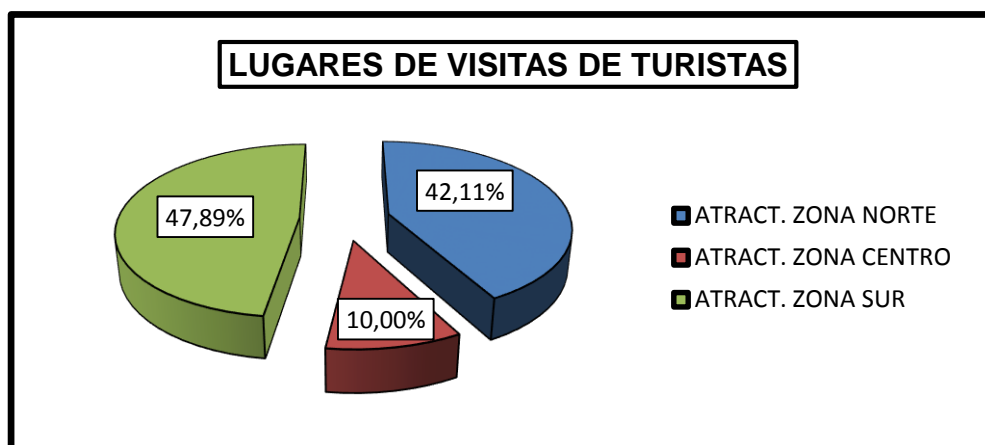
Grafico #1 Visitas de Turistas realizadas en la Provincia



Como se puede observar en el gráfico anterior, más de la mitad (56.58%) de las personas que visitan la provincia con fines turísticos, lo hacen dos veces al año- Si a estos datos se le suman las personas que visitan tres o más veces al año la provincia (11.84%), se obtendrían que más de dos tercios de los turistas que se encantan por la tierra verde (68.42%), lo hacen como mínimo dos veces al año. Los datos reflejan el potencial turístico de la provincia, ya que es significativo que un porcentaje tan alto de turistas, repitan destino dentro de un mismo año, teniendo en cuenta la gran oferta turística que tiene el país.

Una vez determinada la frecuencia de visitas anuales por parte de los turistas a la provincia de Esmeraldas, es importante para el estudio, determinar los lugares de visita preferidos. Para focalizar los destinos, se procedió a dividir los atractivos turísticos de la provincia en tres grandes áreas: Atractivos del Norte (Playa de La Peñas, Tolita Pampa de Oro, Playa de Oro, Manglares de Majagual, Isla de Canchimalero), Atractivos del Centro (Quinindé, Laguna de Cube, Cuevas El Colorado, Reserva Canandé) y Atractivos del Sur (Playa de Tonsupa, Atacames, Súa, Same, Estero de Plátano). A partir de esta división geográfica, se les preguntó a los encuestados, cuál de las tres zonas eran las que visitaban en sus desplazamientos a la provincia. Los resultados obtenidos se muestran en el siguiente gráfico:

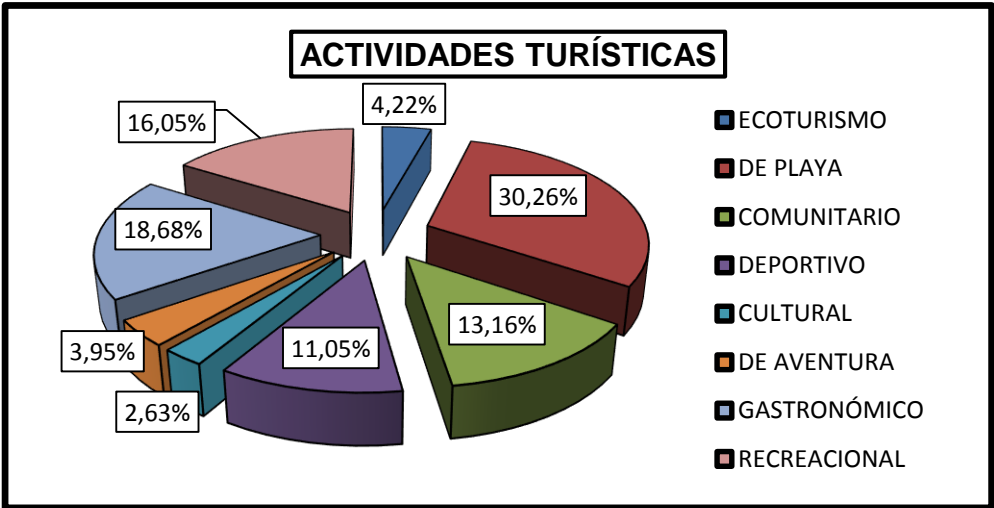
Gráfico #2 Lugares de Visita de los Turistas



Como se puede apreciar en la presentación gráfica, la mayoría de turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, se concentra en los atractivos turísticos de la zona sur (47.89%). En segundo lugar, con un alto porcentaje algo menor pero representativo, el 42.11% de los turistas se decantan por los destinos de la zona norte, especialmente parques y reservas naturales. Tan solo el 10% de los turistas eligen la zona centro como su lugar de destino.

Otro aspecto relevante para determinar el perfil de la demanda turística que acude a la provincia de Esmeraldas, es conocer el tipo de turismo o finalidad de visita. Para ello se realizó un listado de posibles actividades turísticas realizables y se les solicitó a las personas encuestadas que marcaran la principal opción o motivo de turismo. Una vez tabulados los datos se obtuvieron los siguientes resultados que se muestran en la gráfica.

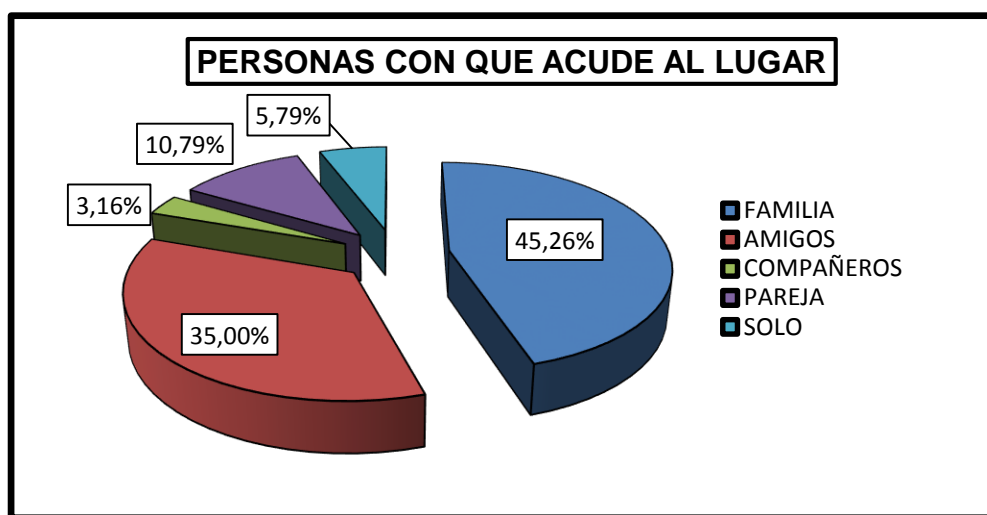
Grafico #3 Actividades Turísticas



Es de destacar que prácticamente un tercio de las personas que visitan la provincia de Esmeraldas, se decantan por el turismo de sol y playa (30.26%), seguido por turismo gastronómico (18.68%), el turismo recreacional y de diversión (16.05%) y el turismo deportivo (11.05%). El turismo comunitario tiene cierta acogida (13.16%), mientras que el ecoturismo, cultural y de aventura son minoritarios en comparación con el resto de preferencias turísticas.

Otro dato interesante y vinculante a la hora de determinar el perfil del turista que acude a la provincia de Esmeraldas es identificar con qué personas viene a hacer turismo en la provincia, ya que en función de la compañía se decidirá por una demanda de servicios turísticos u otra, ya que no es lo mismo viajar en familia, con niños pequeños a viajar con amigos o compañeros de trabajo. Los resultados fueron los siguientes:

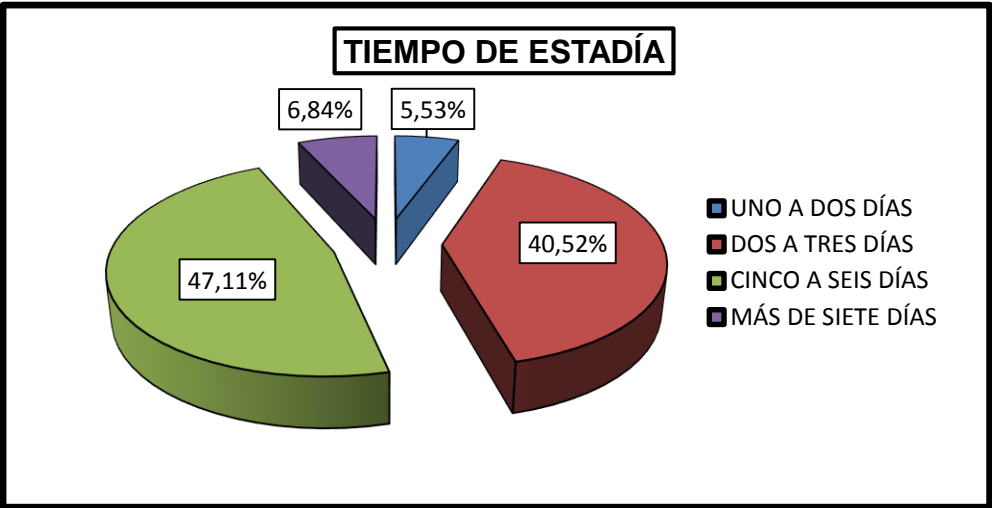
Grafico #4 Personas con la que acude al lugar



Prácticamente la mitad (45.26%) de las personas que visitan la provincia lo hacen acompañados de sus familiares, seguido del 35% que lo realizan en compañía de amigos y del 10.79% que acuden de turismo con su pareja. Son muy pocas las personas que vacacionan solos o con compañeros de trabajo.

Otra de las variables relevantes para determinar el perfil de la demanda es conocer el tiempo de estadía en el lugar de destino. Por ello se les preguntó a los encuestados que tiempo de media dedican a sus vacaciones o visitas en los atractivos turísticos de la provincia de Esmeraldas, proponiendo como opciones los intervalos de tiempo que normalmente demandan los turistas cuando realizan sus visitas. Los resultados que se obtuvieron se consideran en el siguiente gráfico:

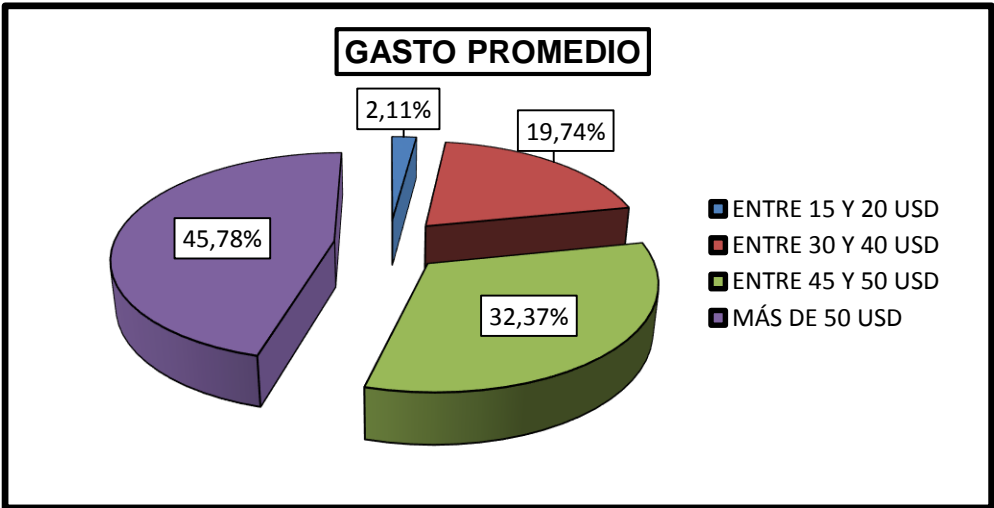
Grafico #5 Tiempo Promedio de Estadía



Como se puede apreciar, el 87.63% de los visitantes permanecen entre dos y seis días de media durante sus visitas a la provincia de Esmeraldas, siendo poco significantes las visitas de uno a dos días (5.53%) y las superiores a siete días (6.84%).

La variable de gasto promedio durante el periodo vacacional de estancia en la provincia es otra de las variables significativas a la hora de determinar el perfil de la demanda. Por ello, durante la encuesta, se les preguntó a las personas participantes cuáles eran sus gastos promedio diarios durante su estadía en la provincia de Esmeraldas, obteniendo los resultados que se muestran en la siguiente gráfica:

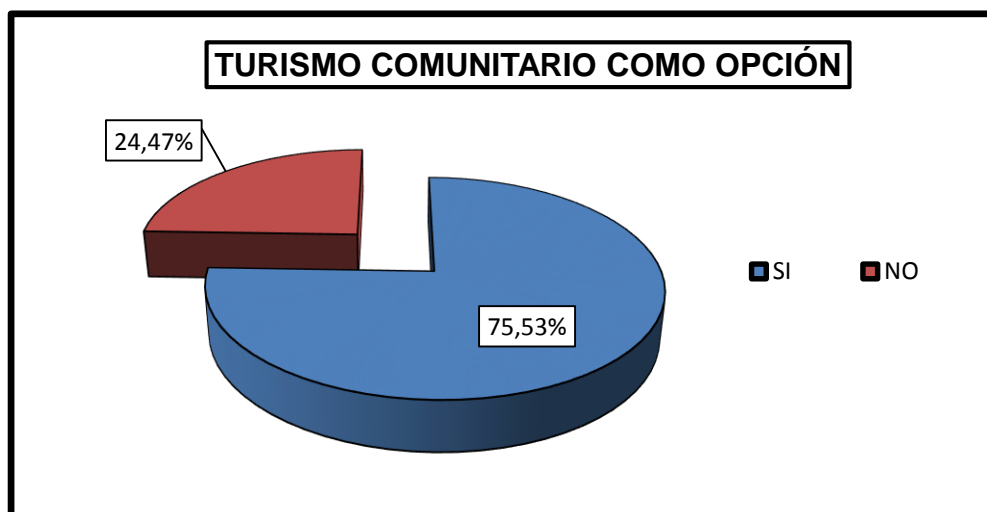
Gráfico #6 Gasto Promedio de Turistas



Prácticamente la mitad de los turistas (45.78%) superan los \$50.00 diarios y el 32.37% entre \$45.00 y \$50.00. Por lo que más de las tres cuartas partes de los turistas superan el \$45.00 diarios durante sus periodos vacacionales en la provincia de Esmeraldas.

Es importante para la realización del proyecto, establecer si el turismo comunitario, actividad practicada en la Comuna Playa de Oro, puede ser una opción para los turistas que visitan la provincia de Esmeraldas. Su aceptación como opción de actividad turística, puede avalar la posibilidad de contar con clientes que demanden este tipo de actividades cuando visiten la provincia. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

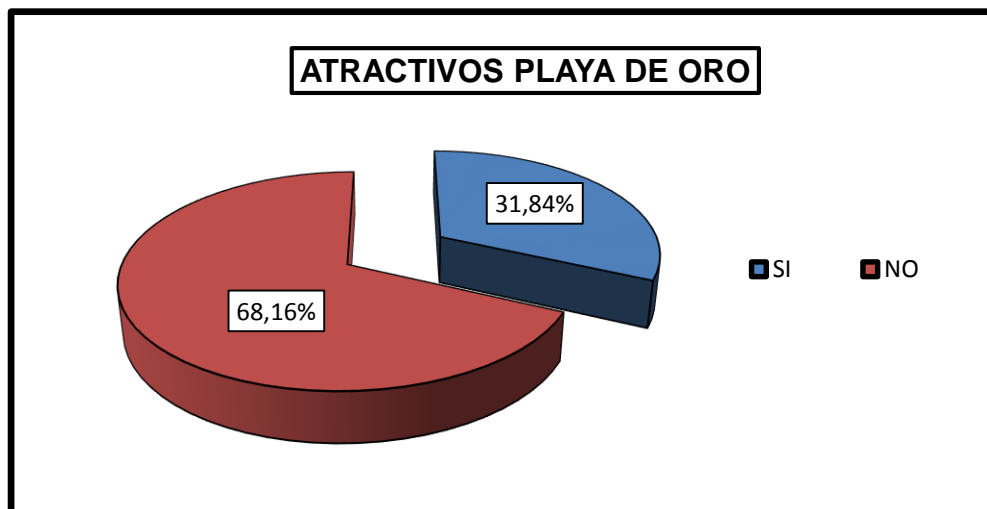
Gráfico #7 Turismo Comunitario como Opción



Aunque los turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, escogen regularmente el turismo de playa, recreacional o gastronómico, es importante establecer que los resultados de esta interrogante, permiten visualizar una gran posibilidad de que el turismo comunitario, pueda ser una opción para la visita familiar o personal de turistas a la provincia.

Por medio de esta interrogante, se buscó determinar si los turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, conocen los atractivos turísticos que tiene la Comuna Playa de Oro, y definir los medios para su promoción entre los visitantes a la provincia. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

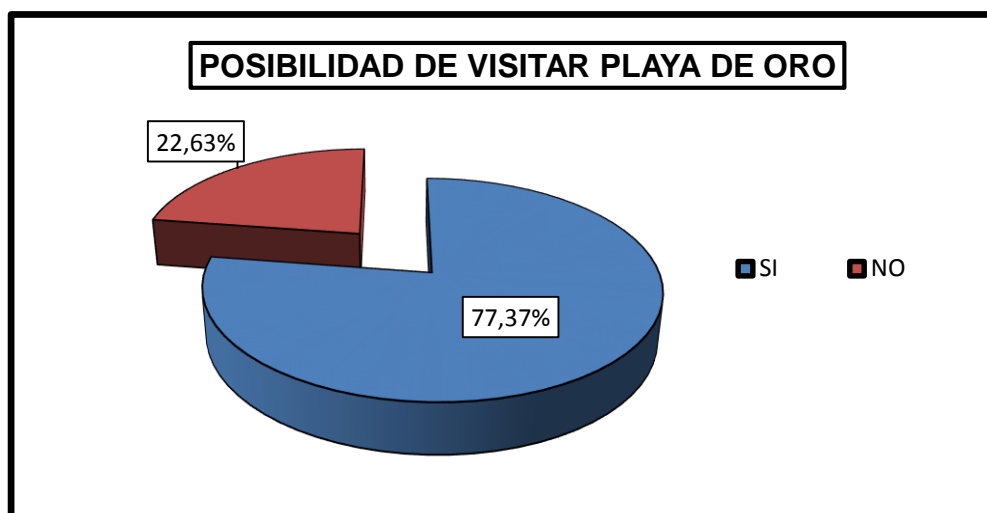
Gráfico #8 Atractivos Turísticos Playa de Oro



Se pudo establecer por medio de los resultados obtenidos, que los turistas desconocen que los atractivos turísticos de la Comuna Playa de Oro, son una gran opción de turismo comunitario en donde se puede estar en contacto directo con la naturaleza, gozar de un ambiente puro, lejos del ruido y la contaminación. Es importante que al implementar el proyecto, se diseñen estrategias que permitan una mayor promoción de estos atractivos que posibiliten a los turistas conocerlos y querer disfrutar de los mismos.

En esta interrogante, se buscó conocer si los turistas, al tener la posibilidad de hospedarse, contar con las respectivas comodidades y pudiendo gozar de una variada y rica gastronomía en la Comuna Playa de Oro, visitarían sus atractivos turísticos. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Gráfico #9 Posibilidad de visitar Playa de Oro



Más de las tres cuartas partes (77.37%) de los turistas que visitan la provincia de Esmeraldas, expresaron que existiendo las condiciones y comodidades para visitar los atractivos turísticos de la Comuna Playa de Oro, tendrían a este lugar como una opción como su destino turístico, puesto que los atractivos que se mencionaron en la interrogante anterior, llaman su atención y dejan la inquietud de querer visitarlos y disfrutar de ellos.

3.1.1.3 Estudio de la Oferta

Para realizar el estudio de la oferta, la presente investigación centró el estudio de la oferta de turismo comunitario y ecoturismo, ya que el sector turístico en el que se encuentra la Comuna Playa de Oro. Para realizar dicho estudio se diseñaron diferentes intervenciones con la finalidad de poder describir la oferta turística real de Playa de Oro, la implicación y apuesta de sus habitantes en la actividad turística y el estudio de la competencia directa e indirecta existente en la zona.

Para obtener toda esta información, se diseñó una encuesta dirigida a las 56 familias que componen la comunidad Playa de Oro, con la finalidad de identificar la percepción de sus habitantes respecto a la viabilidad del turismo como alternativa económica a las prácticas tradicionales y su voluntad de implicación en el desarrollo del proyecto turístico.

Además se realizaron visitas a las comunidades cercanas ubicadas en el mismo cantón Eloy Alfaro, que también ofertan servicios turísticos iguales o similares, y cuyos clientes pueden ser los mismos que los clientes potenciales de la Comuna Playa de Oro.

▪ Descripción de la Oferta Turística de la Comuna Playa de Oro

La comunidad Playa de Oro cuenta con recursos naturales de gran potencial turístico, entre los productos y servicios a ofrecer, están: cabañas ubicadas en el centro poblado que albergan a 22 turistas.

El alojamiento es cómodo y sencillo, contando con diez habitaciones para dos, tres y hasta diez personas con camas individuales, baterías sanitarias en regular estado y área de cocina y restaurante. Además el servicio de guianza acompañado con transporte en lancha, entre otras; es decir que en el Centro de Turismo Comunitario, no se venderá el servicio en sí, sino

se venderá cultura y tradición. En el caso de alimentación no solo se venderá alimentos, sino salud y frescura.

