



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
“MANUEL FÉLIX LÓPEZ”**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON
MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN AGROINDUSTRIAL Y
AGROPECUARIA**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO DEL
CANTÓN BOLÍVAR**

AUTORES:

**EVELYN J. QUIJIJE GARCÍA
LUIS A. VARGAS HOLGUÍN**

TUTOR:

ING. BENIGNO ALCÍVAR MARTÍNEZ MBA.

CALCETA, NOVIEMBRE 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Evelyn Juleidy Quijije García con cédula de ciudadanía 1310473952 y Luis Antonio Vargas Holguín, con cédula de ciudadanía 1316049814, declaran bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: “Estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar” es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

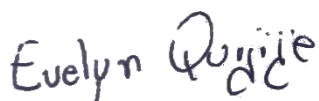
A través de la presente declaración cedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autores sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

EVELYN J. QUIJIJE GARCÍA
CC: 1310473952

LUIS A. VARGAS HOLGUÍN
CC: 1316049814

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Evelyn Juleidy Quijije García con cédula de ciudadanía 1310473952 y Luis Antonio Vargas Holguín, con cédula de ciudadanía 1316049814, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: “Estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría



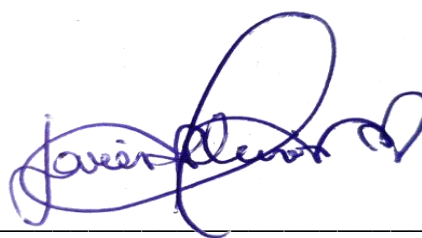
EVELYN J. QUIJIJE GARCÍA
CC: 1310473952



LUIS A. VARGAS HOLGUÍN
CC: 1316049814

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Benigno Alcívar Martínez, certifica haber tutelado la tesis **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO DEL CANTÓN BOLÍVAR”**, que ha sido desarrollada por Evelyn Juleidy Quijije García y Luis Antonio Vargas Holguín, previa la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención Especial en Administración Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



ING. BENIGNO ALCÍVAR MARTÍNEZ

CC: 1309511911

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos miembros del tribunal correspondiente, declaramos que se ha APROBADO el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO DEL CANTÓN BOLÍVAR”**, que ha sido desarrollada, y sustentada por Evelyn Juleidy Quijije García y Luis Antonio Vargas Holguín, previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención Especial en Administración Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Ing. Wladimir Alexander Palacios Zurita, Mg.

CC: 1803296498

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Cesar Andrade Moreira, Mg.

CC:1308649290

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ing. María José Valarezo Molina, MBA.

CC: 1309252409

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme luchar por mis sueños y lograr alcanzarlos.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A mi madre, por ayudarme en esta larga trayectoria, que sin duda alguna es el regalo más grande que me pudo dar, se lo debo todo a ella por hacer de mí, una mejor persona,

A mi segunda mamá quien me acogió en su hogar durante meses, para economizar gastos,

A mis abuelitos que con cada granito de arena me daban ánimos de continuar con mis estudios, por estar siempre presentes en mi vida,

A mi esposo, que sin duda alguna ha luchado conmigo en cada paso que he dado, ayudándome a ser mejor persona y sobre todo una excelente profesional.

EVELYN JULEIDY QUIJIJE GARCÍA

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme todos los días.

A mis padres por ser mis mejores amigos, mis aliados, mi ejemplo, gracias por todo el apoyo en esta tesis y en mi vida.

A mis amigos gracias por su infinita paciencia, por su irrenunciable ayuda, esta tesis también es de ustedes, los aprecio mucho.

A todos mis amigos, compañeros y maestros de la ESPAM MFL, que formaron parte de esta aventura y que siempre quedarán en mis recuerdos. Gracias por todo el apoyo recibido.

LUIS ANTONIO VARGAS HOLGUÍN

DEDICATORIA

A Dios padre celestial, quien me permitió luchar por mis sueños, a no decaer y seguir con la frente en alto hasta conseguirlo, a mi madre que siempre quiso y quiere lo mejor para mí, a mi familia por estar presente en este caminar con cualquier granito de arena, a mi esposo quien me apoyo para seguir adelante con mi carrera universitaria y a todos quienes me estiman y creen en mí.

EVELYN JULEIDY QUIJIJE GARCÍA

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado a Manuel Vargas y Luisa Holguín. Gracias por atreverse a confiar en mí; es evidente que sin ustedes este sueño nunca hubiera podido ser concluido. Humildemente ustedes son la base de mi vida profesional y en todo momento estaré agradecido. Verdaderamente no hay palabras que logren expresar lo mucho que quiero agradecerles.