▪ **Apreciación e Implicación de la Comunidad en el desarrollo del Turismo Comunitario**

Hay que destacar que se realizó una encuesta a los habitantes de la Comuna Playa de Oro, para conocer los puntos de vista y la posibilidad de apoyo de la comunidad para el desarrollo del turismo comunitario en la zona.

La muestra tomada en cuenta para este análisis estuvo constituida por los 56 representantes de las familias que habitan en el sector.

▪ **Descripción de la Competencia**

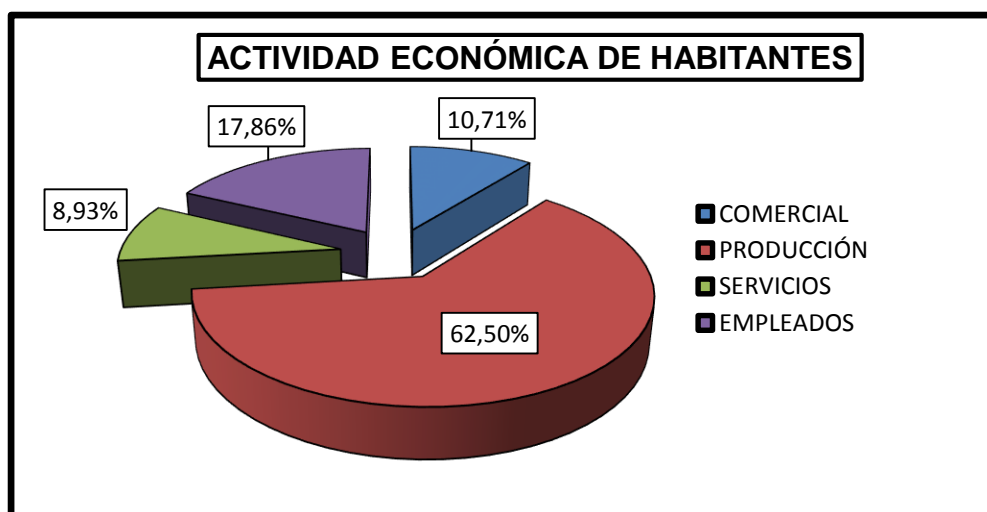
Se llevó a cabo una investigación de mercado con el fin de conocer la competencia, se visitaron dos emprendimientos turísticos comunitarios para realizar una comparación entre sus servicios, productos, precios, mobiliario, instalaciones, etc.

El emprendimiento que se encontró como competencia directa es: Comuna San Miguel, ubicada también en el Cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas. A esta comunidad al igual que a Playa de Oro, se llega vía fluvial, se observan aves, la similitud está intacta en cuanto a los servicios que se dan, como el alojamiento, alimentación, el único valor agregado y que diferencia a la Comuna en estudio es que el lugar es el último asentamiento del Río Santiago y que ha logrado un alto nivel de organización y que pronto se convertirá en uno de los primeros Centros de Turismo Comunitario del norte de la Provincia de Esmeraldas.

En tanto que los resultados de las encuestas fueron los siguientes:

Por medio de esta pregunta, se buscó indagar cuales son las actividades económicas que realizan los habitantes de la Comuna de Playa de Oro para su subsistencia familiar, visualizando preliminarmente las opciones de comercio en tiendas, producción en agricultura, servicios y empleados. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

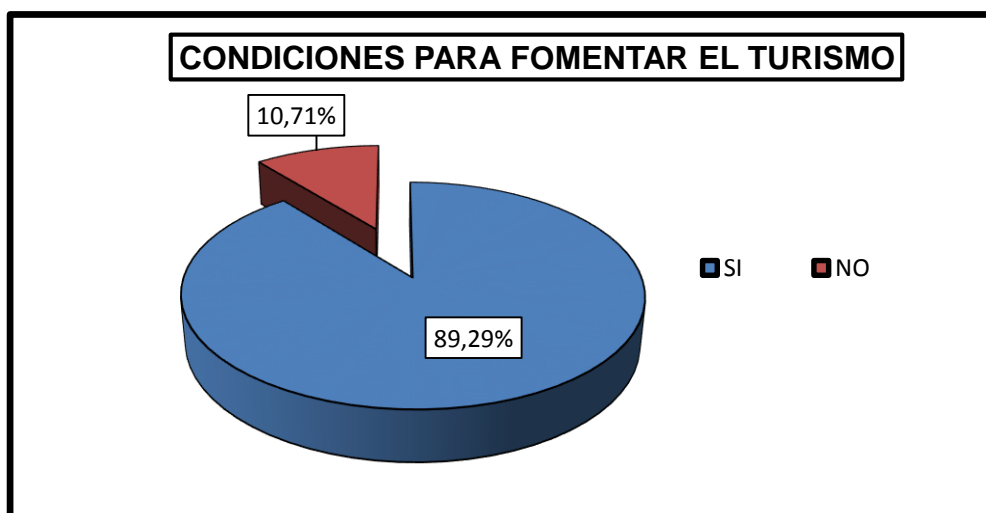
Gráfico #10 Actividad Económica de los Habitantes



Los resultados mostrados en el gráfico, permitieron establecer que la comunidad de Playa de Oro, en su mayoría obtiene los ingresos para su subsistencia, de trabajos productivos en agricultura y ganadería (62.50%), el 17.86% de los habitantes son empleados públicos o privados, mientras que también hay habitantes que se dedican en menor número a la prestación de servicios comerciales en tiendas (10.71%), y atienden un cyber (8.93%).

Es importante conocer si la comuna Playa de Oro, está en condiciones de fomentar el turismo comunitario, para ello se preguntó a los habitantes del sector si los atractivos turísticos naturales y el entorno en general, están en condiciones de recibir turistas y satisfacer sus necesidades y requerimientos, siendo los resultados resumidos en la siguiente tabla:

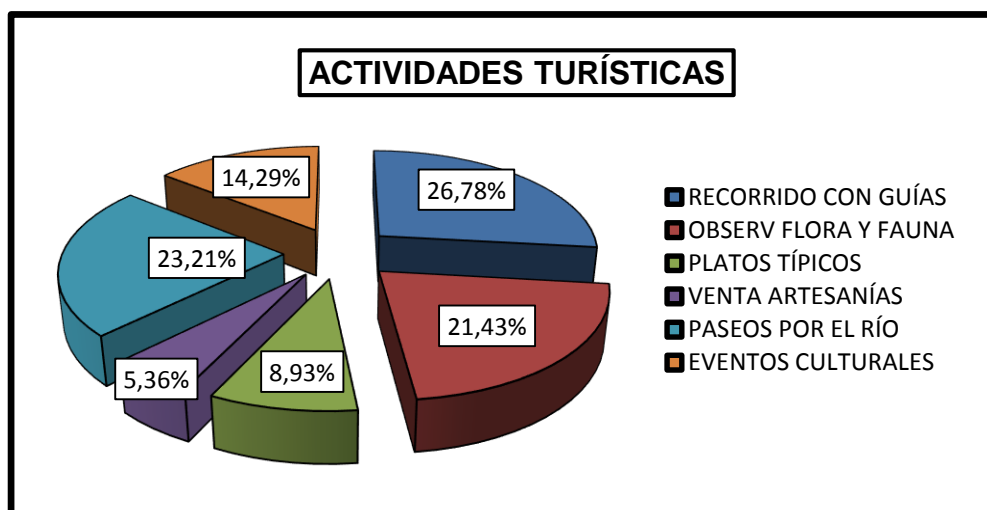
Gráfico #11 Condiciones para Fomentar el Turismo



Los habitantes de la Comuna Playa de Oro (89.29%), consideran que los atractivos turísticos que posee el sector, están en buenas condiciones para ser visitados por los turistas y posibilitar la proyección del turismo comunitario en la comuna.

Luego de conocer que existen las condiciones para proyectar el turismo comunitario en la Comuna Playa de Oro, se procedió a consultar a los habitantes, cuáles serían las actividades turísticas que se podrían llevar a cabo en el sector, estableciendo varias opciones, las que según el criterio de los encuestados son las siguientes:

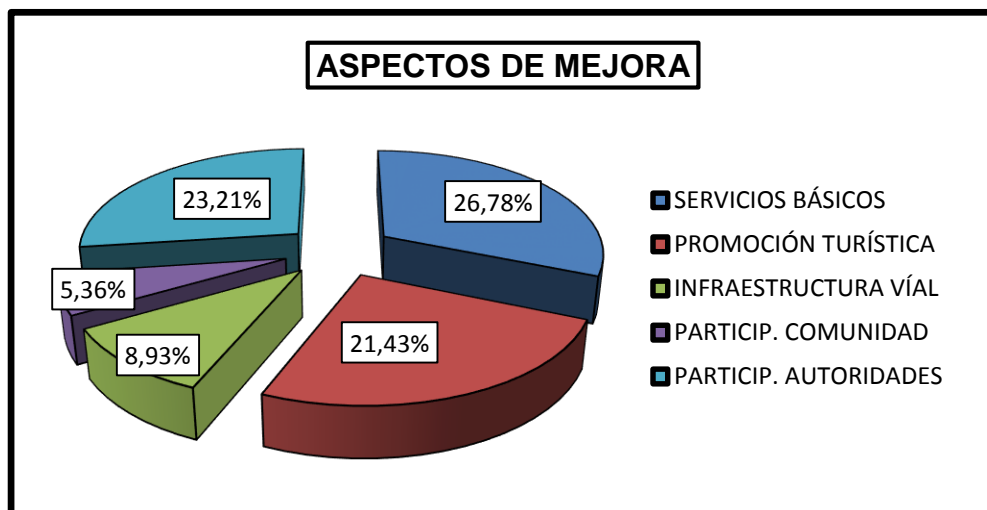
Gráfico #12 Actividades Turísticas en la Comuna Playa de Oro



Los resultados mostrados en el gráfico permiten visualizar que las principales actividades de turismo comunitario que se podrían realizar en la Comuna Playa de Oro son el recorrido con guías nativos (26.78%), la observación de flora y fauna (21.43%), los paseos por el río (23.21%) y la realización de eventos culturales como bailes de marimba, danza, etc. en un 14.29%. En menor proporción se fomentan actividades turísticas como la degustación de platos típicos y la venta de artesanías engloban un 14.29% de las preferencias.

Por medio de esta interrogante, se buscó determinar qué aspectos consideran los habitantes, se deberían mejorar para que se pueda fomentar el turismo comunitario en la Comuna Playa de Oro. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

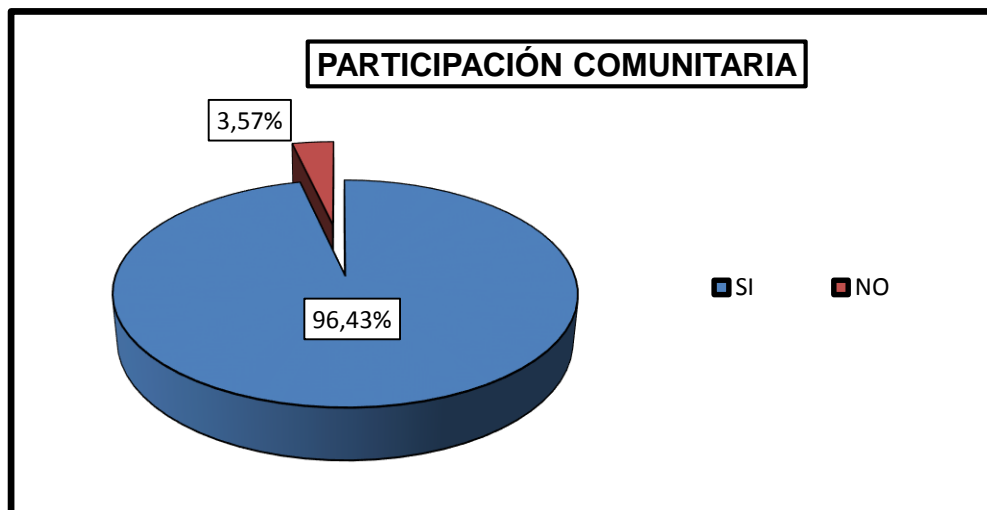
Gráfico #13 Aspectos a mejorar en la Comuna Playa de Oro



Los resultados mostrados en el gráfico, permiten establecer que los principales aspectos que deberían mejorarse para proyectar el turismo comunitario en la Comuna Playa de Oro, sería una mayor promoción de los atractivos turísticos existentes y una más efectiva participación de los habitantes de la comunidad en este proyecto de turismo comunitario.

Es importante conocer la predisposición de los habitantes de la comunidad, para buscar alternativas y aunar esfuerzos que permitan el efectivo fomento del turismo comunitario en Playa de Oro. Los resultados obtenidos se presentan en el siguiente gráfico:

Gráfico #14 Participación de la Comunidad



Los resultados del gráfico proyectados, permiten visualizar que el 96.43% de los habitantes de la Comuna Playa de Oro, están plenamente comprometidos a encontrar de forma conjunta y comunitaria, ideas, alternativas y esfuerzos que permitan una proyección efectiva de los atractivos turísticos de la Comuna Playa de Oro.

3.1.1.4 Factores de riesgo

En el entorno del turismo comunitario, se visualizan varios inconvenientes, los mismos que han sido identificados conjuntamente con los miembros de la comunidad, y a continuación se detallan:

- En la actualidad, el Centro de Turismo Comunitario cuenta con infraestructura básica ubicada en la comunidad, la cual da albergue a 22 turistas, pero con el paso del tiempo y falta de mantenimiento las instalaciones se han deteriorado. Sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Esmeraldas, como ente público cuyo fin es el de mejorar las condiciones de vida de la población, ha realizado una inversión por el valor de \$95,084.79 para la rehabilitación de la infraestructura turística hotelera en la comuna Playa de Oro, por lo que el plan de negocios que se proyecta, contará ya con infraestructura física lista para el funcionamiento.
- El mayor limitante que ha enfrentado la comunidad para aumentar la afluencia de turistas, ha sido la inexistencia de una adecuada estrategia de promoción y comercialización.
- En el sector se pueden realizar recorridos guiados para avistamiento de aves, reliquias históricas y otros, pero no existen senderos con señalética adecuada.
- Otro de los problemas que enfrenta la actividad turística en el país, y de manera particular el territorio norte de Esmeraldas, es la inseguridad. En la región norte encontramos tasas más altas de violencia debido a la cercanía con el conflicto armado colombiano.

3.1.1.5 Descripción de la competencia

El emprendimiento que se encontró como competencia directa es: Comuna San Miguel, ubicada también en el Cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas. A esta comunidad al igual que a Playa de Oro, se llega vía fluvial.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las visitas de campo, las dos comunidades tienen semejanzas en los productos y servicios que ofrecen al visitante, mencionando entre ellas: se accede al lugar vía fluvial.

3.1.1.6 Comparación con la competencia

El número de competidores en el área del mercado donde se piensa establecer la actividad turística comunitaria, en relación con el mercado potencial, da un indicador de la necesidad de una empresa consolidada de este tipo. Entre los competidores, encontramos a directos que afectan netamente a la actividad porque ofrecen los mismos productos y servicios que Playa de Oro, y los competidores indirectos que son los que venden productos o servicios a mis clientes, como es el caso del servicio de alimentación que se ofrece en Selva Alegre, el servicio de transporte fluvial que dan las otras comunidades para llegar al sitio, entre otras.

3.1.1.7 Ventajas competitivas

Son aquellas ventajas que tiene la empresa para sobresalir entre las demás del mismo sector o que realicen la misma actividad, estas ventajas se pueden dar en diferentes aspectos de la empresa, por ejemplo, ventaja competitiva en el producto y servicio, en la marca, en el servicio a clientes, en los precios a pagar, en la infraestructura de la ubicación, en el paisaje, en las actividades a realizar, etc.

El centro de Turismo Comunitario, tendrá como ventaja competitiva el hecho de contar con un proceso productivo eficiente que le permite reducir costos, y por ello que sus precios sean más bajos y accesibles, contar con personal debidamente capacitado que le permita brindar una excelente atención al cliente, contar con infraestructura de acorde al sector, utilizando productos del medio permitiendo brindar un servicio cómodo y agradable para los visitantes. Es importante destacar que la ubicación geográfica es un plus lo que permite tener una mayor aceptación de turistas que buscan pasar un tiempo de descanso rodeado de la naturaleza en un sitio privilegiado por ser el último asentamiento a lo largo del río Santiago.

Otra de las ventajas competitivas con la que cuenta Playa de Oro son los recursos naturales que tienen un gran potencial turístico ya que se encuentra en el área de influencia de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, una de las ocho áreas protegidas de la provincia de Esmeraldas, siendo la de mayor extensión geográfica y en mejor estado de conservación. Esta reserva se encuentra ubicada en el hot spot Chocó-Tumbes-Magdalena y dentro del corredor biológico Chocó Manabí, además del corredor de vida Chiles Mataje. Constituye la zona de conservación más importante de los Andes occidentales del Ecuador por pertenecer a la región biogeográfica del Chocó. (Gobierno Provincial de Esmeraldas, 2010).

La idea clave para obtener ventajas competitivas es a través de la diferenciación, al ofrecer productos y servicios novedosos. Por ejemplo, el producto innovador sería la presentación de un plato de comida, servido en materiales autóctonos de la zona, sin descuidar la calidad. Otra ventaja es ser el primer Centro de Turismo Comunitario que ha logrado un alto nivel organizativo en el norte de la Provincia de Esmeraldas, con esta ventaja debemos procurar solidificar la posición de liderazgo y no esperar a que aparezcan competidores.

Finalmente, cabe resaltar que la ventaja competitiva también nos ayuda a encontrar una oportunidad de negocio, por ejemplo, si se ha encontrado una ventaja que consiste en promocionar el lugar por medio de la tecnología, entonces si la empresa aprovecha la tecnología para realizar dicha actividad, se volverá una buena alternativa de negocio.

3.1.1.8 Barreras de entrada

Las barreras de entradas, son aquellos obstáculos que pueden existir al momento de realizar la actividad turística comunitaria, es importante este análisis para no chocar una vez puesta la actividad en movimiento. Los obstáculos identificados fueron los siguientes:

En el caso del transporte fluvial, con la lancha, si se tiene más pasajeros, el costo les disminuye a cada uno de ellos, es así que se refiere a la economía de escala, que se trata de que los costos bajan cuanto mayor producción haya.

La alta inversión de capital, esta se da cuando la actividad económica requiere un capital inicial para operar eficientemente; la falta de experiencia y personal calificado en la actividad es otra de las barreras y que el personal esté capacitado para realizar ese tipo de actividad, ya que son factores claves para alcanzar el éxito.

Otra de las barreras, y una de las más importantes es la parte legal, porque se necesita cumplir con una serie de requisitos especiales para la iniciación de las actividades.

3.1.1.9 Conclusiones de los resultados de Investigación de Mercados

Luego del estudio de mercado realizado se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Esmeraldas, es una provincia con un enorme potencial turístico; sus playas, ríos, cascadas, la naturaleza y su variada gastronomía, la convierten en un destino al que los turistas, personalmente, visitan por lo menos dos veces al año.

- Por lo general, los turistas nacionales o extranjeros que visitan la provincia de Esmeraldas, en promedio gastan más de \$50.00 en su estadía en el destino turístico que visita.
- A pesar de que los turistas optan por visitar las playas de la provincia para disfrutar de su estadía, un gran porcentaje de ellos, expresó que optaría por el Turismo Comunitario como una alternativa al visitar la provincia de Esmeraldas.
- La Comuna Playa de Oro, ubicada en el cantón Eloy Alfaro, al norte de la provincia de Esmeraldas, es una gran opción de turismo comunitario, ya que posee atractivos naturales turísticos, en donde se puede estar en contacto directo con la naturaleza, gozar de un ambiente puro, lejos del ruido y la contaminación, los mismos que están en condiciones de ser visitados por los turistas.
- A más de existir los atractivos turísticos, existe en la comuna Playa de Oro, el Centro de Turismo Comunitario, mismo que cuenta con infraestructura básica para dar albergue a 22 turistas.
- Es importante y necesario que se ejecute un plan de negocios que potencie el turismo comunitario en la comuna Playa de Oro, el mismo que con sus estudios de mercado, técnico y financiero, demuestre su viabilidad para adaptarse al mercado turístico y ser sostenible ambiental y económicamente.

4 Propuesta Alternativa

PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA GESTION DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA PLAYA DE ORO, PARROQUIA LUIS VARGAS TORRES, CANTÓN ELOY ALFARO, PROVINCIA ESMERALDAS.

4.1 Introducción

La comuna Playa de Oro, ubicada en el área de influencia de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, a orillas del río Santiago, reúne las condiciones naturales adecuadas para ser considerada como un potencial destino turístico comunitario.

Hay que destacar que la mencionada reserva ecológica se encuentra ubicada en el hot spot Chocó-Tumbes-Magdalena y dentro del corredor biológico Chocó Manabí, además del corredor de Vida Chiles Mataje, siendo una de las ocho áreas protegidas con las que cuenta la provincia de Esmeraldas. Constituye la zona de conservación más importante de los Andes occidentales del Ecuador por pertenecer a la región biogeográfica del Chocó.

La comuna Playa de Oro, conocida como “La Maravilla del Chocó Ecuatoriano”, es una comunidad que hace más de 17 años se dedica a la actividad del turismo comunitario, caracterizada por la experiencia de lo vivencial, lo ecológico y comunitario, pretendiendo posicionarse como un destino turístico de múltiples atractivos a precios accesibles al mercado turístico nacional e internacional.

La razón de este nuevo enfoque turístico surge del deseo de complacer a los potenciales huéspedes a través de una atención personalizada, así también poner hincapié en el cuidado de la naturaleza, la preservación y el respeto por la cultura local. Por otro lado está el compromiso y deseo inquebrantable de seguir ofreciendo oportunidades para el desarrollo sostenible de la zona.

4.2 Análisis FODA

Tabla #3 Análisis FODA

| FACTORES INTERNOS | |
|--|---|
| Fortalezas | Debilidades |
| <ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos naturales y culturales • Diversificación de productos y servicios comunitarios • Identidad cultural • Productos enfocados en una tendencia actual • Más de 17 años de experiencia empírica en turismo comunitario • Equipo de trabajo con funciones poli funcionales • Territorio legalmente registrado • Apoyo de organismos promotores de turismo comunitario • Marcado interés por concepto de productos autóctonos | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del recurso humano • Conformismo de los pobladores • Promoción del producto turístico • Precios elevados • Administración comunal • Formación de acuerdo a la actividad turística • Adecuación de servicios y equipamiento existentes • Afluencia de turistas |
| FACTORES EXTERNOS | |
| Oportunidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> • Interés de organizaciones y entidades en apoyar el turismo comunitario • Recursos Naturales • Clima favorable • Infraestructura del Centro de Turismo Comunitario • Ubicación geográfica | <ul style="list-style-type: none"> • Fenómenos naturales • Seguridad • Vías de acceso • Disputas por temas ambientales • Competencia dentro de la zona • Servicios básicos • Influencia negativa de costumbres ajenas a la comunidad |

Fuente: Trabajo de Campo / Habitantes

4.2.1 Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA

Tabla #4 Estrategias de Desarrollo FA

| Variable FA |
|--|
| <p>a) Identidad cultural – Influencia negativa de las costumbres ajenas de la comunidad.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Aprovechar la identidad cultural para contrastar los efectos negativos que produce la influencia negativa de costumbres ajenas a la comuna.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Charlas comunitarias de la importancia de la identidad cultural |
| <p>b) Más de 17 años de experiencia empírica en turismo comunitario – Competencia dentro de la zona.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Identificar los pro y los contra que ha tenido la actividad durante todos esos años para fortalecer las actividades y no dejar que la competencia sea un punto fuerte dentro de la actividad</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Observación in situ |
| <p>c) Apoyo de organismos promotores de turismo comunitario – servicios básicos.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Ubicar claramente las deficiencias de servicios que tiene el sector para que con el apoyo de organizaciones que están dispuestas en apostar por el turismo comunitario se pueda crear alianzas para mejorar la calidad.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Informes de las deficiencias de servicios |

Fuente: FODA

Tabla #5 Estrategias de Desarrollo FO

| Variable FO |
|--|
| <p>a) Productos enfocados en una tendencia actual – Interés de organizaciones y entidades en apoyar el turismo comunitario.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Modificar cada cierto tiempo los productos y servicios que se ofrecen a fin de que no resulte una molestia al turista que viaja repetitivamente al sector, augurando que las entidades pongan atención en la Comunidad para dotar de apoyo económico para la realización de actividades.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Inventario de servicios y productos.- Determinar los nuevos gustos y preferencias de los visitantes <p>b) Diversificación de productos y servicios comunitarios – Ubicación geográfica</p> <p>Estrategia:</p> <p>Elaborar propuestas de nuevos productos y servicios tomando de la mano la gran ventaja que tiene el lugar que es la ubicación geográfica</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Propuestas de productos y servicios atractivos al turista. |

Fuente: FODA

Tabla #6 Estrategias de Desarrollo DA

| Variable DA |
|---|
| <p>a) Precios elevados – vías de acceso</p> <p>Estrategia:</p> <p>Formular tácticas a fin formular nuevos precios con un adecuado manejo de costes, en el caso del transporte, ya que no se pueden mejorar de una sola vez las vías de acceso pero si se puede disminuir el impacto del viaje que este tiene.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Elaborar un cronograma de actividades y de costes adecuados |
| <p>b) Afluencia de turistas – Influencia negativa de las costumbres ajenas a la comunidad.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Rechazar de forma completa cualquier aspecto negativo que los turistas lleven a la comunidad, para que en esta no cause afectos y se pueda salir de las manos de la administración.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Realizar asambleas comunitarias con el fin de dar a conocer a las nuevas generaciones de las costumbres y tradiciones. |
| <p>c) Capacitación del recurso humano – fenómenos naturales</p> <p>Estrategia:</p> <p>Predecir algo del futuro es algo imposible, pero lo que se puede lograr es estar capacitado para cualquier suceso que se presente, y más aún se debe estar listo cuando se trabaja con la integridad de las personas</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Chequear artículos de primeros auxilios- Operar de forma inmediata en caso de un evento natural |

Fuente: FODA

Tabla #7 Estrategias de Desarrollo DO

| Variable DO |
|---|
| <p>a) Capacitación de recurso humano – Interés de organizaciones y entidades en apoyar el turismo comunitario.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Demostrar que teniendo un personal capacitado, las empresas tendrán más interés en apoyar económicamente a la actividad turística, es una forma de tener seguridad.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Operar capacitaciones para la ejecución de la actividad turística |
| <p>b) Conformismo de los pobladores – Infraestructura del centro de turismo comunitario</p> <p>Estrategia:</p> <p>Rechazar el conformismo de la población ya que acarrea ideas de dejar como están las cosas, el tener infraestructura acorde a la actividad es algo bueno, pero si no se le da mantenimiento todo se destruye y la inversión principal queda a la deriva.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Reparar mediante adecuaciones la infraestructura del centro, con fondos dotados de la actividad turística. |
| <p>c) Afluencia de turistas – Ubicación geográfica</p> <p>Estrategia:</p> <p>Concluir que no se necesita hacer gran publicidad para promocionar el destino, únicamente con describir el lugar donde está situado, el turista amante de la naturaleza va a quedar encantado con las ofertas de servicio y productos que se le ofrece.</p> <p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none">- Publicidad de boca en boca |

Fuente: FODA

4.3 Objetivos

4.3.1 General

Realizar un Plan de Negocios para mejorar la gestión del Centro de Turismo Comunitario en la comuna Playa de Oro, parroquia Luis Vargas Torres, cantón Eloy Alfaro, provincia Esmeraldas.

4.3.2 Específicos

- Determinar por medio del estudio técnico, los requerimientos técnicos, humanos y materiales para poner en práctica el proyecto.
- Ejecutar un estudio administrativo para el planteamiento de la estructura organizacional y el direccionamiento estratégico del Centro de Turismo Comunitario.
- Establecer por medio del estudio económico financiero los recursos económicos a invertir en el proyecto y determinar la rentabilidad derivada del mismo.
- Medir los impactos que generará la implementación del proyecto en mención.

4.4 Estudio Técnico

▪ **Tamaño**

El Centro de Turismo Comunitario cuenta con tres cabañas situadas en Playa de Oro que posibilita la atención a 22 turistas aproximadamente. Además cuenta con un amplio complejo turístico en la zona de Tigrillo con una capacidad de 24 turistas aproximadamente.

▪ **Localización**

Luego de analizar los diferentes factores que intervienen en la toma de una correcta decisión de la localización del proyecto, se determinó que el Centro de Turismo Comunitario funcionará en la Comuna Playa de Oro, parroquia Luis Vargas Torres, cantón Eloy Alfaro, ya que en este sector, se cuenta con infraestructura suficiente para la adecuada atención de los turistas, misma que recientemente ha sido mejorada por el Gobierno Provincial de Esmeraldas.

▪ **Macrolocalización**

La macrolocalización del proyecto será:

- ✓ **PAIS:** Ecuador
- ✓ **REGIÓN:** Costa Norte
- ✓ **PROVINCIA:** Esmeraldas
- ✓ **CANTÓN:** Eloy Alfaro

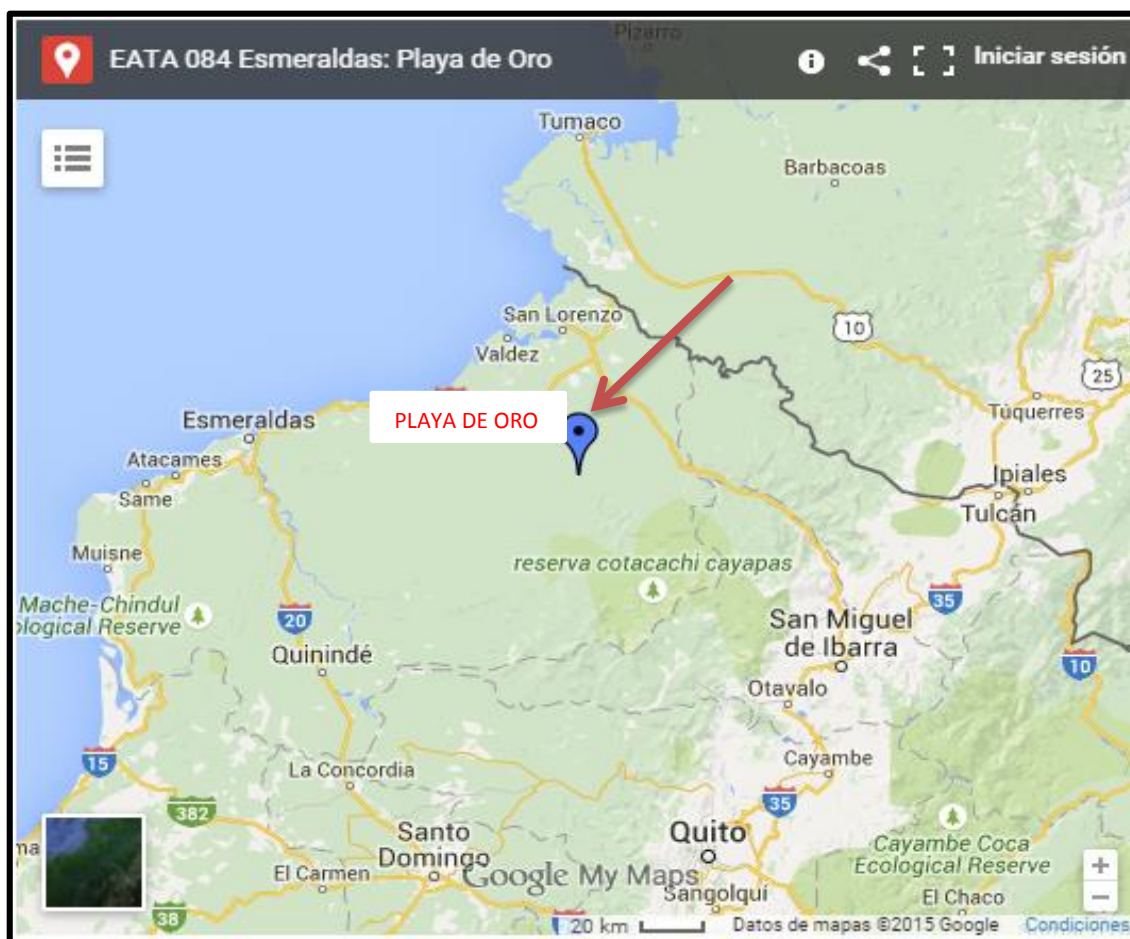
- **Microlocalización**

La microlocalización del proyecto se halla aproximadamente a unos 300 km. de la ciudad de Esmeraldas. Destacando que primero por vía terrestre se llega a Selva Alegre y luego, vía fluvial, en una hora y media se arriba a Playa de Oro.

- ✓ **PARROQUIA:** Luis Vargas Torres
- ✓ **COMUNA:** Playa de Oro

- **Mapa de Ubicación**

Gráfico #15 Mapa de Ubicación



▪ **Requerimiento de Equipos y Materiales para el Servicio**

✓ **Infraestructura**

En la actualidad, el Centro de Turismo Comunitario cuenta con infraestructura básica de tres cabañas ubicadas en la comunidad, la cual da albergue a 22 turistas, pero con el paso del tiempo y falta de mantenimiento las instalaciones se han deteriorado. Sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Esmeraldas, como ente público cuyo fin es el de mejorar las condiciones de vida de la población, ha realizado una inversión por el valor de \$95,084.79 para la rehabilitación de la infraestructura turística hotelera en la comuna Playa de Oro, por lo que el plan de negocios que se proyecta, contará ya con infraestructura física lista para el funcionamiento.

✓ **Muebles y Enseres**

Son aquellos bienes u objetos que servirán para facilitar los usos y actividades que se desarrollarán en el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla #8 Requerimiento de Muebles y Enseres

| MUEBLES Y ENSERES | MEDIDA | CANTIDAD |
|--|---------------|-----------------|
| Escritorio | Unidad | 1 |
| Sillón Gerencial | Unidad | 1 |
| Sillas Tipo Oficina | Unidad | 3 |
| Archivador de 4 gavetas | Unidad | 2 |
| Mesa de Reuniones | Unidad | 1 |
| Mesa para preparar alimentos | Unidad | 3 |
| Camas dobles (elaboradas con materiales de la zona) | Unidad | 9 |
| Camas simples (elaboradas con materiales de la zona) | Unidad | 36 |
| colchones de 2 plazas | Unidad | 9 |
| colchones de 1 plaza | Unidad | 36 |

| | | |
|--|--------|-----|
| Mesas de noche (elaboradas con materiales de la zona) | Unidad | 9 |
| Lámparas de mesa | Unidad | 9 |
| Mesas con silla | Unidad | 9 |
| Cobijas | Unidad | 180 |
| Juegos de sábanas (36 de dos plazas y 144 de una plaza) | Unidad | 180 |
| Cobertores para colchón (18 de dos plazas y 72 de una plaza) | Unidad | 90 |
| Juegos completos de toallas | Unidad | 216 |
| Almohadas | Unidad | 99 |
| Armadores | Unidad | 216 |
| Basureros | Unidad | 20 |
| Hamacas (elaboradas con materiales de la zona) | Unidad | 10 |
| Sillas perezosas (elaboradas con materiales de la zona) | Unidad | 10 |
| Roperos (elaborados con materiales de la zona) | Unidad | 10 |
| Repisas para baños | Unidad | 10 |
| Espejos para baños | Unidad | 10 |

✓ Equipos y Utensilios de Cocina

Por medio de estos objetos, se podrán realizar las tareas referentes a la prestación de servicios de alimentación a los clientes que visiten el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla #9 Requerimiento de Equipos y Utensilios de Cocina

| UTENSILIOS DE COCINA | MEDIDA | CANTIDAD |
|--------------------------------|--------|----------|
| Batidora | Unidad | 1 |
| Licuadaora | Unidad | 1 |
| Horno | Unidad | 1 |
| Microondas | Unidad | 1 |
| Campana o extractor de olores | Unidad | 1 |
| Congelador | Unidad | 1 |
| Enfriador | Unidad | 1 |
| Fregadero de platos industrial | Unidad | 1 |
| Cocina industrial | Unidad | 1 |
| Tanques de gas | Unidad | 4 |

| | | |
|----------------------|--------|----|
| Sartenes | Unidad | 5 |
| Ollas medianas | Unidad | 5 |
| Ollas grandes | Unidad | 5 |
| Ollas de presión | Unidad | 3 |
| Exprimidores | Unidad | 4 |
| Cernidores | Unidad | 4 |
| Tablas de picar | Unidad | 10 |
| Espátulas | Unidad | 4 |
| Cuchillos para carne | Unidad | 3 |
| Cuchillos cebolleros | Unidad | 3 |
| Cuchillos puntilla | Unidad | 3 |
| Cuchillos para pan | Unidad | 2 |
| Cucharones | Unidad | 6 |
| Cucharetas | Unidad | 5 |
| Coladores | Unidad | 2 |
| Peladores | Unidad | 5 |
| Salseros | Unidad | 5 |
| Teteras | Unidad | 10 |
| Jarros cervecedores | Unidad | 20 |
| Copas de vino blanco | Unidad | 20 |
| Copas de vino tinto | Unidad | 20 |
| Copas de agua | Unidad | 40 |
| Copas de postre | Unidad | 40 |
| Vasos para jugo | Unidad | 60 |
| Copas para brandy | Unidad | 10 |
| Copas para coñac | Unidad | 10 |

✓ Equipos de Computación

Representan las computadoras que se utilizarán en el Centro de Turismo Comunitario para el registro de las operaciones derivadas de la actividad de la organización.

Tabla #10 Requerimiento de Equipos de Computación

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | MEDIDA | CANTIDAD |
|-------------------------------|---------------|-----------------|
| Computador de Escritorio | Unidad | 1 |
| Computador Portátil | Unidad | 1 |

✓ Equipos de Oficina

Se refiere al conjunto de máquinas y dispositivos que se necesitarán para llevar a cabo tareas administrativas del Centro de Turismo Comunitario.

Tabla #11 Requerimiento de Equipo de Oficina

| EQUIPOS DE OFICINA | MEDIDA | CANTIDAD |
|---------------------------|---------------|-----------------|
| Impresora | Unidad | 1 |
| TV LCD 32` | Unidad | 1 |
| DVD | Unidad | 1 |
| Proyector | Unidad | 1 |
| Parlante Amplificador | Unidad | 1 |

✓ Suministros de Oficina y Limpieza

Es el material que se adquirirá para usar en las actividades administrativas del Centro de Turismo Comunitario, tales como esferos, clips, grapas, lápices, papel, entre otros, que tiene su existencia para consecutivamente gastarlo en la medida en que sea necesario.

Tabla #12 Requerimiento de Suministros de Oficina y Limpieza

| SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA | MEDIDA | CANTIDAD |
|--|---------------|-----------------|
| Papel Bond | Resma | 2 |
| Esferos | Caja | 1 |
| Grapadora | Unidad | 1 |
| Perforadora | Unidad | 1 |
| Tintas Impresora | Unidad | 2 |
| Clips | Caja | 5 |
| Grapas | Caja | 5 |
| Jabón Líquido | Galón | 10 |
| Papel Higiénico | Paquete de 24 | 30 |
| Ambientales | Unidad | 20 |
| Desinfectantes | Galón | 10 |
| Fundas de Basura | Paquete de 10 | 30 |

✓ **Talento Humano / Mano de obra**

Se refiere al personal tanto administrativo y operativo que necesitará el Centro de Turismo Comunitario para desarrollar sus actividades organizacionales con normalidad y cumplir con los requerimientos de los clientes que visitan el lugar.

Tabla #13 Requerimiento de Talento Humano

| TALENTO HUMANO | MEDIDA | CANTIDAD |
|--------------------------|---------------|-----------------|
| Administrador General | Personas | 1 |
| Coordinador Contabilidad | Personas | 1 |
| Coordinador Hospedaje | Personas | 1 |
| Ayudante Hospedaje | Personas | 1 |
| Coordinador Alimentación | Personas | 1 |
| Ayudante Alimentación | Personas | 1 |

| | | |
|---------------------------|----------|---|
| Coordinador Guías | Personas | 1 |
| Ayudante Guías | Personas | 1 |
| Coordinador Mantenimiento | Personas | 1 |
| Ayudante Mantenimiento | Personas | 1 |

4.4.1 Estudio Administrativo

4.4.1.1 Direccionamiento Estratégico

- **Razón Social**

El nombre establecido para el Centro de Turismo Comunitario quedará estipulado como: “Playa de Oro, la maravilla del Chocó Ecuatoriano”.

- **Misión**

“Playa de Oro, la maravilla del Chocó Ecuatoriano”, ofrece servicios de hospedaje, alimentación, guianza, recorridos turísticos, presentaciones artísticas, cuentos narrativos y transporte de calidad, en un entorno turístico privilegiado, con la finalidad de generar un turismo comunitario de conciencia ecológica, y de respeto al medio ambiente.

- **Visión**

En cinco años, potenciar el turismo comunitario y ecológico de Playa de Oro como alternativa de destino turístico de calidad en el servicio e innovación, fortaleciendo la organización comunitaria con capacidades de sostenibilidad orientadas al intercambio cultural y al bienestar de la comunidad con los visitantes.

- **Objetivos**

Estratégicos

- ✓ Mejorar el manejo del turismo comunitario.

- ✓ Crear conciencia en la comunidad de que la explotación turística de la zona no solo les genera ingresos sino que es un medio para preservar los recursos naturales.
- ✓ Establecer una fuente de ingresos sostenible en el tiempo a través de un buen manejo de los recursos que poseen.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos a fin de que oferten el turismo ecológico y comunitario como opción al destino de sol y playa.
- ✓ A través de la actividad del turismo comunitario, generar mayores fuentes de empleo para sus habitantes, evitando así la migración.
- ✓ Mantener las actividades ganaderas y agrícolas de la zona, permitiendo un aprovechamiento de estas en la actividad turística.
- ✓ Cubrir las necesidades y expectativas de los turistas ofreciendo servicios de calidad a precios accesibles.

Objetivos del Plan de Negocios

- ✓ Realizar un Estudio de Mercado para determinar la oferta y la demanda, el análisis de precios y la situación actual del turismo en la Comuna Playa de Oro.
- ✓ Establecer una estructura organizativa y administrativa, que permita potenciar los atractivos turísticos de la zona.
- ✓ Por medio de charlas dirigidas a los comuneros, incentivar a la conservación de los recursos naturales, cultura y tradiciones con el fin de que resulte un atractivo más dentro de los servicios y productos que ofrece este tipo de turismo.
- ✓ Mediante los atractivos turísticos, la calidad del producto y servicio que ofrece la comunidad, lograr el reconocimiento a nivel nacional e internacional de Playa de Oro y la actividad comunitaria que se realiza.
- ✓ Estrechar alianzas entre los pobladores, logrando establecer mecanismos de protección, para que la oferta turística de la comuna brinde servicios y productos únicos en la zona.

▪ **Modelo de Negocio**

Playa de Oro, “La Maravilla del Chocó Ecuatoriano”, es una empresa dedicada hace más de 17 años a la actividad del turismo comunitario, caracterizada por la experiencia de lo vivencial, lo ecológico y comunitario, pretendiendo posicionarse como un destino turístico de múltiples atractivos a precios accesibles al mercado turístico nacional e internacional.