LUIS ANTONIO VARGAS HOLGUÍN

CONTENIDO GENERAL

PORTADA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	III
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	V
AGRADECIMIENTO	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
DEDICATORIA	IX
CONTENIDO GENERAL	X
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS	XVII
ÍNDICE DE ECUACIONES	XVII
RESUMEN	XVIII
PALABRAS CLAVES	XVIII
ABSTRACT	XIX
KEYWORDS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.4. IDEA A DEFENDER	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	5
2.2. TURISMO Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE	6
2.3. EL MERCADO TURÍSTICO	7
2.3.1. DEMANDA TURÍSTICA.....	8
2.3.2. OFERTA TURÍSTICA.....	9

2.4.	CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	10
2.5.	PROYECTO TURÍSTICO.....	10
2.6.	SERVICIO TURÍSTICO.....	11
2.7.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	11
2.7.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	12
2.7.2.	PROYECTO FACTIBLE	14
2.7.3.	COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	15
2.8.	ESTUDIO DE MERCADO.....	15
2.8.1.	IMPORTANCIA DE UN ESTUDIO DE MERCADO	17
2.8.2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	18
2.8.3.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	19
2.8.4.	ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN.....	19
2.8.5.	ANÁLISIS FODA	20
2.9.	ESTUDIO TÉCNICO	21
2.9.1.	COMPONENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO	21
2.9.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	22
2.9.3.	TAMAÑO DEL PROYECTO	23
2.9.4.	DISTRIBUCIÓN EN LA PLANTA	24
2.9.5.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	25
2.10.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	25
2.10.1.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	26
2.10.2.	PLANIFICACIÓN.....	26
2.10.3.	IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN	27
2.10.4.	ORGANIGRAMA.....	28
2.10.5.	CAPITAL DE TRABAJO.....	29
2.11.	ESTUDIO LEGAL	29
2.12.	ESTUDIO FINANCIERO	30

2.12.1. PRESUPUESTO	30
2.12.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	31
2.12.3. ACTIVOS FIJOS	33
2.12.4. ACTIVOS INTANGIBLES.....	34
2.12.5. COSTOS OPERACIONALES.....	35
2.12.6. GASTOS DE VENTA	36
2.12.7. GASTOS FINANCIEROS.....	36
2.12.8. DEPRECIACIÓN.....	36
2.12.8.1. TIPOS DE DEPRECIACIÓN	37
2.12.9. FINANCIAMIENTO DE INVERSIÓN	38
2.12.10. ESTADO DE RESULTADO.....	38
2.12.11. FLUJOS DE EFECTIVO.....	38
2.12.12. BALANCE GENERAL	39
2.12.13. VAN / TIR.....	39
2.13. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	40
2.14. EMPRESA	41
2.15. EMPLEO.....	43
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	44
3.1. UBICACIÓN.....	44
3.2. DURACIÓN.....	44
3.3. VARIABLES EN ESTUDIO	44
3.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	44
3.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	45
3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	45
3.4.1. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	45
3.4.2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	46
3.4.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	46

3.5. MÉTODOS	46
3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO - DEDUCTIVO	47
3.5.2. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO	47
3.5.3. MÉTODO DELPHI	47
3.6. TÉCNICAS	48
3.6.1. ENTREVISTA	48
3.6.2. LA ENCUESTA.....	48
3.7. HERRAMIENTA	49
3.7.1. CUESTIONARIO.....	49
3.7.2. ANÁLISIS PESTEL.....	49
3.7.3. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	49
3.7.4. ANÁLISIS FODA	50
3.7.5. SOFTWARE MICROSOFT VISIO.....	50
3.7.6. ESCALA DE LIKERT	50
3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA	50
3.9. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
3.9.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO PUERTO ALTO PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PROYECTO.....	53
3.9.2. FASE 2: APLICACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.....	54
3.9.3. FASE 3: ESTABLECER UN ESTUDIO TÉCNICO QUE PERMITA LA DETERMINACIÓN DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.....	55
3.8.4. FASE 4: DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO- FINANCIERA PARA LA ESTIMACIÓN DE LOS COSTOS ASOCIADOS AL PROYECTO.....	55

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	57
4.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO PUERTO ALTO PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PROYECTO.	57
4.1.1. Análisis del macro entorno mediante la herramienta PESTEL	57
4.1.2. Análisis del microentorno (5 fuerzas de PORTER)	63
4.1.3. MATRIZ FODA.....	66
4.1.6. Elaboración de la encuesta y la entrevista de acuerdo a las necesidades del proyecto	69
4.1.7. Validación de instrumento mediante el método DELPHI	69
4.1.8. Caracterización de los candidatos que conformarán el equipo de expertos	70
4.1.9. Aplicación de entrevista a profesionales para el diagnóstico del estado del sector turístico Puerto alto.....	76
4.2. FASE 2: APLICACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.	78
4.2.1. Segmentación del mercado.....	78
4.2.2. Aplicación y análisis de la encuesta	80
4.2.4. Determinación de la oferta y demanda insatisfecha	94
4.3. FASE 3: ESTABLECER un estudio técnico para la determinación de la ingeniería del proyecto turístico en el sector Puerto Alto	95
4.3.1. Identificación de la localización del proyecto	95
4.3.2. Descripción del tamaño del proyecto.....	96
4.3.3. Determinación de la Ingeniería del proyecto turístico	96
4.4. FASE 4: DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA QUE DETERMINE LOS COSTOS ASOCIADOS AL PROYECTO.....	107
4.4.1. Descripción del presupuesto	108
4.4.3. Análisis del flujo de caja proyectado.....	112