La razón de este nuevo enfoque turístico surge del deseo de complacer a los potenciales huéspedes a través de una atención personalizada, así también poner hincapié en el cuidado de la naturaleza, la preservación y el respeto por la cultura local. Por otro lado está el compromiso y deseo inquebrantable de seguir ofreciendo oportunidades para el desarrollo sostenible de la zona.

La disposición de una infraestructura acorde a los servicios que se ofrecen asegura el confort de nuestros huéspedes. El punto de diferenciación de esta propuesta de turismo ecológico o ambientalmente sustentable, es un turismo especializado que busca lo auténtico, la naturaleza en su esencia y la cultura como experiencia. De esta manera se acogerán viajeros de todas partes, impulsando la cultura del campo y el disfrute de paisajes naturales. En la Comuna Playa de Oro se toma muy en serio el término “ambientalmente sustentable” el cual es aplicado dentro de sus posibilidades en cada aspecto del servicio y de la infraestructura ofrecida.

▪ **Oportunidad de Negocio detectada**

La captación de clientes que buscan una propuesta de mayor calidad cumpliendo sus expectativas de mejor forma que las existentes en la zona, ya que a pesar de los grandes atractivos, estos no son explotados de la manera adecuada; además la Comuna Playa de Oro tiene una gran superficie natural y con poca densidad poblacional.

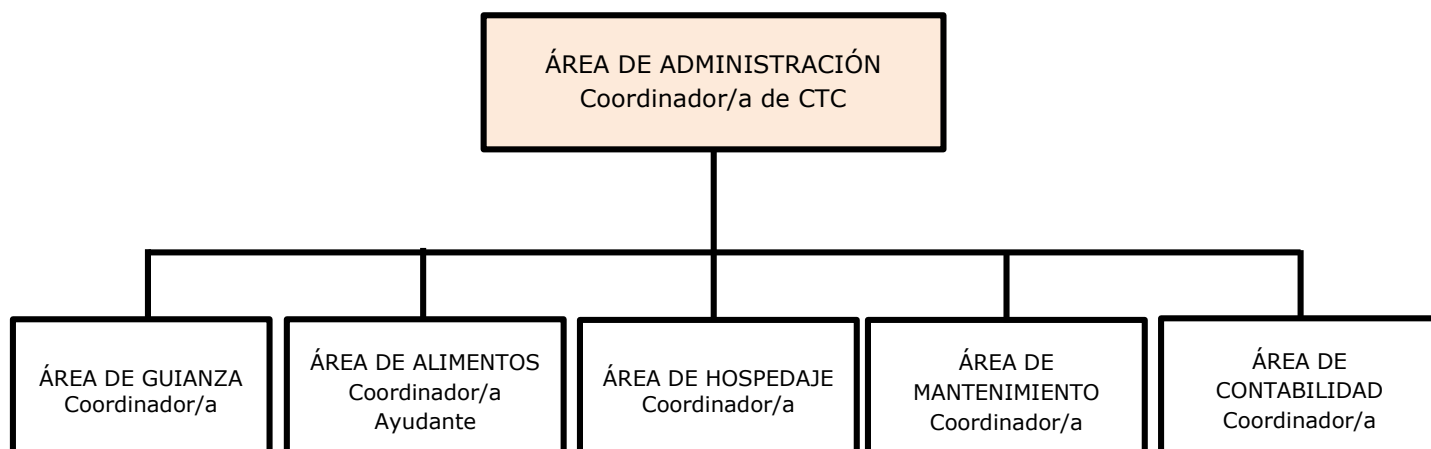
Está también la estabilidad económica y tendencia al crecimiento de turismo como fuente de ingreso para el país, así como la promoción que el estado se encuentra realizando a nivel internacional a través de los proyectos y programas ejecutados por el Ministerio de Turismo de los encantos turísticos del Ecuador. Y lo más importante, la tendencia mundial hacia lo ecológico y el interés de capitales extranjeros en el financiamiento de este tipo de proyectos. Cabe señalar además el flujo de llegadas de turistas internacionales al Ecuador en el 2013 es de 1364,057 turistas al año, siendo enero (130.843), julio (138.138), agosto (112.569) y diciembre (136.798) (INEC, Julio 2014).

▪ Organigrama Estructural

Se ha tomado como referencia para la elaboración de este organigrama estructural, al Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador, según las necesidades de la comunidad, en su apartado N° 3, que se refiere a las Áreas de Gestión de los Centros de Turismo Comunitario.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico #16 Organigrama Estructural



Fuente: Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario en el Ecuador – Año 2011
Elaborado por: Autora

Descripción de Funciones

Tabla #14 Descripción de Áreas y Funciones

| Área | Funciones |
|------------------------|---|
| Administración del CTC | <ul style="list-style-type: none"> . Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos del CTC. . Recibir y registrar llamadas . Coordinar tours con el equipo de trabajo . Dar información de los servicios que presta el CTC. . Organizar y dirigir reuniones periódicas con el personal. . Conceder, certificar y justificar faltas, atrasos y enfermedades del equipo. . Encargarse de la publicidad. . Hacer recorridos periódicos por las instalaciones. |
| Guianza | <ul style="list-style-type: none"> . Preparar las condiciones más favorables para el tour. . Cuando los turistas lleguen a la comunidad, invitar a una bebida si la hay, explicar sobre el viaje y preguntar por sus intereses y sus expectativas. . Coordinar la alimentación de los visitantes a su cargo. . Velar por la protección y respeto del medio ambiente. |
| Alojamiento | <ul style="list-style-type: none"> . Conducir a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y vigilar que tengan lo necesario. . Ser el responsable de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños. . Ser el encargado del lavado y planchado de la lencería de las habitaciones y el restaurante / comedor. . Proveer a las habitaciones y al restaurante la lencería necesaria. |

| | |
|----------------------|--|
| <p>Mantenimiento</p> | <ul style="list-style-type: none"> . Vigilar el adecuado funcionamiento de toda la infraestructura, accesos y senderos. . Velar por el mantenimiento y ser el encargado del funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones, maquinaria, mobiliario. . Proveer a los coordinadores de alojamiento, alimentos y bebidas, materiales y equipos de limpieza. |
| <p>Contabilidad</p> | <ul style="list-style-type: none"> . Llevar un inventario actualizado de los bienes, valores y obligaciones del CTC. . Llevar de forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago. . Presentar al coordinador informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero. . Ser responsable de vigilar el pago de los sueldos a los integrantes del equipo de gestión. . Manejar transacciones de dinero en efectivo o cheques. . Declarar impuestos al SRI. . Chequear roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros. |

Fuente: Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador
Elaborado por: Autora

▪ **Equipo Comunitario**

El equipo para esta iniciativa comunitaria está conformado por miembros de la comunidad, en el siguiente cuadro se refleja el grado de participación de acuerdo a las actividades turísticas. Se realiza cambios cada cierto tiempo de personas que están a cargo de las responsabilidades de cada área, en donde también se eligen al comité directivo de la Comuna.

Tabla #15 Equipo Comunitario

| Nombre | Responsabilidad |
|---|-----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Clemente Ayoví Arroyo • Yomaira Vernaza Medina • Jennifer Valencia Arroyo | Guianza |
| <ul style="list-style-type: none"> • Carmen Arroyo Corozo • Yadira Medina Ayoví • Damián Arroyo Medina | Alimentación |
| <ul style="list-style-type: none"> • Abigail Ayoví Arroyo • Katuska Arroyo Ayoví • Jonathan Arroyo Medina | Hospedaje |
| <ul style="list-style-type: none"> • Wixon Ayoví Caicedo • Jorge Moor Medina • Cesar Arroyo Arroyo | Mantenimiento |
| <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Arroyo Corozo • Ramón Caicedo Ayoví • Iván Ayoví Ayoví | Contabilidad |

Fuente: Reuniones Comunitarias
Elaborado por: Autora

▪ Alianzas Estratégicas

Para lograr un mejor desarrollo del servicio turístico es necesario establecer alianzas entre distintas organizaciones, lo cual permitirá compartir información, experiencias, proceso de producción y hasta la misma competencia, pero sobre todo se busca llegar a otros mercados, además crear barreras de entrada y dar soluciones a las necesidades de los clientes. Hay que tomar en consideración que cuando se hace una alianza estratégica, se comparten las dificultades que se presentan, con el resultado de ir hacia un beneficio común. A estas sociedades también se las conoce como matrimonios empresariales.

Las empresas proveedoras de servicios la constituyen: empresas turísticas comunitarias, guías nativos y especializados, familias y comunidades dedicadas a la prestación de los servicios turísticos.

Para la ejecución del turismo comunitario en Playa de Oro se necesita pactar con distintas empresas e instituciones como la Dirección Provincial de Turismo de Esmeraldas, enfocada en realizar operativos de control y efectuar regulaciones a establecimientos turísticos; con operadoras de turismo a nivel nacional con el resultado de viajar con tranquilidad y realizar actividades de respeto al medio ambiente.

Con el Ministerio del Ambiente, por medio del programa Socio Bosque, que busca la protección de los bosques a través de la entrega de incentivos económicos a comunidades que se comprometen voluntariamente a la conservación y protección de los bosques nativos.

Con los diferentes medios de comunicación como la radio, prensa escrita y televisión con el fin de hacer publicidad del centro de turismo comunitario; crear anexos con los medios de transporte fluvial, aéreo y terrestre que se dediquen al transporte de turistas de manera ágil y comprometida.

Con la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE que busca el mejoramiento de la calidad de vida a través de la defensa de los territorios y la valoración de los patrimonios; con el Ministerio de Turismo, MINTUR, para ejercer la rectoría, planificación, regulación, control, promoción y difusión del destino turístico.

Con el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CONDEPE, que ejecuta políticas para fortalecer a las Nacionalidades y Pueblos, promoviendo la vivencia de la interculturalidad y que contribuye a la relación equilibrada con la tierra; con la Organización Internacional del Trabajo, OIP, que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y a las relaciones laborales.

Con el Programa de Desarrollo Rural del Norte, PDRN, que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población rural de la zona norte del Ecuador; con la Cooperación Técnica Alemana, GIZ, que apoya e implementa proyectos y programas de desarrollo promoviendo medidas económicas y cambios estructurales, prestando asesoramiento para asistir a los procesos de reforma; con las distintas universidades, con las cuales se firmaron convenios de apoyo con capacitaciones sobre los distintos ambientes del turismo comunitario, entre otros.

4.4.1.2 Aspectos Legales, Jurídicos y Fiscales

▪ Antecedentes de Actividad Turística Comunitaria

En este apartado se presenta una breve reseña de la actividad turística comunitaria, mencionando los productos y servicios ofrecidos, también se indica de manera muy general la organización de la comunidad.

La comunidad Playa de Oro cuenta con más de 17 años de experiencia en la prestación de servicios turísticos, a continuación se enlistan algunos de los productos y servicios ofrecidos:

- Alojamiento
- Transporte
- Gastronomía
- Avistamiento de aves
- Presentación de marimba, arrullos y chigualos

Es importante destacar que los propios comuneros son los que ejercen la actividad y es por eso que a la acción se la considera comunitaria ya que todos los ingresos que se tienen por la actividad turística son repartidos en beneficio de toda la comunidad, hayan o no hayan intervenido en la actividad económica, estos fondos se los utiliza para mejorar la calidad de vida de cada uno de sus habitantes tanto en educación, salud, entre otros.

La comunidad recibe apoyo por parte de instituciones gubernamentales y no gubernamentales tales como el GADPE, Socio Bosque, la Fundación Altrópico, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, entre otros.

En la actualidad existen inconvenientes a la hora de la comercialización de los productos y servicios, lo que induce a la falta de afluencia de turistas, provocando el deterioro de las instalaciones por el paso del tiempo.

Su accesibilidad para poder llegar a la Comunidad desde Selva Alegre que es el último punto al cual se llega por vía terrestre, está efectuada por vía fluvial mediante lanchas a motor de la comunidad, aproximadamente el tiempo de llegada es de 45 minutos por el río Santiago aguas arriba.

En el norte de la provincia de Esmeraldas, una parte del pueblo afro-ecuatoriano, se asienta en comunidades ubicadas a lo largo de los ríos, muchos de ellos grandes y caudalosos, que para muchas comunidades es la única vía de acceso hacia otras comunidades y sobre todo sirve como una fuente de subsistencia. Es importante destacar la agricultura, que es otra de las actividades de sostén, los comuneros llevan algunos de los productos al mercado más cercano, Borbón, para poder comercializarlos.

El producto más comercializado es la madera, aunque existen prohibiciones para la tala. La base en los pueblos afro, se radica en la yuca, el plátano verde y el arroz, que en conjunto con la caña de azúcar y variedad de frutales, se convierten en la base de alimentación. Algo que llama mucho la atención de los visitantes es, que junto a las casas mantienen pequeños cajones donde siembran hierbas medicinales y hortalizas. La actividad pesquera se la realiza con trasmallo, catanga, atarraya o anzuelo.

Los instrumentos musicales para las festividades y en menor grado para el mercado: el bombo, el cununo, el guasá, el redoblante, la marimba; son las artesanías que se ofrecen, pero por la baja demanda de estos productos, por lo general se realizan bajo pedido. Además, elaboran canoas, y las mujeres adultas y jóvenes lavan oro extraído del río.

La economía del sector es básicamente de sustento, por lo que no existe el trabajo bajo un salario; es por ello, que en los últimos años se ha incursionando en la actividad turística, ofreciendo guianza turística por la reserva Cotacachi-Cayapas y alojamiento en cabañas que fueron construidas por el proyecto SUBIR, ejecutado por la OHG norteamericana CARE, en el tiempo de su presencia y actividad en la zona.

Las familias asentadas desde la época colonial en el espacio territorial de la comuna, constituye la base organizadora y un espacio de convivencia comunitaria. En cuanto a la organización comunitaria está representada por los dirigentes de las comunidades, y por la junta parroquial. Manteniendo la estructura de la comuna, con el cabildo a la cabeza.

En este apartado hablando de lo que respecta a lo legal, la Comuna Playa de Oro, está constituida como una organización comunitaria, según el Art. 1 del Capítulo 1, del estatuto de la Comuna Playa de Oro, amparado en la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica y Régimen de Comunas y, demás normas jurídicas. Es una organización comunitaria Afroecuatoriana, por lo tanto protegida por el Convenio 107 de la organización Internacional del Trabajo (O.I.T.). La Comuna Playa de Oro es una persona jurídica con capacidad legal para suscribir Convenios, Contratos y otros instrumentos jurídicos, a nivel nacional e internacional, que le permitan a su socio y organizador la realización de sus objetivos y fines.

En el literal c, artículo 7, capítulo II nos indica que la Comuna Playa de Oro desarrollará procesos productivos que les permitan gestionar su desarrollo social, económico y político. Y en el literal d, del mismo artículo nos indica que la Comuna es de propiedad de la organización, por lo tanto ni sus socios, ni la dirigencia, ni ninguna persona particular podrá disponer de ella a su antojo, la tierra es de uso comunitario y o podrá ser vendida o arrendada.

▪ **Reconocimiento Legal de Comuna**

La legalización reconocida por la secretaria de pueblos y nacionalidades, está referida a la codificación 2004 - 04 de la Ley de Organización y Régimen de Comunas. De acuerdo con lo dispuesto en el número 2 del Art. 139 de la Constitución Política de la República, del Título 1, en su Art. 1, se sustenta en el establecimiento y nominación de las comunas que se refiere al nombre que se le da a todo centro poblado que no tenga categoría de parroquia, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare, es por ello que al lugar en estudio en donde se ejecutará el proyecto, se la conoce como Comuna Playa de Oro.

Cumpliendo con el Art. 3 de la Ley Orgánica de Comunas, éstas adquirirán personería jurídica, por el solo hecho de atenerse a ella, y administrativamente las comunas dependen del Ministerio de Agricultura y Ganadería, según lo detalla en el Art. 4 de la misma ley, en donde los derechos que la Ley concede a las comunas, estarán supervisados y dirigidos por el indicado Ministerio.

Del mismo modo el Art. 6 de la Ley Orgánica de Comunas, detalla que los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc. Y que los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes como detalla en su Art. 7. Igualmente se llevará un Libro de Inventarios de los Bienes que en común posea la comuna, según el modelo que, impreso, proporcionará el Ministerio de Agricultura y Ganadería, esto se detalla en el Art. 10 refiriéndose al inventario de bienes colectivos.

▪ **Patentes y Marcas**

En este apartado detallamos la importancia de registrar algún elemento y de tener una marca que represente a la actividad turística. Para ello es necesario hacer el registro en el Instituto

Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Este instituto es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones. La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, símbolos, nombres, imágenes, dibujos y modelos utilizados en el comercio (IEPI, 2014).

Para ello se pone como certificado la siguiente marca de Playa de Oro, con su slogan: la maravilla del chocó ecuatoriano, que no es más que la base sobre la cual se constituye la imagen de la empresa, la distinción y la diferenciación del atractivo, haciendo que los clientes noten la calidad del servicio y la procedencia del mismo.

Gráfico #17 Logo del Centro de Turismo Comunitario

Gráfico N° 17

Logo



▪ **Requisitos Municipales**

Se debe visitar el Gobierno Descentralizado Municipal del cantón Eloy Alfaro a fin de tener el permiso de funcionamiento, para ello se requieren las siguientes exigencias:

- ✓ Solicitud del permiso de funcionamiento
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia del cédula a color y certificado de votación de las últimas elecciones

▪ **Requisitos Servicio de Rentas Internas**

De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, deben inscribirse en el SRI, todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos. Para ello es necesario lo siguiente:

Personas Naturales

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Sociedades

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

▪ **Requisitos Ministerio de Turismo**

De acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo, todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año.

Requisitos

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

▪ **Requisitos Cámara de Turismo**

La finalidad es mejorar el ambiente de negocios y el turismo del Ecuador, brindando servicios diferenciados que satisfacen las necesidades de sus socios, mediante la gestión de información, el trabajo en equipo y el mejoramiento continuo.

Requisitos

- ✓ Llenar el formulario de afiliación – código FO-ATT-04v4

Personas Naturales

- ✓ Copia de la cédula de Ciudadanía del Representante Legal.
- ✓ Copia del Certificado del Registro del Min. De Turismo
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Cancelar la cuota de afiliación

Personas Jurídicas

- ✓ Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta
- ✓ Copia del último aumento de Capital (si hubiese)
- ✓ Copia del nombramiento del Gerente y de Presidente
- ✓ Copia del certificado de Registro del Min. De Turismo
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Cancelar cuota de afiliación

4.4.2 Estudio Operativo

4.4.2.1 Productos / Servicios

▪ Descripción del Producto

El Centro de Turismo Comunitario, está dirigido hacia un público local, nacional e internacional que busquen como alternativa de esparcimiento y descanso al turismo comunitario, el cual tiene la finalidad de brindar servicios y productos de acuerdo a las necesidades de cada cliente con un valor agregado que distinga a los otros emprendimientos del que se expone.

A continuación se detallan cada uno de los servicios y productos que están a disposición para cada cliente. Cabe destacar que cada una de las actividades a realizar en el CTC estará acompañada de un guía, desde la llegada de visitantes hasta la salida.

▪ Cabañas

Aunque existen en la zona, dos lugares en donde se fomenta el turismo comunitario, uno en la comuna Playa de Oro y otro en la zona de Tigrillo (Playa Rica, a menos de 30 minutos en canoa de la comuna), el presente proyecto se enfoca en el Centro de Turismo Comunitario de la comuna Playa de Oro, en donde existen a disposición de los visitantes tres cómodas cabañas con una capacidad de 22 pax en su interior; camas apropiadamente adecuadas con sábanas, colchas, mosquitero con el fin de brindar comodidad que el cliente busca al momento de hospedarse, sin dejar atrás que éstas han sido construidas y adecuadas con materiales de la zona, apuntando hacia la sostenibilidad del ambiente.

- **Alimentación**

Se ofrecen platos acorde a la gastronomía del sector, utilizando productos autóctonos que se encuentran en el medio como los mariscos, pescados, frutas, tubérculos, entre otras, que además se encuentran a disposición del cliente.

- **Paseos en lancha**

El paseo ha sido diseñado para recorrer el río Santiago aguas arriba, acompañando de un guía nativo; partiendo en embarcaciones comunitarias, se navega durante una hora y media, dependiendo de la afluencia del río, durante el recorrido hay la posibilidad de observar algunas de las especies endémicas como monos, aves, entre otras. Estos paseos también se realizan por los diferentes atractivos turísticos que posee la zona, entre las cuales se destacan la Catedral, el Tigre, la Paila de Alquitrán, cumpliendo debidamente con los requisitos para tener un buen viaje.

- **Actividades de entretenimiento**

Con una amplia gama de actividades el Centro de Turismo Comunitario de Playa de Oro, ofrece una experiencia única de ocio, diversión, relax y bienestar. Durante el día se pone a disposición del visitante un amplio abanico de actividades, excursiones organizadas y propuestas culturales, gastronómicas y lúdicas, que se refieren a la dramatización de cuentos trabajados por niños, que harán de su permanencia un viaje inolvidable. El disfrute de la estadía en el Centro puede realizarlo solo, en pareja, en familia o en grupo, ya que cuenta con actividades personalizadas que se adaptan a todas las edades.

▪ **Recorridos por senderos ecológicos**

En este tipo de actividad comprende un recorrido turístico en donde las personas pueden disfrutar de toda la paz, tranquilidad y demás placeres que brinda la naturaleza, con el único objetivo de cuidar los recursos naturales y el medio ambiente, donde los jóvenes guías imparten a los visitantes charlas de educación e interpretación ambiental en forma amena a través de juegos ecológicos.

▪ **Diseño del Producto**

Un producto nuevo se desarrolló en forma óptima a través de varias etapas para la ejecución de actividades comerciales, por eso es necesario de un logotipo con el cual identificarse y diferenciarse dentro del mercado de la oferta, para lo cual se ha realizado un diseño que engloba las características de la Comuna.

Los productos a ofrecer dentro del Centro de Turismo Comunitario serán condensados por paquetes turísticos que incluyan el alojamiento, alimentación, transporte, recorridos turísticos, actividades de entretenimiento, entre otros; con la finalidad de brindar a cada persona facilidad al momento de elegir este destino como su favorito, ayudando a que no se preocupen de nada, ya que todo está dentro del itinerario.

▪ **Aspectos Diferenciales**

El turismo es una actividad que genera beneficios económicos y sociales en las comunidades que se desarrolla la actividad, siendo una alternativa para mejorar la calidad de vida. Tomando en cuenta estos elementos, el turismo comunitario debe realizarse enfocando el esfuerzo personal potenciando así la sostenibilidad para salvaguardar las riquezas naturales

y culturales que posee el sector, razón por la cual, las potencialidades turísticas deben manejarse bajo un estricto respeto de la naturaleza, la cultura y de su gente.

En los últimos años se observa cambios en los gustos y preferencias de personas que buscan realizar turismo, una de ellas por la que apuestan es el turismo comunitario, que busca conocer nuevos lugares para explorar la diversidad natural y aprender de la cultura local, acogiendo a esta como una nueva forma de enriquecimiento de experiencias.

Es por ello que genera productos y servicios que cumplan con las preferencias de cada cliente, con el fin de que ellos lo consuman, creando así aspectos diferenciadores de los demás emprendimientos, entre los cuales se detallan:

- ✓ Promoción de los servicios, ya que estos no pueden experimentarse antes de la compra y eso implica que el turista sienta incertidumbre por los productos y servicios que va a consumir.
- ✓ Calidad de los servicios, esto depende del lugar, como, cuando se los proporciona, incluso la calidad depende mucho de cada empleado, de la energía y estado de ánimo que tengan al momento del encuentro con cada cliente.
- ✓ Productos frescos, ya que los productos que no se logren vender ya es una pérdida para la empresa y no tratar de perjudicar a los otros clientes con productos quedados.
- ✓ Personal cualificado: se han dado capacitaciones en la Comuna de las áreas que compone el turismo, esta es una de las alternativas que harán que la gestión del turismo comunitario mejore y por ende haya mayor afluencia de turistas.
- ✓ Otra de las estrategias es la ubicación privilegiada de la Comuna Playa de Oro.

4.4.2.2 Precio

- **Variables para la fijación de precios**

Las variables más relevantes para la fijación de precio que se toman en cuenta son los costos de fabricación y comercialización del producto y del servicio, los precios de los productos competidores, las metas y objetivos que se ha propuesto la empresa.

Hay que destacar que quienes realizan actividades de turismo comunitario en la zona, han manejado unos precios para turistas nacionales y otros precios (más altos) para los turistas extranjeros, existiendo una notable diferencia entre lo que se cobra a uno y otro, lo que de acuerdo al criterio de muchos comuneros, ha causado molestias en ciertos visitantes extranjeros que se sienten tratados inadecuadamente por sus proveedores turísticos.

En el presente proyecto se establecerán precios iguales tanto para turistas nacionales y extranjeros para que exista uniformidad en el trato a los visitantes y no existan reclamos ni disgustos por un cobro mayor a clientes que usan y consumen los mismos productos y servicios del Centro de Turismo Comunitario.

- **Determinación del precio**

Tomando en consideración que son las propias personas de la comunidad los que atienden las cabañas y a los turistas que arriban a la comunidad, los valores se determinan de acuerdo a los servicios que ofrece el Centro de Turismo Comunitario, y de acuerdo a las metas y objetivos planteados, no dejando de lado el margen de utilidad establecido y el costo de los productos y servicios por el número de personas que visitarán Playa de Oro.

La Comuna brinda servicios como: alojamiento, alimentación, paseos en lancha, observación de aves, observación de flora y fauna, caminatas por senderos, natación en el río y cascadas, actividades culturales (bailes tradicionales, arrullos, rituales, fiestas religiosas), actividades de investigación (flora y fauna), convivencia cultural y recreación; a continuación se especifican los precios de acuerdo a los productos y servicios:

Tabla #16 Precio de Servicios por Día

| SERVICIO | DESCRIPCIÓN | PVP TURISTAS |
|------------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| Alojamiento | Por día / noche | \$15.00 |
| Alimentación | Desayuno, Almuerzo y Merienda | \$15.00 |
| Paseos en Lancha | Selva Alegre – Playa de Oro | \$30.00 |
| | Playa de Oro – Selva Alegre | \$30.00 |
| | Playa de Oro – Tigrillo | \$20.00 |
| | Tigrillo – Catedral | \$10.00 |
| | Playa de Oro – Playa de Alquitrán | \$20.00 |
| Actividades de Entretenimiento | Observación de Aves con guía nativo | \$15.00 |
| Recorridos por senderos ecológicos | Por persona | \$15.00 |

Fuente: Comuna Playa de Oro

4.4.2.3 Distribución y comercialización

Cuando se realiza un proyecto, los investigadores informan que en el estudio la empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de la comercialización.

Sin embargo, cuando la empresa ya está en marcha, surgen los problemas y hay que enfrentarse a la realidad. Es por ello que la comercialización es parte vital del funcionamiento de la empresa, para este caso, se puede tener el mejor paquete turístico y al mejor precio, pero si no se tienen los medios para llegar hacia el consumidor de forma eficaz, seguramente la empresa irá a la quiebra.

La comercialización no solo se trata de transferir productos desde el lugar de su procedencia hasta las manos de los consumidores, en realidad es algo más complejo, es colocar el producto o servicio en las manos del consumidor en el sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

Por lo general, ninguna empresa está capacitada para dotar de productos y servicios directamente al consumidor final, es por eso que se deberían hacer convenios con Operadoras de Turismo, Agencias de Viajes, Universidades, Colegios, que busquen el turismo comunitario adecuadamente.

4.4.2.4 Estrategia de promoción

- **Clientes Claves**

Una vez que se ha definido a los consumidores, se debe identificar quienes serán los clientes claves quienes ayudarán a tener liquidez en las primeras ventas. Detallando a continuación:

La mayoría de visitantes son personas de la ciudad de Esmeraldas con un rango entre los 18 a 60 años de edad, por lo tanto la planificación de actividades debe enfocarse a este grupo. El tiempo de permanencia de los visitantes en la Comunidad es de dos noches y un día, lo cual indica la necesidad de la planificación de actividades en base a ese tiempo e

infraestructura y servicios como un lugar de alojamiento, restaurante, alquiler de indumentaria como botas de caucho para recorridos dentro del bosque.

El motivo por el cual estas personas se movilizan hacia el sector es principalmente estar en contacto con la naturaleza, hacer paseos en bote con un guía del sector, realizar caminatas por senderos naturales y actividades de recreación como playado de oro y pesca deportiva.

Los servicios, productos y actividades a ofrecer deberán estar basados en su mayoría para grupos de 3 a 5 personas. El nivel socioeconómico del visitante es medio, medio bajo con una capacidad de gasto diario de \$25,00 dólares por día. El medio de transporte que se utiliza para llegar a Selva Alegre es propio o carro de cooperativa, y desde este lugar hasta Playa de Oro se utilizan lanchas comunitarias.

Finalmente, los clientes y consumidores, están representados por voluntarios internacionales y nacionales, turista nacional, turista internacional, y estudiantes nacionales y extranjeros.

▪ **Estrategia de captación de clientes**

Para crear estrategias de captación de clientes, se toma como ejemplo de que la empresa está en crisis, donde no se puede renunciar a tener el beneficio económico que siempre se ha tenido y gastar dinero que no se tiene para conseguir clientes a través de la publicidad.

En la actualidad el cliente toma más en serio y con mucho más cuidado la ecuación valor-precio, si son muy excesivos, el cliente tiende a castigar al negocio sin su visita y si son muy bajos, estos tienden a sentir temor por la calidad baja que este producto o servicio pueda tener.

Otro efecto de la estrategia es tomar en consideración los comentarios de los consumidores ya que son más importantes que nunca y hay que saberlos utilizar, para saber si los clientes están absteniéndose de solicitar el servicio y en este caso ir de vacaciones. Es importante nombrar que, por más que tenga visitas, haya personas interesadas en visitar el atractivo, esto no quiere decir que sea suficiente para mantenerse en el mercado.

La mejor opción es ser creativos para captar clientes de forma rentable. En realidad se sabe si se está haciendo un mal negocio en el momento que se invierte en publicidad pero no se obtiene resultados, en resumidas cuentas no hay personas que visiten el sector.

Algo que destruye a un negocio que recién está empezando, es que el cliente sienta esa necesidad de dejarse atrapar por las ofertas y promociones, pero si Playa de Oro no tiene las herramientas para ofrecer los mejores precios del mercado, se arriesga la actividad.

La empresa debe tener en cuenta, quien es dentro del mercado, a que actividad se dedica y que ofrece. En este caso de Turismo Comunitario, la empresa tiene un producto diferenciado, la calidad, es por ello que no se puede entrar a realizar estrategias de precios, los clientes se deben buscar a través de la internacionalización, la diversificación y las alianzas estratégicas con otras empresas, si se propone descuentos al principio de la actividad, la empresa está destinada a seguir con esos precios, por lo menos a los clientes que accedieron a esta oferta.

La lucha que se presenta es defender el precio, transmitiendo calidad, hay muchos casos que cuando las empresas entran en época de crisis tienden a bajar los estándares de calidad y a bajar la guardia.

4.4.2.5 Proceso productivo

- Proceso de Prestación de Servicio

Gráfico #18 Proceso de Prestación de Servicios

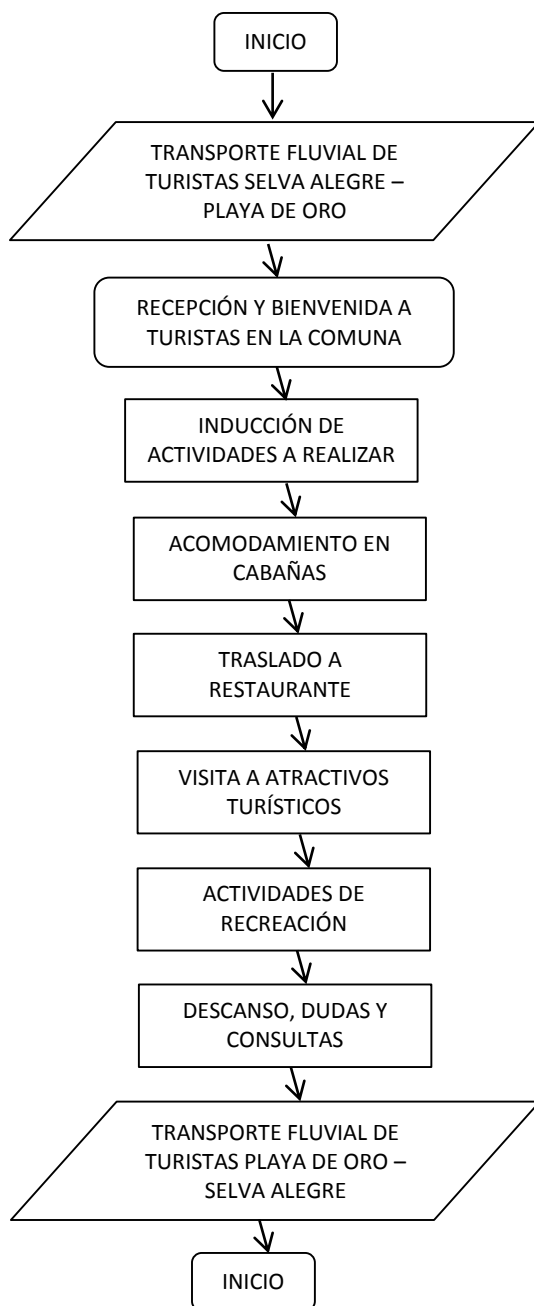

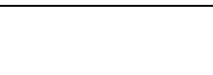
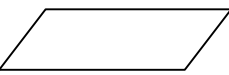



Tabla #17 Simbología del Diagrama de Flujo

| | |
|---|---------------------------------|
|  | Inicio o fin del programa |
|  | Pasos y procesos |
|  | Operaciones de entrada y salida |
|  | Líneas de flujo |

Fuente: Proceso de elaboración

4.4.3 Estudio Económico

▪ Detalle de Activos Fijos

Los activos fijos necesarios para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas del Centro de Turismo son los siguientes:

Tabla #18 Gastos de Activos Fijos

| TIPO DE ACTIVO | DESCRIPCIÓN | CANT. | COSTO UNIT. | COSTO TOTAL |
|----------------|------------------------------|-------|-------------|-------------|
| | Escritorio | 1 | 200.00 | 200.00 |
| | Sillón Gerencial | 1 | 155.00 | 155.00 |
| | Sillas Tipo Oficina | 3 | 45.00 | 135.00 |
| | Archivador de 4 gavetas | 2 | 157.00 | 314.00 |
| | Mesa de Reuniones | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Mesa para preparar alimentos | 3 | 130.00 | 390.00 |
| | Camas dobles | 9 | 200.00 | 1,800.00 |
| | Camas simples | 36 | 150.00 | 5,400.00 |

| | | | | |
|----------------------|--------------------------------------|------|--------|----------|
| MUEBLES Y ENSERES | colchones de 2 plazas | 9 | 120.00 | 1,080.00 |
| | colchones de 1 plaza | 36 | 80.00 | 2,880.00 |
| | Mesas de noche | 9 | 40.00 | 36.00 |
| | Lámparas de mesa | 9 | 20.00 | 180.00 |
| | Mesas con silla | 9 | 30.00 | 270.00 |
| | Cobijas | 180 | 10.00 | 1,800.00 |
| | Juegos de sábanas | 180 | 14.50 | 2,610.00 |
| | Cobertores para colchón | 90 | 10.00 | 900.00 |
| | Juegos completos de toallas | 216 | 12.00 | 2,592.00 |
| | Almohadas | 99 | 5.00 | 495.00 |
| | Armadores | 216 | 2.00 | 432.00 |
| | Basureros | 20 | 10.00 | 200.00 |
| | Hamacas | 10 | 20.00 | 100.00 |
| | Sillas perezosas | 10 | 15.00 | 150.00 |
| | Roperos | 10 | 25.00 | 250.00 |
| | Repisas para baños | 10 | 14.00 | 140.00 |
| | Espejos para baños | 10 | 8.00 | 80.00 |
| | Batidora | 1 | 44.00 | 44.00 |
| | Licuada | 1 | 55.00 | 55.00 |
| | Horno y microondas | 1 | 133.00 | 133.00 |
| | Campana o extractor de olores | 1 | 125.00 | 125.00 |
| | Congelador | 1 | 550.00 | 550.00 |
| | Enfriador | 1 | 35.00 | 35.00 |
| | Fregadero de platos industrial | 1 | 230.00 | 230.00 |
| | Cocina industrial | 1 | 350.00 | 350.00 |
| | Tanques de gas | 4 | 40.00 | 160.00 |
| | Sartenes | 5 | 20.00 | 100.00 |
| | Ollas medianas, grandes y de presión | 13 | 28.08 | 365.00 |
| | Exprimidores | 4 | 20.00 | 80.00 |
| | Cernidores | 4 | 10.00 | 40.00 |
| | Tablas de picar | 10 | 9.00 | 90.00 |
| | Espátulas | 4 | 4.00 | 16.00 |
| | Cuchillos (carne, cebolla, pan) | 11 | 5.05 | 55.50 |
| Cucharones | 6 | 7.50 | 45.00 | |
| Cucharetas | 5 | 6.25 | 31.25 | |
| Coladores | 2 | 3.00 | 6.00 | |
| Peladores | 5 | 3.00 | 15.00 | |

| | | | | |
|-------------------------------|--|----|--------|------------------|
| | Salseros | 5 | 3.50 | 17.50 |
| | Teteras | 10 | 5.00 | 50.00 |
| | Jarros cervecedores | 20 | 5.00 | 100.00 |
| | Copas de vino blanco y tinto | 40 | 9.00 | 360.00 |
| | Copas de agua y postre | 80 | 3.50 | 380.00 |
| | Vasos para jugo | 60 | 4.00 | 240.00 |
| | Copas para brandy y coñac | 20 | 7.25 | 145.00 |
| | TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES | | | 26,557.25 |
| Equipos de Computación | Computador de Escritorio | 1 | 670.00 | 670.00 |
| | Computador Portátil | 1 | 750.00 | 750.00 |
| | TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | 1,420.00 |
| Equipos de Oficina | Impresora | 1 | 170.00 | 170.00 |
| | TV LCD 32` | 1 | 500.00 | 500.00 |
| | DVD | 1 | 90.00 | 90.00 |
| | Proyector | 1 | 590.00 | 590.00 |
| | Parlante Amplificador | 1 | 400.00 | 400.00 |
| | TOTAL EQUIPOS DE OFICINA | | | 1,750.00 |
| TOTAL DE ACTIVOS FIJOS | | | | 29,727.25 |

4.4.3.1 Gastos en Suministros de Oficina y Limpieza

Para el desarrollo de las actividades administrativas y de limpieza en el Centro de Turismo Comunitario se utilizarán los siguientes suministros:

Tabla #19 Gastos en Suministros de Oficina y Limpieza

| SUMINISTROS DE OFICINA | CANTIDAD | COSTO UNIT. | COSTO TOTAL |
|------------------------|----------|-------------|-------------|
| Papel Bond | 2 | 4.25 | 8.50 |
| Esferos | 1 | 5.60 | 5.60 |
| Grapadora | 1 | 6.20 | 6.20 |
| Perforadora | 1 | 7.50 | 7.50 |
| Tintas Impresora | 2 | 18.00 | 36.00 |

| | | | |
|--|----|-------|----------|
| Clips | 5 | 1.50 | 7.50 |
| Grapas | 5 | 1.25 | 6.25 |
| Jabón Líquido | 10 | 12.00 | 120.00 |
| Papel Higiénico | 30 | 5.50 | 165.00 |
| Ambientales | 20 | 4.25 | 85.00 |
| Desinfectantes | 10 | 7.00 | 70.00 |
| Fundas de Basura | 30 | 2.50 | 75.00 |
| TOTAL DE SUMINISTROS DE OFICINA (SEMESTRAL) | | | 592.55 |
| TOTAL DE SUMINISTROS DE OFICINA (ANUAL) | | | 1,185.10 |

4.4.3.2 Gastos en Insumos para servicios de alimentación

En el Centro de Turismo Comunitario de Playa de Oro, se brindarán servicios de alimentación de desayuno, almuerzo y merienda a los clientes que visiten y pernocten en el Centro. Los principales platos a ofertar a los visitantes son los siguientes:

- **Para el desayuno se ofertarán los siguientes platos:**

- ✓ Desayuno americano
- ✓ Empanadas de queso
- ✓ Sanduche de queso
- ✓ Sanduche de jamón
- ✓ Sanduche mixto
- ✓ Sanduche de pollo

- **Para el almuerzo se ofertarán platos como:**

- ✓ Sopa de pollo
- ✓ Sopa de carne
- ✓ Sopa de pescado
- ✓ Sopa de camarón
- ✓ Consomé
- ✓ Arroz con pollo

- ✓ Seco de carne
- ✓ Arroz con camarón
- ✓ Arroz con pescado

▪ **Para la merienda se ofrecerán:**

- ✓ Pasta de pollo
- ✓ Pescado al vapor
- ✓ Carne asada
- ✓ Churrascos
- ✓ Camarón apanado
- ✓ Pollo a la parrilla

▪ **Entre los alimentos y bebidas se ofertarán:**

- ✓ Jugos naturales
- ✓ Batido de frutas
- ✓ Café, té y aguas aromáticas

Se tiene previsto que el Centro de Turismo Comunitario, teniendo capacidad para atender a 22 personas, reciba en promedio a 20 clientes semanales, por lo que para la satisfacción de sus necesidades alimenticias se tiene proyectado contar con la siguiente materia prima:

Tabla #20 Gastos de Materia Prima para Alimentación

| MATERIA PRIMA | UNIDAD DE MEDIDA | CANT. | COSTO UNIT. | COSTO TOTAL |
|----------------------|-------------------------|--------------|--------------------|--------------------|
| Carne | Libra | 4 | 2.80 | 11.20 |
| Pollo | Libra | 4 | 1.60 | 6.40 |
| Pescado | Libra | 4 | 4.50 | 18.00 |
| Camarón | Libra | 4 | 5.00 | 20.00 |
| Jamón | Paquete | 4 | 1.78 | 7.12 |
| Queso | Libra | 3 | 3.00 | 6.00 |
| Huevo | Cubeta | 2 | 3.00 | 6.00 |
| Leche | Litro | 5 | 1.20 | 6.00 |

| | | | | |
|---|---------|---|------|-----------------|
| Panes | Fundas | 5 | 1.50 | 7.50 |
| Sal | Funda | 1 | 1.20 | 1.20 |
| Azúcar | Funda | 1 | 1.60 | 1.60 |
| Mantequilla | Caja | 2 | 1.35 | 2.70 |
| Mayonesa | Funda | 1 | 2.50 | 2.50 |
| Salsa de Tomate | Gramos | 1 | 2.15 | 2.15 |
| Fideo | Paquete | 2 | 1.25 | 2.50 |
| Cebolla | Libra | 3 | 0.80 | 2.40 |
| Tomate | Libra | 3 | 0.75 | 2.25 |
| Pimiento | Libra | 3 | 0.80 | 2.40 |
| Limón | Ciento | ½ | 2.00 | 2.00 |
| Verde | Racimo | 2 | 3.00 | 6.00 |
| Ajo | Atado | 3 | 0.50 | 1.50 |
| Harina | Libra | 2 | 1.00 | 2.00 |
| Achiote | Frasco | 1 | 0.90 | 0.90 |
| Tomate de Árbol | Libra | 3 | 0.90 | 2.70 |
| Naranjilla | Libra | 3 | 0.85 | 2.55 |
| Mora | Libra | 3 | 0.70 | 2.10 |
| Naranja | Ciento | 1 | 5.00 | 5.00 |
| Toronja | Ciento | 1 | 5.00 | 5.00 |
| TOTAL COSTOS DE MATERIA PRIMA ALIMENTACIÓN (SEMANAL) | | | | 137.67 |
| TOTAL COSTOS DE MATERIA PRIMA ALIMENTACIÓN (MENSUAL) | | | | 550.68 |
| TOTAL COSTOS DE MATERIA PRIMA ALIMENTACIÓN (ANUAL) | | | | 6,608.16 |

4.4.3.3 Gastos en Combustible y Mantenimiento de Lanchas

El uso de las lanchas para el traslado de los clientes visitantes a los distintos puntos turísticos a visitar en la zona, generará gastos en combustible y mantenimiento detallados de la siguiente forma:

Tabla #21 Gastos de Combustibles y Mantenimiento

| COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO | CANTIDAD | COSTO UNIT. | COSTO TOTAL |
|---|-----------------|--------------------|--------------------|
| Combustible (canecas diarias) | 1 | 4.50 | 4.50 |
| TOTAL COMBUSTIBLES (SEMANAL) | | | 31.50 |
| TOTAL COMBUSTIBLES (MENSUAL) | | | 126.00 |
| TOTAL COMBUSTIBLES (ANUAL) | | | 1,512.00 |
| Mantenimiento (2 al año) | 2 | 150.00 | 300.00 |
| TOTAL MANTENIMIENTO (SEMANAL) | | | 37.50 |
| TOTAL MANTENIMIENTO (MENSUAL) | | | 150.00 |
| TOTAL MANTENIMIENTO (ANUAL) | | | 300.00 |
| TOTAL COMBUSTIBLES Y MANTENIMIENTO | | | 1,812.00 |

4.4.3.4 Gastos en Sueldos Personal Administrativo y Operativo

Tabla #22 Gastos de Sueldos

Costo Total Anual = Costo Total Mensual * 12

| # | CARGO | SUELDO | AP. PATR. | 13º SUELD | 14º SUELD | FOND. RES | VACACIONES | T. INGRESO |
|----|---------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| 1 | Administrador | 500,00 | 60,75 | 41,67 | 29,50 | 41,65 | 0,00 | 673,57 |
| 2 | Coordinador Contabilidad | 400,00 | 48,60 | 33,33 | 29,50 | 33,32 | 0,00 | 544,75 |
| 3 | Coordinador Hospedaje | 400,00 | 48,60 | 33,33 | 29,50 | 33,32 | 0,00 | 544,75 |
| 4 | Coordinador Alimentación | 400,00 | 48,60 | 33,33 | 29,50 | 33,32 | 0,00 | 544,75 |
| 5 | Coordinador Guías | 400,00 | 48,60 | 33,33 | 29,50 | 33,32 | 0,00 | 544,75 |
| 6 | Coordinador Mantenimiento | 400,00 | 48,60 | 33,33 | 29,50 | 33,32 | 0,00 | 544,75 |
| 7 | Ayudante Hospedaje | 360,00 | 43,74 | 30,00 | 29,50 | 29,99 | 0,00 | 493,23 |
| 8 | Ayudante Alimentación | 360,00 | 43,74 | 30,00 | 29,50 | 29,99 | 0,00 | 493,23 |
| 9 | Ayudante Guías | 360,00 | 43,74 | 30,00 | 29,50 | 29,99 | 0,00 | 493,23 |
| 10 | Ayudante Mantenimiento | 360,00 | 43,74 | 30,00 | 29,50 | 29,99 | 0,00 | 493,23 |
| | TOTALES | 3940,00 | 478,71 | 328,33 | 295,00 | 328,20 | 0,00 | 5370,25 |

Costo Total Anual = 5,370.25 * 12

Costo Total Anual = 64,443.00

4.4.3.5 Gastos en Publicidad

Para dar a conocer las instalaciones, actividades y oferta del Centro de Turismo Comunitario de Playa de Oro se realizarán actividades de publicidad detalladas de la siguiente forma:

Tabla #23 Gastos de Publicidad

| GASTOS DE PUBLICIDAD | | | |
|--------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| DETALLE | PARCIAL | V. MENSUAL | V. ANUAL |
| - Página Web | 600.00 | 50.00 | |
| - Trípticos | 200.00 | 16.67 | |
| - Propaganda en TV | 600.00 | 50.00 | |
| - Propaganda en Diario La Hora | 750.00 | 62.50 | |
| Gastos en Publicidad | | 179.17 | 2150.04 |
| TOTALES | | | \$2,150.04 |

4.4.3.6 Depreciación de Activos Fijos

La pérdida de valor de los activos fijos del Centro de Turismo Comunitario será registrada en base a los porcentajes establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno vigente en el Ecuador:

Tabla #24 Gastos de Depreciación

| ACTIVOS FIJOS | TOTAL | % DEPREC. | AÑOS VIDA ÚTIL | DEPR. ANUAL |
|-------------------------|------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Muebles y enseres | 26,557.25 | 10% | 10 años | 2,655.73 |
| Equipos de computación | 1,420.00 | 33% | 3 años | 473.29 |
| Equipos de oficina | 1,750.00 | 10% | 10 años | 175.00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 29,727.25 | VALOR ANUAL → | | 3,304.02 |

4.4.3.7 Activos Diferidos / Gastos de Constitución

Para la constitución legal del Centro de Turismo Comunitario hay que cumplir con un sinnúmero de requisitos que permitan constituir la organización apegada a las leyes y reglamentos que para el efecto rigen a empresas de este tipo en el Ecuador.

Tabla #25 Gastos de Constitución

| Gastos de Constitución | TOTAL |
|--------------------------------------|---------------|
| Honorarios Abogado | 250.00 |
| Constitución Notaría | 100.00 |
| Inscripción en el Registro Mercantil | 85.00 |
| Permisos Municipales | 350.00 |
| Otros Gastos | 100.00 |
| TOTALES | 885.00 |

4.4.3.8 Costos Totales Anuales del Proyecto

El resumen de los costos totales anuales del proyecto, permiten establecer los costos y gastos en los que debería incurrir el Centro de Turismo Comunitario para el desarrollo de sus actividades administrativas y operativas:

Tabla #26 Costos Totales del Proyecto

| CONCEPTO | V. MENSUAL | V. ANUAL |
|--|-------------------|------------------|
| Suministros de Oficina y Limpieza | 98.76 | 1,185.10 |
| Insumos para alimentación | 550.68 | 6,608.16 |
| Combustible y Mantenimiento de Lanchas | 151.00 | 1,812.00 |
| Gastos de Publicidad | 179.17 | 2,150.04 |
| Sueldos | 5,370.25 | 64,443.00 |
| Depreciación Muebles y Enseres | 221.31 | 2,655.73 |
| Depreciación Eq. de Computación | 39.44 | 473.29 |
| Depreciación Eq. de Oficina | 14.58 | 175.00 |
| Amortización Activos Diferidos | 73.75 | 885.00 |
| T O T A L E S | 6,698.94 | 80,387.32 |

4.4.3.9 Capital de Trabajo

El cálculo del capital de trabajo, permitirá establecer cuáles son los recursos con los que necesita contra el Centro de Turismo Comunitario para solventar sus costos y gastos operativos, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{\text{Costos Totales Anuales} - \text{Depreciaciones} - \text{Amortizaciones}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{80,387.32 - 3,304.02 - 885.00}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{76,198.30}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = 6,349.86$$

Esto significa que el Centro de Turismo Comunitario de Playa de Oro, requiere en promedio, mensualmente, \$6,349.86 para solventar todos los costos y gastos operativos.

4.4.3.10 Inversiones Iniciales del Proyecto

Para poner en marcha el proyecto de inversión en el Centro de Turismo Comunitario se requiere la siguiente inversión inicial:

Tabla #27 Inversión Inicial del Proyecto

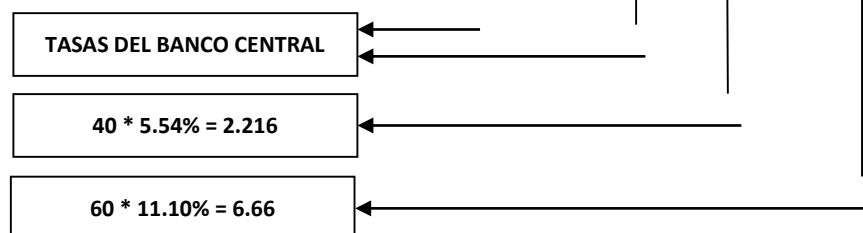
| CONCEPTOS | VALORES TOTALES |
|---------------------------|------------------|
| Activos Fijos | 29,727.25 |
| Activos Diferidos | 885.00 |
| Capital de Trabajo | 6,349.86 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | 36,962.11 |

4.4.3.11 Financiamiento de la Inversión

Para la ejecución del proyecto, los representantes de la comuna aportarán con el 40% de la inversión (14,686.35), mientras que el restante 60% (22,275.76), será financiado por medio de un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

Tabla #28 Financiamiento de la Inversión

| FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL | | | | | |
|---|----------------|------------------|---|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR APORTADO | % VALOR APORTADO | TASA PASIVA REF. | TASA ACTIVA REF. | COSTO DE CAPITAL |
| APORTE PROPIO | \$14,686.35 | 40% | 5.54% | | 2.22% |
| CRÉDITO EN CFN | \$22,275.76 | 60% | | 11.10% | 6.66% |
| TOTAL DE INVERSIÓN | \$36,962.11 | 100% | TASA DE DESCUENTO (COSTO DE CAPITAL) | | 8.88% |



- Para la determinación del costo de capital, que servirá posteriormente para establecer el VAN del proyecto, se tomó en cuenta las tasas pasiva y activa referencial establecidas por el Banco Central del Ecuador.

- La tasa pasiva es calculada con el aporte propio que realizará la Comuna Playa de Oro, mientras que la tasa activa se establece con la tasa de interés que cobrará la CFN por el crédito otorgado.

4.4.3.12 Tabla De Amortización

Para la puesta en marcha del proyecto, se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional, lo que se proyecta en detalle a continuación:

Tabla #29 Tabla de Amortización

| TABLA DE AMORTIZACION | | | | | |
|------------------------------|-----------------|--------------|----------|-----------|-----------|
| - | BENEFICIARIO | PLAYA DE ORO | | | |
| - | INSTIT. FINANC. | CFN | | | |
| - | MONTO EN USD | 22,275.76 | | | |
| - | TASA DE INTERES | 11,10% | | T. EFECT. | 11,6825% |
| - | PLAZO | 5 años | | | |
| - | GRACIA | 0 años | | | |
| - | FECHA DE INICIO | 24/11/2015 | | | |
| - | MONEDA | DOLARES | | | |
| - | AMORTIZACION | 30 días | | | |
| - | PERÍODOS | 60 | | | |
| No. | VENCIMIENTO | SALDO | INTERES | PRINCIPAL | DIVIDENDO |
| 0 | | 22,275.76 | | | |
| 1 | DIC-2015 | 21,996.37 | 206,05 | 279,39 | 485,44 |
| 60 | SEP-2020 | 13.14 | 4.53 | 480.91 | 485.44 |
| | | | 6,850.80 | 22,275.64 | 29,126.44 |

A una tasa de interés del 11.10% se cancelarán 60 cuotas de 485.44, cancelando anualmente 5,825.28, lo que daría un total de 29,126.44 derivado de 6,850.80 por interés más 22,275.64 de capital prestado.

4.4.4.13 Presupuesto de Ingresos

Tabla #30 Presupuesto de Ingresos

| DESCRIPCIÓN | | TURISTAS X SEMANA | TURISTAS X MES | VALOR X SERVICIO | TOTAL MENSUAL |
|--|-----------------------------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|
| ALOJAMIENTO | | 20 | 80 | 15.00 | 1,200.00 |
| ALIMENTACIÓN (DESAYUNO, ALMUERZO Y MERIENDA) | | 20 | 80 | 15.00 | 1,200.00 |
| PASEOS EN LANCHAS | Selva Alegre - Playa de Oro | 10 | 40 | 30.00 | 1,200.00 |
| | Playa de Oro - Selva Alegre | 10 | 40 | 30.00 | 1,200.00 |
| | Playa de Oro - Tigrillo | 10 | 40 | 20.00 | 800.00 |
| | Tigrillo - Catedral | 10 | 40 | 10.00 | 400.00 |
| | Playa de Oro - Playa de Alquitrán | 10 | 40 | 20.00 | 800.00 |
| ENTRETENIMIENTO (OBSERVATORIO DE AVES) | | 15 | 60 | 15.00 | 900.00 |
| ENTRETENIMIENTO (RECORRIDOS POR SENDEROS) | | 15 | 60 | 15.00 | 900.00 |
| TOTAL MENSUAL | | | | | 8,600.00 |
| TOTAL ANUAL | | | | | 103,200.00 |

- **Proyección de Ingresos Anuales**

Tabla #31 Proyección de Ingresos Anuales

| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 103,200.00 | 111,456.00 | 120,372.48 | 130,002.28 | 140,402.46 |

De acuerdo a las tasas de crecimiento de empresas de servicios, y actuando con cautela, se tiene previsto que la venta de servicios en el Centro de Turismo Comunitario, aumente en un 8% anual, puesto que de acuerdo a las expectativas, los clientes visitantes aumentarán considerablemente.

4.4.4.14 Clasificación de Costos Fijos y Variables

Se establecen la totalidad de los costos fijos y variables que permitan conocer cuáles son los valores por los diferentes conceptos a los que deba incurrir la administración del Centro de Turismo Comunitario para el desarrollo de su gestión de prestación de servicios; el resumen de los costos son los siguientes:

Tabla #32 Clasificación de Costos Fijos y Variables

| CONCEPTO | VALOR ANUAL | CLASIFICACIÓN |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|
| Suministros de Oficina y Limpieza | 1,185.10 | VARIABLE |
| Insumos para Alimentación | 6,608.16 | VARIABLE |
| Combustibles y Mantenimiento | 1,812.00 | VARIABLE |
| Gastos de Publicidad | 2,150.04 | FIJO |
| Sueldos | 64,443.00 | FIJO |
| Depreciación Muebles y Enseres | 2,655.73 | FIJO |
| Depreciación Eq. de Computación | 473.29 | FIJO |
| Depreciación Eq. de Oficina | 175.00 | FIJO |
| Amortización Activos Diferidos | 885.00 | FIJO |
| Costos de financiamiento | 5,825.28 | FIJO |
| TOTAL COSTOS DEL PROYECTO | \$86,212.60 | |

4.4.4.15 Resumen de Costos Fijos y Variables

El resumen de los valores a cancelar en el desarrollo del negocio es el siguiente:

Tabla #33 Resumen de Costos Fijos y Variables

| | |
|---------------------------|------------------|
| Total de Costos Fijos | 76,607.34 |
| Total de Costos Variables | 9,605.26 |
| TOTAL DE COSTOS | 86,212.60 |

4.4.4.16 Cálculo del Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio, se toman en cuenta las variables de costos fijos, costos variables y los ingresos proyectados para el primer año de negocio. La aplicación de la fórmula del punto de equilibrio es la siguiente:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO == \frac{COSTOS FIJOS}{1 - COSTOS VARIABLES \div INGRESOS}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO == \frac{76.607.34}{1 - 9,605.26 \div 103,200.00}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = 84,183.89$$

El resultado obtenido permite establecer que cuando el Centro de Turismo Comunitario, venda servicios por el valor de \$84,183.89, se equilibrarán los ingresos y los gastos derivados de la actividad empresarial.

Resumen Ingresos y Gastos Mensuales – Año 1

Tabla #34 Resumen de Ingresos y Gastos Mensuales Año 1

| DESCRIPCIÓN | INV. INI | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEPT | OCT | NOV | DIC | TOTALES |
|-------------------------------|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | 37,126,27 | | | | | | | | | | | | | |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | |
| Alojamiento | | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 14400,00 |
| Alimentación | | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 14400,00 |
| Paseos en Lancha | | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 4400,00 | 52800,00 |
| Observatorio de Aves | | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 10800,00 |
| Recorridos por Senderos | | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 900,00 | 10800,00 |
| TOTAL INGRESOS | | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 8600,00 | 103200,00 |
| GASTOS | | | | | | | | | | | | | | |
| Operacionales | | | | | | | | | | | | | | |
| Suministros de Oficina | | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 98,76 | 1185,12 |
| Insumos de Alimentación | | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 550,68 | 6608,16 |
| Combust. / Mantenim. | | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 151,00 | 1812,00 |
| Gastos de Publicidad | | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 179,17 | 2150,04 |
| Total Gastos Operac. | | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 979,61 | 11755,32 |
| Financieros | | | | | | | | | | | | | | |
| Amortización de Deuda | | 279,39 | 281,97 | 284,58 | 287,21 | 289,87 | 292,55 | 295,26 | 297,99 | 300,75 | 303,53 | 306,34 | 309,17 | 3528,61 |
| Intereses Préstamo | | 206,05 | 203,47 | 200,86 | 198,23 | 195,57 | 192,89 | 190,18 | 187,45 | 184,69 | 181,91 | 179,10 | 176,27 | 2296,67 |
| Total Gastos Financ. | | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 5825,28 |
| Administrativos | | | | | | | | | | | | | | |
| Sueldos | | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 5370,25 | 64443,00 |
| Depreciación Muebles | | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 2655,72 |
| Depreciación Eq. Computo | | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 473,28 |
| Depreciación Eq. Oficina | | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 174,96 |
| Amortización Act. Diferidos | | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 73,75 | 885,00 |
| Total Gastos Administ. | | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 5719,33 | 68631,96 |
| TOTAL GASTOS | | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 7184,38 | 86212,56 |
| UTILIDAD OPERATIVA | | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 1415,62 | 16987,44 |

Tabla #35 Resumen de Ingresos y Gastos Mensuales Año 2

| DESCRIPCIÓN | INV. INI | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEPT | OCT | NOV | DIC | TOTALES |
|-------------------------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | 37,126,27 | | | | | | | | | | | | | |
| INGRESOS | - | | | | | | | | | | | | | |
| Alojamiento | | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 15552,00 |
| Alimentación | | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 1296,00 | 15552,00 |
| Paseos en Lancha | | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 4752,00 | 57024,00 |
| Observatorio de Aves | | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 11664,00 |
| Recorridos por Senderos | | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 972,00 | 11664,00 |
| TOTAL INGRESOS | - | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 9288,00 | 111456,00 |
| GASTOS | - | | | | | | | | | | | | | |
| Operacionales | | | | | | | | | | | | | | |
| Suministros de Oficina | | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 103,57 | 1242,84 |
| Insumos de Alimentación | | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | 6930,00 |
| Combust. / Mantenim. | | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 158,37 | 1900,44 |
| Gastos de Publicidad | | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 187,90 | 2254,80 |
| Total Gastos Operac. | | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 1027,34 | 12328,08 |
| Financieros | | | | | | | | | | | | | | |
| Amortización de Deuda | | 312,03 | 314,92 | 317,83 | 320,77 | 323,74 | 326,73 | 329,75 | 332,80 | 335,88 | 338,99 | 342,12 | 345,29 | 3940,85 |
| Intereses Préstamo | | 173,41 | 170,52 | 167,61 | 164,67 | 161,70 | 158,71 | 155,69 | 152,64 | 149,56 | 146,45 | 143,32 | 140,15 | 1884,43 |
| Total Gastos Financ. | | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 485,44 | 5825,28 |
| Administrativos | | | | | | | | | | | | | | |
| Sueldos | | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 5885,79 | 70629,48 |
| Depreciación Muebles | | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 221,31 | 2655,72 |
| Depreciación Eq. Computo | | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 39,44 | 473,28 |
| Depreciación Eq. Oficina | | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 14,58 | 174,96 |
| Amortización Act. Diferidos | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Gastos Administ. | | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 6161,12 | 73933,44 |
| TOTAL GASTOS | - | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 7673,90 | 92086,80 |
| UTILIDAD OPERATIVA | | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 1614,10 | 19369,20 |

4.4.5 Evaluación Económica

4.4.5.1 Determinación de Ingresos

El estudio económico permitió determinar que el ingreso del proyecto en los primeros cinco años será el siguiente:

Tabla #36 Determinación de ingresos

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS | | | | |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 103,200.00 | 111,456.00 | 120,372.48 | 130,002.28 | 140,402.46 |

4.4.5.2 Determinación de Egresos

Se determina los costos totales en cada año de estudio del proyecto, teniendo como base los costos totales de la empresa en el primer año, y en función de éstos se realiza el incremento respectivo de acuerdo al rubro establecido, de la siguiente manera:

- **Proyección de Costos en función de la inflación (3.48% Octubre 2015)**

Existen rubros que aumentan en base a la variación de la tasa de inflación (semestral en el momento), que existe en el país. En el presente caso, para el cálculo del aumento de costos sobre suministros, insumos, combustibles y publicidad, se tomó como tasa de inflación, la proporcionada por el Banco Central de Ecuador, la que al mes de Octubre del 2015 se estableció en 3.48%.

Tabla #37 Proyección de Costos en Función de la Inflación

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Suministros de Oficina y Limpieza | 1185,10 | 1226,34 | 1269,02 | 1313,18 | 1358,88 |
| Insumos de Alimentación | 6608,16 | 6838,12 | 7076,09 | 7322,34 | 7577,16 |
| Combustibles y Mantenimiento | 1812,00 | 1875,06 | 1940,31 | 2007,83 | 2077,70 |
| Gastos en servicios de Publicidad | 2150,04 | 2224,86 | 2302,29 | 2382,41 | 2465,31 |

▪ **Proyección de Incremento de Sueldos (9.60% anual)**

En el Ecuador, de acuerdo a la Ley del Código Laboral, los sueldos en el Ecuador deben aumentarse mínimo en un 9.60% anual, por lo que los cálculos de los sueldos en el Centro de Turismo Comunitario serán los siguientes:

Tabla#38 Proyección de Incremento de Sueldo

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sueldos | 64443,00 | 70629,53 | 77409,96 | 84841,32 | 92986,09 |

▪ **Proyección de Pago de Crédito Contraído**

En la tabla de amortización del crédito a contraer se estableció que los pagos serán en dividendos iguales, lo que por lo consiguiente generará el pago anual igual durante los cinco años que dure el crédito.

Tabla #39 Proyección de Pago de Crédito Contraído

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Crédito CFN | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 |

▪ **Proyección de Depreciación de Activos Fijos**

El valor por depreciación de los activos fijos se calculará en base a los porcentajes determinados en la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, y al ser porcentajes fijos, los valores de depreciación se mantendrán iguales durante el proyecto.

Tabla #40 Proyección de Depreciación de Activos Fijos

| ACTIVOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Depr. Muebles y Enseres | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 |
| Depr. Equipos de Computación | 473.29 | 473.29 | 473.29 | | |
| Depr. Equipos de Oficina | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 |

4.4.5.3 Egresos Totales del Proyecto

Se establecen los costos totales anuales del proyecto de inversión para determinar en términos globales, cuanto se debe de pagar por la gestión del Centro de Turismo Comunitario de Playa de Oro.

Tabla #41 Egresos Totales del Proyecto

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Suministros de Oficina y Limpieza | 1185,10 | 1226,34 | 1269,02 | 1313,18 | 1358,88 |
| Insumos para alimentación | 6608,16 | 6838,12 | 7076,09 | 7322,34 | 7577,16 |
| Combustibles y Mantenimiento | 1812,00 | 1875,06 | 1940,31 | 2007,83 | 2077,70 |

| | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gastos en servicios de Publicidad | 2150,04 | 2224,86 | 2302,29 | 2382,41 | 2465,31 |
| Sueldos | 64443,00 | 70629,53 | 77409,96 | 84841,32 | 92986,09 |
| Crédito CFN | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 |
| Depr. Muebles y Enseres | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 | 2,655.73 |
| Depr. Equipos de Computación | 473.29 | 473.29 | 473.29 | 473.29 | 473.29 |
| Depr. Equipos de Oficina | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 |
| Amortización de Activos Diferidos | 885.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Costos de Financiamiento | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 |
| TOTALES | 88,182.52 | 94,245.64 | 101,833.71 | 110,121.83 | 119,175.83 |

4.4.5.4 Estado de Resultados

Se resumen a continuación los ingresos y egresos totales del proyecto para determinar la utilidad neta derivada del Centro de Turismo Comunitario.

Tabla #42 Estado de Resultados

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| INGRESOS | 103,200.00 | 111,456.00 | 120,372.48 | 130,002.28 | 140,402.46 |
| EGRESOS | | | | | |
| Suministros de oficina | 1,185.10 | 1,242.81 | 1,303.34 | 1,366.81 | 1,433.38 |
| Insumos alimentos | 6,608.16 | 6,929.98 | 7,267.47 | 7,621.39 | 7,992.55 |
| Combust. Mantenim. | 1,812.00 | 1,900.24 | 1,992.79 | 2,089.83 | 2,191.61 |
| Gastos de Publicidad | 2,150.04 | 2,254.75 | 2,364.55 | 2,479.71 | 2,600.47 |
| Sueldos | 66,412.92 | 72,788.56 | 79,776.26 | 87,434.78 | 95,828.52 |
| Crédito CFN | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 | 5,825.28 |
| Depr. Muebles y Ens. | 2655,73 | 2655,73 | 2655,73 | 2655,73 | 2655,73 |
| Depr. Eq. Comput. | 473,29 | 473,29 | 473,29 | 0,00 | 0,00 |
| Depr. Eq. Oficina | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 |
| Activos Diferidos | 885,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL EGRESOS | 86212,60 | 91923,21 | 99126,97 | 106523,09 | 115121,15 |
| UTILIDAD ANT. IMP. | 16987,40 | 19532,79 | 21245,51 | 23479,19 | 25281,31 |
| (-) 15% PART. TRAB. | 2548,11 | 2929,92 | 3186,83 | 3521,88 | 3792,20 |
| UTILIDAD ANTES IR. | 14439,29 | 16602,87 | 18058,69 | 19957,31 | 21489,11 |
| (-) 22% DE IR. | 3176,64 | 3652,63 | 3972,91 | 4390,61 | 4727,61 |
| UTILIDAD NETA | 11262,65 | 12950,24 | 14085,77 | 15566,70 | 16761,51 |

4.4.5.5 Estado de Flujo de Efectivos

| DESCRIPCIÓN | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Inversión Inicial (Préstamo y aporte propio) | (36,962.12) | | | | | |
| Ingresos por servicios de CTC | | 103,200.00 | 111,456.00 | 120,372.48 | 130,002.28 | 140,402.46 |
| TOTAL INGRESOS PROYECTADOS | | 103,200.00 | 111,456.00 | 120,372.48 | 130,002.28 | 140,402.46 |
| Costos Operativos Proyectados | | 11,755.30 | 12,164.38 | 12,587.71 | 13,025.76 | 13,479.05 |
| UTILIDAD BRUTA PROYECTADA | | 91,444.70 | 99,291.62 | 107,784.77 | 116,976.52 | 126,923.41 |
| Sueldos Fijos | | 64,443.00 | 70,629.53 | 77,409.96 | 84,841.32 | 92,986.09 |
| Depreciación | | 3,304.02 | 3,304.02 | 3,304.02 | 2,830.73 | 2,830.73 |
| Gastos de constitución | | 885.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| TOTAL EGRESOS | | 68,632.02 | 73,933.55 | 80,713.98 | 87,672.05 | 95,816.82 |
| UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA | | 22,812.68 | 25,358.07 | 27,070.79 | 29,304.47 | 31,106.59 |
| Amortización de Deuda | | 3,528.62 | 3,940.85 | 4,401.24 | 4,915.41 | 5,489.53 |
| Intereses de Préstamo | | 2,296.67 | 1,884.44 | 1,424.05 | 909.88 | 335.76 |
| UTILIDAD PROYECTADA | | 16,987.39 | 19,532.78 | 21,245.50 | 23,479.18 | 25,281.30 |
| 15% PTU | | 2548,11 | 2929,92 | 3186,83 | 3521,88 | 3792,20 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 14439,29 | 16602,87 | 18058,69 | 19957,31 | 21489,11 |
| 22% DE IMPUESTOS | | 3176,64 | 3652,63 | 3972,91 | 4390,61 | 4727,61 |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA | | 11262,65 | 12950,24 | 14085,77 | 15566,70 | 16761,51 |
| FLUJO NETO DE CAJA | (36,962.12) | 11262,65 | 12950,24 | 14085,77 | 15566,70 | 16761,51 |

4.4.6 Métodos de Evaluación Económica

4.4.6.1 Valor Presente Neto (VAN)

El valor presente neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma, determinado a través de la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = (\text{Inversión}) + \sum FC / (1+i)^n$$

FC: Flujos de caja proyectados **i:** Tasa de descuento
n: Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

Tabla #44 Valor Actual Neto

| VALOR ACTUAL NETO | | | | |
|--------------------------|----------------|-------------------|---------------------------|-------------------------------|
| PERIODOS | VALORES | Tasa Desc. | (1+Td)ⁿ | FE/(1+TIR)ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 11262,65 | 0,0888 | 1,0888 | 10344,09 |
| 2 | 12950,24 | 0,0888 | 1,1855 | 10923,86 |
| 3 | 14085,77 | 0,0888 | 1,2908 | 10912,43 |
| 4 | 15566,70 | 0,0888 | 1,4054 | 11076,35 |
| 5 | 16761,51 | 0,0888 | 1,5302 | 10953,80 |
| T O T A L | | | | 17,248.42 |

NOTA: La tasa de descuento es el costo de capital en el financiamiento. Pág. 72

El valor actual neto del proyecto es de \$17,248.42; esto explica que el VAN es positivo, el proyecto crea valor y por tanto la inversión es viable. De acuerdo a los datos obtenidos en el cálculo se puede establecer que el valor del VAN al ser positivo, la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

4.4.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en la alternativa de inversión seleccionada.

$$TIR = \sum (VAN/lo)^{1/n} - 1$$

Tabla #45 Tasa Interna de Retorno

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | |
|-------------------------|-----------|--------|----------------------|-------------------------|
| PERIODOS | VALORES | TIR | (1+TIR) ⁿ | FE/(1+TIR) ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 11262,65 | 0,2428 | 1,242814332 | 9062,21 |
| 2 | 12950,24 | 0,2428 | 1,544587464 | 8384,27 |
| 3 | 14085,77 | 0,2428 | 1,919635437 | 7337,73 |
| 4 | 15566,70 | 0,2428 | 2,385750433 | 6524,87 |
| 5 | 16761,51 | 0,2428 | 2,965044831 | 5653,04 |
| T O T A L | | | | 0.00 |

Se puede observar que el presente proyecto genera una TIR del 24.28% que es notablemente superior a la tasa de descuento o en otras palabras a la tasa de interés por la cual nos prestó el dinero el banco, por lo que se establece que el proyecto es claramente rentable ya que a más de estar acompañado por un VAN positivo, su porcentaje es mayor que el interés por el cual se realiza el crédito bancario para la inversión inicial.

4.4.6.3 Análisis de Sensibilidad

Para el presente proyecto se tomó en cuenta el modelo unidimensional (una sola variable) de sensibilización del VAN y TIR con una variación de incremento y decremento en los ingresos del 10% anual y que dan como resultado tres escenarios. Se han identificado tres escenarios, un pesimista en el cual se asume que la demanda disminuirá en un 10%, un escenario normal en que la demanda será igual al tamaño establecido para el proyecto y finalmente un escenario optimista en el cual la demanda se incrementará en un 10%.

Escenario Normal

En este escenario se mantienen los valores iniciales en el proyecto desarrollado.

Escenario Optimista

Este escenario es la más favorable para que el inversionista considere invertir en el proyecto, los flujos de fondos son considerablemente positivos dando como resultado un VAN rentable de \$22,669.48 y un TIR de 28.69%; a continuación el cálculo:

Tabla #46 Análisis de Sensibilidad Escenario Optimista (VAN)

| VALOR ACTUAL NETO | | | | |
|-------------------|-----------|------------|---------------------|-------------------------|
| PERIODOS | VALORES | Tasa Desc. | (1+Td) ⁿ | FE/(1+TIR) ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 12388,92 | 0,0888 | 1,0888 | 11378,50 |
| 2 | 14245,26 | 0,0888 | 1,1855 | 12016,25 |
| 3 | 15494,35 | 0,0888 | 1,2908 | 12003,68 |
| 4 | 17123,37 | 0,0888 | 1,4054 | 12183,98 |
| 5 | 18437,66 | 0,0888 | 1,5302 | 12049,18 |
| T O T A L | | | | 22,669.48 |

Tabla #47 Análisis de Sensibilidad Escenario Optimista (TIR)

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | |
|--------------------------------|----------------|------------|----------------------------|-------------------------------|
| PERIODOS | VALORES | TIR | (1+TIR)ⁿ | FE/(1+TIR)ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 12388,92 | 0,2869 | 1,286945366 | 9626,61 |
| 2 | 14245,26 | 0,2869 | 1,656228375 | 8601,03 |
| 3 | 15494,35 | 0,2869 | 2,131475432 | 7269,31 |
| 4 | 17123,37 | 0,2869 | 2,743092430 | 6242,36 |
| 5 | 18437,66 | 0,2869 | 3,530210091 | 5222,82 |
| T O T A L | | | | 0,00 |

Escenario Pesimista

Este escenario nos muestra una disminución de los ingresos en un 10%, los valores del VAN (11,826.37) y del TIR (16.69%) también bajan, aunque sin embargo siguen siendo positivos y factibles de invertir; a continuación el cálculo:

Tabla #48 Análisis de Sensibilidad Escenario Pesimista (VAN)

| VALOR ACTUAL NETO | | | | |
|--------------------------|----------------|-------------------|---------------------------|-------------------------------|
| PERIODOS | VALORES | Tasa Desc. | (1+Td)ⁿ | FE/(1+TIR)ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 10136,39 | 0,0888 | 1,0888 | 9309,68 |
| 2 | 11655,22 | 0,0888 | 1,1855 | 9831,48 |
| 3 | 12677,19 | 0,0888 | 1,2908 | 9821,19 |
| 4 | 14010,03 | 0,0888 | 1,4054 | 9968,71 |
| 5 | 15085,36 | 0,0888 | 1,5302 | 9858,42 |
| T O T A L | | | | 11,827.37 |

Tabla #49 Análisis de Sensibilidad Escenario Pesimista (TIR)

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | |
|--------------------------------|----------------|------------|----------------------------|-------------------------------|
| PERIODOS | VALORES | TIR | (1+TIR)ⁿ | FE/(1+TIR)ⁿ |
| 0 | -36962,12 | | | -36962,12 |
| 1 | 10136,39 | 0,1969 | 1,196947350 | 8468,53 |
| 2 | 11655,22 | 0,1969 | 1,432682959 | 8135,24 |
| 3 | 12677,19 | 0,1969 | 1,714846071 | 7392,61 |
| 4 | 14010,03 | 0,1969 | 2,052580460 | 6825,57 |
| 5 | 15085,36 | 0,1969 | 2,456830742 | 6140,17 |
| T O T A L | | | | 0,00 |

4.4.6.4 Periodo de recuperación de la inversión

Este índice nos indica el tiempo en el que vamos a recuperar la inversión, analizando la suma de los Flujos Netos de Efectivo con relación al periodo.

Tabla #50 Periodo de Recuperación de la Inversión

| RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | | | | |
|-------------------------------------|----------------|---------------------------|-------------|--------------|
| PERIODOS | VALORES | VALORES ACUMULADOS | AÑOS | MESES |
| 0 | -36962,12 | | 0 | |
| 1 | 11262,65 | 11262,65 | 1 | |
| 2 | 12950,24 | 24212,89 | 2 | |
| 3 | 14085,77 | 36962,12 | 3 | 10 |
| 4 | | | 4 | |
| 5 | | | 5 | |

De acuerdo con los valores calculados en el cuadro anterior, la inversión se recupera aproximadamente a los 2 años 10 meses, cuando se utilizan flujos de caja sin descontar, por lo que se considera atractivo para el inversionista.

4.4.6.5 Índices de rentabilidad

Utilizando cifras del estado de resultados proyectado, se determinarán los índices de Utilidad Bruta, Utilidad Operacional y Utilidad Bruta, sobre la base de las ventas.

Rentabilidad Bruta

$$\text{Rentabilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Bruta} = \frac{91,444.70}{103,200.00}$$

$$\text{Rentabilidad Bruta} = 88.61\%$$

La empresa obtendrá una rentabilidad bruta equivalente al 88.61% de las ventas netas.

Rentabilidad Operativa

$$\text{Rentabilidad Operativa} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Operativa} = \frac{22,812.68}{103,200.00}$$

$$\text{Rentabilidad Operativa} = 22.11\%$$

La empresa obtendrá una rentabilidad operativa equivalente al 22.11% de las ventas netas.

Rentabilidad Neta

$$\text{Rentabilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Neta} = \frac{10,829.47}{103,200.00}$$

$$\text{Rentabilidad Neta} = 10.49\%$$

La empresa obtendrá una rentabilidad neta equivalente al 10.49% de las ventas netas.

NOTA: Hay que destacar que los valores de rentabilidad expresados, se refieren a datos solo del primer año, por lo que los índices de rentabilidad tienden a incrementarse en los años siguientes de acuerdo a lo expresado en el estado de resultados y flujo de cajas proyectados.

5 Impactos

Una vez que se han cumplido los procesos iniciales del proyecto en el que se determina la factibilidad del mismo, es importante determinar los impactos que generaría su ejecución en base a diferentes aspectos:

Se ha considerado una metodología que sea de fácil entendimiento y que permita determinar los niveles de impacto del proyecto, la misma que es la siguiente:

Tabla #51 Medición de Niveles de Impacto

| NIVEL DE IMPACTO | INTERPRETACIÓN |
|-------------------------|-----------------------|
| -3 | ALTO NEGATIVO |
| -2 | MEDIO NEGATIVO |
| -1 | BAJO NEGATIVO |
| 0 | SIN IMPACTO |
| 1 | BAJO POSITIVO |
| 2 | MEDIO POSITIVO |
| 3 | ALTO POSITIVO |

Para la realización del análisis se aplicará una fórmula aritmética en la que se divide la sumatoria de los niveles para el número de indicadores, luego de lo cual se expone un breve análisis de los resultados obtenidos.

5.1 Impacto Sociocultural

Tabla #52 Impacto Socio Cultural

| NIVELES DE IMPACTO | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ● |
|--|----|----|----|---|---|---|---|----------|
| INDICADOR | | | | | | | | |
| Calidad en el servicio | | | | | | | ■ | 3 |
| Seguridad de Instalaciones | | | | | | ■ | | 2 |
| Actitud de Personal | | | | | ■ | | | 1 |
| TOTAL | | | | | 1 | 2 | 3 | 6 |
| $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{6}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = MEDIO POSITIVO$ | | | | | | | | |

ANÁLISIS

La calidad en el servicio que se proyecta con la implementación del proyecto, hace que exista una gran demanda de turistas, los que aspiran contar no solo con instalaciones acogedoras, sino con un servicio de primera, incrementando la demanda por sus servicios y disminuyendo los de las ofertas existentes. La seguridad también debe ser uno de los aspectos a tomar en cuenta en el proyecto, superando los miedos originados por la cercanía de Playa de Oro con la frontera colombiana. Del mismo modo, hay que establecer procedimientos que permitan una actitud orientada firmemente a la satisfacción de las necesidades de los clientes usuarios.

5.2 Impacto Económico

Tabla #53 Impacto Económico

| INDICADOR | NIVELES DE IMPACTO | | | | | | | |
|--|--------------------|----|----|---|---|---|---|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ● |
| Plazas de Trabajo | | | | | | | ■ | 3 |
| Desarrollo Turístico | | | | | | | ■ | 3 |
| Precios de Servicios | | | | | | ■ | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 2 | 6 | 8 |
| $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{8}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2.67 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = ALTO POSITIVO$ | | | | | | | | |

ANÁLISIS

La implementación del proyecto, generará plazas de empleo que serán ocupados por los comuneros, ya que se necesitarán guías, encargados del alojamiento, de alimentación, de mantenimiento, entre otros, como mano de obra directa de Playa de Oro. Es también importante recalcar que el proyecto aumentará los niveles de desarrollo turístico y por ende desarrollo socioeconómico de la comuna en general. Hay que acotar que los precios para los turistas son accesibles para los turistas que visitan Playa de Oro, la última comunidad del Río Santiago que ancestralmente protege su naturaleza.

5.3 Impacto Educativo

Tabla #54 Impacto Educativo

| INDICADOR | NIVELES DE IMPACTO | | | | | | | |
|--|--------------------|----|----|---|---|---|---|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ● |
| Valores de comuneros | | | | | | | ■ | 3 |
| Capacitación | | | | | | ■ | | 2 |
| Desarrollo Educativo | | | | | | | ■ | 3 |
| TOTAL | | | | | | 2 | 6 | 8 |
| $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{8}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2.67 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = ALTO POSITIVO$ | | | | | | | | |

ANÁLISIS

Los valores educativos de todos los comuneros que participen del proyecto verán incrementados sus valores educativos, pues mejorarán sus capacidades de manejo de empresas y recursos en bien de su comunidad. En cuanto a la capacitación, los procesos de enseñanza aprendizaje que se lleven a cabo en temas como atención al cliente, administración, manejo financiero, presentación, entre otros, servirán de base para una mejor capacidad y desarrollo personal de los comuneros. Concomitantemente el desarrollo educativo de los habitantes inmersos en el proyecto tendrá altos niveles de progreso.

5.4 Impacto Ambiental

Tabla #55 Impacto Ambiental

| INDICADOR | NIVELES DE IMPACTO | | | | | | | |
|--|--------------------|----|----|---|---|---|---|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ● |
| Conservación del Ambiente | | | | | | | ■ | 3 |
| Diferenciación de Residuos | | | | | | ■ | | 2 |
| Respeto a la fauna del sector | | | | | | | ■ | 3 |
| TOTAL | | | | | | 2 | 6 | 8 |
| $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{8}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2.67 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = ALTO POSITIVO$ | | | | | | | | |

ANÁLISIS

En cuanto al impacto ambiental generado del ambiente se debe expresar que Playa de Oro, con el proyecto que se implementará, seguirá impulsando la conservación del ambiente como siempre se lo ha hecho, sin explotar los recursos naturales indiscriminadamente y viviendo conforme a lo que sus agricultores cultivan. Del mismo modo, se fortalecerán procesos ya establecidos como la separación de residuos orgánicos e inorgánicos derivados de las actividades propias de la comunidad. Del mismo modo, se respetará la fauna del sector, evitando la cacería de especies que se mantienen vivas en el sector y que en otros sectores cercanos, están en plena extinción.

5.5 Impacto Global del Proyecto

Tabla #56 Impacto Global del Proyecto

| INDICADOR | NIVELES DE IMPACTO | | | | | | | |
|---|--------------------|----|----|---|---|---|---|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ● |
| Sociocultural | | | | | | ■ | | 2 |
| Económico | | | | | | | ■ | 3 |
| Educativo | | | | | | | ■ | 3 |
| Ambiental | | | | | | | ■ | 3 |
| TOTAL | | | | | | 2 | 9 | 11 |
| $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{11}{4}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2.75 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = ALTO POSITIVO$ | | | | | | | | |

ANÁLISIS

El proyecto del Centro de Turismo Comunitario, al ser considerado un proyecto de inversión que está orientado a mejorar las condiciones de vida de la comuna de Playa de Oro, al fomentar el cambio y desarrollo de la misma debe ser considerado alto positivo, por cuanto demostrará que es un proceso de cambios que va más allá de ser un buen negocio.

6 Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

- Es considerable el número de turistas que visitan la comuna de Playa de Oro en busca de tranquilidad, naturaleza pura y sano esparcimiento familiar y personal, que incluso ha sido promocionado en programas de televisión nacional como la única comunidad a lo largo del Río Santiago que respeta la naturaleza y sus componentes.
- El estudio técnico permitió establecer que para el desarrollo del Centro de Turismo Comunitario en Playa de Oro, se necesita un administrador, a más de coordinadores y ayudantes de hospedaje, alimentación, mantenimiento y guianza, de modo que se pueda cubrir eficientemente los mencionados servicios.
- La inversión inicial requerida para iniciar el proyecto es de \$37,126.27, distribuida en \$29,727.25 en activos fijos, \$885.00 en activos diferidos y \$6,514.02 como capital de trabajo.
- El análisis económico financiero permitió determinar que el proyecto es rentable y factible, obteniendo resultados del VAN (\$7,938.52) y el TIR (16.32%).
- Los impactos derivados del proyecto del Centro de Turismo Comunitario, es considerado alto positivo puesto que está orientado a mejorar las condiciones de vida de la comuna de Playa de Oro, al fomentar el cambio y desarrollo de la misma demostrando que es un proceso de cambios que va más allá de un negocio turístico.

6.1 Recomendaciones

- Se debe implementar el Centro de Turismo Comunitario en Playa de Oro, cumpliendo la estricta misión de brindar un servicio de calidad, en un ambiente de cordialidad y con obligatorio respeto a la naturaleza.

- Se debe tomar en cuenta los resultados del estudio técnico, respecto de contratar al personal suficiente para cubrir la demanda de los servicios, personal que debe estar capacitado en temas de administración, atención al cliente, manejo financiero, a fin de que se logre la plena satisfacción de los clientes usuarios.

- Para cubrir la inversión necesaria, las autoridades de la comunidad deben invertir el 40% de los recursos requeridos, derivados de los ingresos que reciben por ser la única comunidad que respeta y protege su naturaleza. El restante 60% debe ser tramitado con un crédito productivo en la Corporación Financiera Nacional.

- La viabilidad económica mostrada para la ejecución del proyecto, debe promover su ejecución para que se convierta en un instrumento de inversión capaz de generar rentabilidad, desarrollo turístico y socioeconómico para la comunidad y la provincia de Esmeraldas en general.

- Quienes hacen dirigencia en la comuna Playa de Oro, junto con los habitantes de la comunidad, deben aunar esfuerzos y planificar adecuadamente, la ejecución del proyecto en la zona, puesto que como se ha expresado a lo largo del estudio, es una fuente efectiva de mejoras a las condiciones de vida de todos quienes habitan en la comuna.

REFERENCIAS

- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (22 de Mayo de 2014). *Acerca de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 15 de Junio de 2015, de sitio web de Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*. Quito, Ecuador : Ed. Andrade.
- Anzola, S. (2001). *Como desarrollar una verdadera actitud emprendedora*. Monterrey, México: Ed. Itsem.
- Aquino, R. (31 de 01 de 2008). *Acerca de Oferta y Demanda*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2015, de sitio web de gestipolis.com: <http://www.gestipolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>
- Balladares, A. (2012). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Guayaquil, Ecuador : Ed. Gye.ecomundo.
- Boullón, R. (2000). *Planificación del Espacio Turístico*. México D.F: Ed. Trillas.
- Cámara de Turismo de Esmeraldas. (2015). *Cifras de Turismo en Esmeraldas*. Esmeraldas, Ecuador: Ed. Cámara de Turismo.
- Castillo, D., Araujo, K., & Burgos, L. (14 de Enero de 2013). *Acerca de Estudio Técnico, Económico y Organizacional*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2015, de sitio web de blogspot.com: <http://estudiotecnicoeconomicoorganizacional.blogspot.com/>
- Cedeño, D. (2013). *Estudio de Factibilidad para la implementación del turismo rural en la Finca Los Laureles del cantón Esmeraldas, recinto San Juan*. Esmeraldas, Ecuador : Ed. Pucese.

- CEPAM. (2012). *Manual de capacitación de emprendimientos productivos y culturales para grupos juveniles de Esmeraldas*. Ecuador: Centro Ecuatoriano para la Promocion y Accion de la Mujer - CEPAM.
- CEPAM. (2012). *Manual de capacitación de emprendimientos productivos y culturales para grupos juveniles de Esmeraldas*. Ecuador: CEPAM.
- Cervantes, S. (2012). Sé tu propia empresa. *Entrepreneur*, 58.
- Codeso. (s.f.). *Turismo en Playa de Oro*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2012, de <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoPlayadeOro01.html>
- Codeso. (s.f.). *Turismo en Playa de Oro*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2012, de <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoPlayadeOro01.html>
- Corrales Rosero, G. (s.f.). *Repositorio UTE*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de Plan estratégico de desarrollo turistico para el cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8368/1/37259_1.pdf
- Definicion.de. (s.f.). Recuperado el 06 de Agosto de 2013, de definición de modelo de negocio: <http://definicion.de/modelo.de/modelo-de-negocio/>
- Ecuador, G. N. (s.f.). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 2014, de ¿Qué es el IEPI?: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- EruditosWiki. (s.f.). *Turismo Comunitario en la Provincia de Esmeraldas*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de Turismo Comunitario en la Provincia de Esmeraldas: http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Turismo_Comunitario_en_la_Provincia_de_Esmeraldas

- Federación de Turismo Comunitario del Ecuador. (2013). *Turismo Comunitario en América Latina*. Cotopaxi, Ecuador: Ed. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2013). *Turismo Comunitario*. Quito, Ecuador: Ed. Martín Pescador.
- FEPTCE. (2007). *MANUAL DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR*. ECUADOR: FEPTCE.
- Fontalvo, M. (15 de Mayo de 2010). *Acerca de Introducción al Turismo*. Recuperado el 20 de Agosto de 2015, de sitio web de webquestceys.com: <http://www.webquestceys.com/majwq/wq/ver/17660>
- GADPE. (s.f.). *"Fortalecimiento de la iniciativa de turismo comunitario instalada en la Comuna PLaya de Oro, Parroquia Luis Vargas Torres, Cantón Eloy Alfaro"*.
- Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Ed. Sapin.
- Getz, D. (1992). *Modelo de Planificación en Turismo: Hacia la integración de la Teoría y Práctica*. New York, Estados Unidos: Ed. Tourism Management .
- Gobierno Provincial de Esmeraldas. (2010). *Fortalecimiento de la iniciativa de turismo comunitario instalada en la Comuna PLaya de Oro, Parroquia Luis Vargas Torres, Cantón Eloy Alfaro*. Esmeraldas, Ecuador: Ed. Gadpe.
- Gómez, A. (15 de Julio de 2005). *Acerca de Estudio Técnico*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2015, de sitio web de economia.unam.mx: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Griselle, J., & García, S. (s.f.). *Universidad Autónoma del Estado de México*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de Universidad Autónoma del Estado de México: <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev2/b05.html>

- Gross, M. (16 de Octubre de 2009). *Pensamiento Imaginativo*. Recuperado el 06 de Agosto de 2013, de Qué es un Modelo de Negocio? La fuente de tu competitividad: <http://manuelgross.bligoo.com/que-es-un-modelo-de-negocio-la-fuente-de-tu-competitividad>
- Grunewald. (s.f.). *Seguridad Hotelera: Una herramienta de competitividad en el mercado turístico actual*.
- Hora, D. L. (s.f.). *Noticias Esmeraldas - Turismo Comunitario, fuente de desarrollo*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/696256/%20Comunitario_en_la_Provincia_de_Esmeraldas#.UUyPJFJF4qM
- Ideas para Pymes. (2011). *¿Cómo evalúa el cliente tu servicio?: la importancia de saber mirar y escuchar*. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-atencion-clientes-servicios-comunicacion-mercadotecnia.html>.
- IEPI. (22 de Mayo de 2014). *Acerca de la Propiedad Intelectual* . Recuperado el 15 de Junio de 2015, de sitio web de Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual : <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- Importancia.Org. (16 de Mayo de 2013). *Importancia del Turismo* . Recuperado el 18 de Septiembre de 2015, de sitio web de Importancia.Org: <http://www.importancia.org/turismo.php>
- INEC. (2014). *Información provisional 2014, Dirección Nacional de Migración*. Quito, Ecuador: Ed. Inec.
- INEC, A. d. (Julio 2014). *Información provisional 2014, Dirección Nacional de Migración*. Ministerio de Turismo.
- Infoplanificacion. (13 de Septiembre de 2006). *infoplanificacion.blogspot.com*. Recuperado el 06 de Agosto de 2013, de http://infoplanificacion.blogspot.com/2006/09/definicion-de-conceptos_13.html

- Intelectual, I. E. (s.f.). *propiedad intelectual*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- James, R. (2011). Plan de Negocios. *Entrepreneur*, 58.
- James, R. A., Gómez Fernández, J. C., Lozano, J. A., & Ruben, E. M. (s.f.). Guía paso a paso para hacer un plan de Negocios. *Guías de Negocios Entrepreneur*.
- Junta de Andalucía. (s.f.). *Calidad de servicio y atención al cliente*. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>.
- Lera, J. (Abril de 2009). *Manual para Emprendedores*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2012, de www.emprender-online.com.ar: <http://www.emprender-online.com.ar/descargas/manual-emprendedores.pdf>
- Longenecker, J., Moore, C., Palich, L., & William, P. (2008). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Lengage Learning.
- Macias, A. S., Benites, R., & Rodríguez, J. (2011). *Programa de desarrollo rural del norte del Ecuador - Esmeraldas*. Esmeraldas: PUCESE-CID.
- Macias, A., Benites, R., & Rodriguez, J. (2011). *Programa de Desarrollo rural del norte del Ecuador - Esmeraldas*. Esmeraldas: PUCESE-CID.
- Macias, A., Benites, R., & Rodríguez, J. (2011). *Programa de Desarrollo rural del norte del Ecuador - Esmeraldas*. Esmeraldas - Ecuador: PUCESE-CID.
- Malhotra, N. (2007). *Investigación de Mercado, un enfoque práctico*. . México D.F: Ed. Prentice Hall Latinoamericana.
- Marín, H. (2012). *Recursos Naturales Turísticos*. México D.F: Ed. HM.

- Mariño, W. (2008). *100 Tips para crear tu propia empresa*. Quito - Ecuador: Aguilar.

- Ministerio de Comercio, I. y. (2010). <http://www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios/>. Recuperado el 9 de Diciembre de 2012, de <http://www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios/>: <http://www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios/>

- Ministerio de comercio, i. y. (2010). www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios. Recuperado el Domingo 9 de Diciembre de 2012, de http://www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios: http://www.pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/manual-para-hacer-planes-de-negocios

- Ministerio de Turismo. (Mayo de 2014). *optur.org estadísticas Mayo*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de Principales indicadores de turismo Mayo 2014: http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf

- Ministerio de Turismo. (agosto de 2014). *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2014*. Obtenido de [turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec/): http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

- Ministerio de Turismo. (27 de 09 de 2014). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Llegada de turistas crece en el mundo en 4,6%: <http://www.turismo.gob.ec/llegada-de-turistas-crece-en-el-mundo-en-46/>

- Ministerio de Turismo. (2015). *Boletín Trimestral de Turismo*. Quito, Ecuador: Ed. Mintur.

- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2012). *Entrada de extranjeros al Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Turismo.

- Ministerio de Turismo de Ecuador. (15 de Mayo de 2014). *Principales Indicadores de Turismo*. Recuperado el 12 de Febrero de 2015, de sitio web de Ministerio de Turismo de Ecuador: http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf
- Mintur. (2012). *Entrada de extranjeros al Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Miranda, M. (15 de Abril de 2001). *Acerca de los Recursos Naturales*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de sitio web de Cecies.Org: <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=222>
- Montaner, J. (2001). *Diccionario de Turismo*. México D.F: Ed. Sintesis.
- Montanes, E. d. (s.f.). *Para qué sirve una encuesta?* Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de <http://www.eldiariomontanes.es/v/20100418/opinion/articulos/para-sirve-encuesta-20100418.html>
- Ontaneda, E. (17 de Febrero de 2012). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2015, de sitio web de Quito Adventure.com: <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/turismo-comunitario-ecuador.html>
- Ortega, L., & Vicente, G. (2013). *Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en la parroquia de Toacaso*. Quito, Ecuador: Ed. Universidad Central.
- Ponti, F., & Ferrás, X. (2009). *Pasión por innovar*. Ecuador: Norma S.A.
- Ponti, F., & Ferrás, X. (2009). *Pasión por Innovar*. Ecuador: Norma S.A.
- Programa 21. (15 de Junio de 2000). *Contribuciones del fondo para el Medio Ambiente Mundial*. Washington D.C., EE.UU.

- Quijano, H. (s.f.). *El Binomio Producto - Mercado*. Recuperado el 01 de 07 de 2014, de articulos informativos: http://www.articulosinformativos.com/El_Binomio_Producto_Mercado-a1152562.html
- Quiñonez, X. (2013). *Turismo en Esmeraldas*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de <http://www.turismoesmeraldas.com/>
- Ramos, C. A. (2007 - 2008). PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO DE LA COMUNA LA LIBERTAD, PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTON ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina. (2010). *Negocios Turísticos con Comnidades*. Quito, Ecuador : Ed. Redtours.
- Rincón, S., Ochoa, M., & Padilla, A. (15 de Febrero de 2010). *Acerca de planificacion-de-proyectos.blogspot.com*. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de Sitio web de planificacion-de-proyectos.blogspot.com: <http://planificacion-de-proyectos.blogspot.com/2010/02/estudio-economico-y-financiero-de-un.html>
- Rivera, X. (2013). *El Turismo Rural Comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenido*. Tegucigalpa. Honduras: Ed. Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Rodríguez, R. (2011). *Emprendedor Éxito*. México, D.F.: Educación.
- Sanchez, M. (2011). Cómo desarrollar tu plan paso a paso. *Entrepreneur*, 48-53.
- Santos, L. (1 de Abril de 2008). *Acerca de Estudio Técnico*. Recuperado el 8 de Febrero de 2015, de sitio web de admluisfernando.blogspot.com: <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Schermerhorn, J. (2006). Estrategia y Espiritu Emprendedor. En J. Schermerhorn, *Administración* (págs. 173-177). México: Limusowiley.

- Schermerhorn, J. (2006). Estrategia y Espíritu Emprendedor. En S. John, *Administración* (págs. 173-177). México: Limusowiley.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del Consumidor*. México: S.A. Alhambra Mexicana.
- School, A. H. (2011). *andragogy.org*. Recuperado el 28 de 11 de 2013, de ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y FUSIONES: http://www.andragogy.org/_Cursos/Curso00169/Temario/pdf%20leccion%2003/TEMA_3_pyme.pdf
- Scribd. (s.f.). *Scribd.com*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/4875003/METODOS>
- Secretaría de Turismo de México. (2010). *Programa Nacional de Turismo*. México D.F: Ed. Setume.
- *Seguros para todos*. (s.f.). Obtenido de ¿qué es el seguro?: <http://www.segurosparatodos.org/definicion-seguro-asegurar/>
- Turismo. (24 de abril de 2015). *turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/tag/ingreso-de-turistas-2015/>
- Turismo, M. d. (MAYO de 2014). *PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO*. Obtenido de http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf
- Turismo, M. d. (s.f.). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/registro-centros-de-turismo-comunitario/>
- Villalobos, J. (2012). Ahora, arma un modelo de negocios. *Entrepreneur*, 56 - 66.
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de Negocios*. bvconsulting.

ANEXOS

Anexo 1

El procedimiento para mejorar el producto turístico comunitario, se detalla a continuación:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad haya recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos.

Anexo 2



**SOLICITUD DE REGISTRO
CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS**



.....,a.....de.....del 20.....

Yo, en calidad de Representante Legal de la Comunidad con cedula de ciudadanía No.Nombramiento que fue aprobado en fechasolicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Registrar las actividades turísticas que se desarrollarán en nuestra Comunidad, y que tienen las siguientes características:

Personería Jurídica:

Ubicación de la Comunidad:.....

Provincia Cantón Ciudad

Contactos de la Comunidad: e-mail..... Teléfono:.....

Página Web

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Descripción de las Actividades Turísticas:

Alojamiento:.....

Alimentos y Bebidas.....

Otros.....

Observaciones:.....

.....

.....

Atentamente, _____

REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMUNIDAD



SOLICITUD DE REGISTRO



CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

REQUISITOS PARA REGISTRO CENTROS TURÍSTICOS **COMUNITARIOS**

- 1. Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- 2. Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- 3. Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- 4. Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- 5. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- 6. Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- 7. Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- 8. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- 9. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

Anexo 2 – Formato de Encuestas

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LA PROVINCIA

Estimado (a) Sr. (a), estamos realizando una investigación en torno a un plan de negocios para la creación de un Centro de Turismo Comunitario en la comuna Playa de Oro. Le pedimos por favor, que colabore en la realización del presente estudio investigativo, respondiendo de la forma más objetiva posible las siguientes preguntas:

1.- ¿Cuántas veces al año visita la provincia de Esmeraldas?

UNA VEZ

DOS VECES

MÁS DE TRES VECES

2.- ¿Qué lugares visita en la provincia de Esmeraldas para recrearse?

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL NORTE (PLAYA DE LAS PEÑAS, TOLITA PAMPA DE ORO, PLAYA DE ORO, MANGLARES DE MAJAGUAL, FIESTAS DE CANCHIMALERO)

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO (QUININDÉ, LAGUNA DE CUBE, CUEVAS EL COLORADO, RESERVA CANANDÉ)

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL SUR (PLAYA DE TONSUPA, ATACAMES, SÚA, SAME, ESTERO DE PLÁTANO)

3.- ¿Qué tipo de actividad turística desarrolla en los lugares que visita?

ECOTURISMO

TURISMO DE SOL Y PLAYA

TURISMO CULTURAL

TURISMO COMUNITARIO

TURISMO DEPORTIVO

TURISMO DE AVENTURA

TURISMO GASTRONÓMICO

TURISMO DE MAR

4.- ¿Con quién o quienes visita regularmente los sitios turísticos en la provincia de Esmeraldas?

FAMILIA

AMIGOS

COMPAÑEROS DE TRABAJO

PAREJA

SOLO

5.- ¿Cuál es el tiempo promedio que utiliza para las visitas a los atractivos turísticos de su preferencia?

1-2 DÍAS

2-3 DÍAS

5-6 DÍAS

MÁS DE 7 DÍAS

6.- ¿Cuál es el gasto promedio que realiza por persona cuando visita estos atractivos turísticos esmeraldeños?

ENTRE 15 Y 25 USD

ENTRE 30 Y 40 USD

ENTRE 45 Y 50 USD

MÁS DE 50 USD

7.- ¿Cree usted que el turismo comunitario puede ser una opción para sus próximas visitas turísticas a la provincia de Esmeraldas?

SI

NO

8.- ¿Sabía usted que la Comuna Playa de Oro, al norte de la provincia de Esmeraldas, posee atractivos turísticos que le permiten estar en contacto directo con la naturaleza en un ambiente puro, sano y de mucha tranquilidad?

SI

NO

9.- ¿Sabiendo que tiene la posibilidad de hospedarse y de gozar de variada y rica gastronomía, visitaría usted la Comuna Playa de Oro en uno de sus próximos viajes a la provincia de Esmeraldas?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
EGDA. BETTY CASTILLO M.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE LA COMUNIDAD

Estimado (a) Sr. (a), estamos realizando una investigación en torno a un plan de negocios para la creación de un Centro de Turismo Comunitario en la comuna Playa de Oro. Le pedimos por favor, que colabore en la realización del presente estudio investigativo, respondiendo de la forma más objetiva posible las siguientes preguntas:

1.- ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?

COMERCIAL (Tiendas)

PRODUCCIÓN (Agricultura, Ganadería)

SERVICIOS (Copiadoras)

EMPLEADO

2.- ¿Cree usted que la Comuna Playa de Oro, está en condiciones de fomentar el turismo comunitario en el sector?

SI

NO

3.- ¿Qué actividades turísticas considera se pueden realizar en la comuna Playa de Oro?

RECORRIDO CON GUÍAS NATIVOS

OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA

DEGUSTACIÓN DE PLATOS TÍPICOS

VENTA DE ARTESANÍAS

PASEOS POR EL RÍO

PROMOCIÓN DE EVENTOS CULTURALES

4.- ¿Qué aspectos considera usted, deben mejorarse para el desarrollo turístico de la Comuna Playa de Oro?0981700249

SERVICIOS BÁSICOS

PROMOCIÓN TURÍSTICA

INFRAESTRUCTURA VÍAL

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

PARTICIPACIÓN DE AUTORIDADES

5.- ¿Le gustaría participar en el desarrollo turístico de la Comuna Playa de Oro?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
EGDA. BETTY CASTILLO M.

Anexo 3 – Fotografías