4.4.3. Desarrollo de la evaluación financiera	115
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
5.1. CONCLUSIONES	117
5.2. RECOMENDACIONES.....	118
ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. Estratificación de la muestra	52
Tabla 4.1. Matriz FODA del Sector Puerto Alto	66
Tabla 4.2. Matriz de factores internos EFI	67
Tabla 4.3. Matriz de factores externos EFE	68
Tabla 4.4. Candidatos que conformarán el equipo de expertos	70
Tabla 4.5. Determinación de Coeficiente de Conocimiento de Expertos.	72
Tabla 4.6. Patrón estándar para calcular el Coeficiente de Argumentación.	72
Tabla 4.7. Determinación de Coeficiente de Argumentación	73
Tabla 4.8. <i>Nivel de competencia de los expertos</i>	74
Tabla 4.9. <i>Puntuación de los expertos para la encuesta</i>	74
Tabla 4.10. Puntuación de los expertos para la entrevista.	75
Tabla 4.11. Segmentación del mercado para la implementación del proyecto turístico Puerto Alto.	79
Tabla 4.12. Tabulación edad de la población económicamente activa.	80
Tabla 4.13. Tabulación de la población económicamente activa.	81
Tabla 4.14. <i>Tabulación de la población económicamente activa</i>	81
Tabla 4.15. Tabulación ocupación de la población económicamente activa.	82
Tabla 4.16. Tabulación sobre el conocimiento del Sector Puerto Alto	83
Tabla 4.17. Tabulación sobre el Sector Puerto Alto	83
Tabla 4.18. Puntos turísticos en el Sector Puerto Alto	84
Tabla 4.19. <i>Tabulación sobre las visitas a Puerto Alto</i>	85
Tabla 4.20. Tabulación sobre el potencial turístico del Sector Puerto Alto	86
Tabla 4.21. Tabulación sobre las actividades a realizar en Puerto Alto	86
Tabla 4.22. Tabulación sobre el interés de Puerto Alto por sus atractivos	87
Tabla 4.23. <i>Tabulación sobre la gastronomía</i>	88
Tabla 4.24. <i>Nivel de aceptación de las actividades turísticas en el sector</i>	89
Tabla 4.25. <i>Tabulación sobre la frecuencia de visitas a un atractivo turístico</i>	89
Tabla 4.26. <i>Aporte del turismo rural a las condiciones laborales, económicas y sociales de las familias</i>	90
Tabla 4.27. <i>Tabulación sobre otros sectores del Cantón Bolívar</i>	91
Tabla 4.28. <i>Tabulación sobre el apoyo de la ciudadanía en las actividades turísticas</i>	92
Tabla 4.29. <i>Tabulación sobre el desarrollo del turismo para la comunidad</i>	92
Tabla 4.30. <i>Tabulación sobre los atractivos turísticos del Cantón Bolívar</i>	93
Tabla 4.31. <i>Población del Cantón Bolívar</i>	94
Tabla 4.32. Equipamiento, Muebles y Enseres	97
Tabla 4.33. <i>Gastos en mantenimiento de equipos</i>	98
Tabla 4.34. <i>Gastos en publicidad</i>	98
Tabla 4.35. <i>Gastos en Servicios Básicos</i>	98
Tabla 4.36. <i>Gastos en Suministro de oficina</i>	98
Tabla 4.37. <i>Gastos en Muebles de oficina</i>	98
Tabla 4.38. <i>Gastos en Equipos y Enseres</i>	99
Tabla 4.39. <i>Gastos de Infraestructura del Complejo Turístico</i>	99

Tabla 4.40. Gastos en personal	100
Tabla 4.41. <i>Valores, artículos publicitarios y materiales POP</i>	108
Tabla 4.42. <i>Activos Fijos, Nominales y Capital de trabajo</i>	108
Tabla 4.43. Cuadro de inversiones	109
Tabla 4.44. Amortización del financiamiento bancario	109
Tabla 4.45. Costos asociados a los paquetes turísticos	111
Tabla 4.46. Análisis y proyección de ventas, de costos del servicio y de gastos de personal para el Año 1	113
Tabla 4.47. Análisis y proyección de ventas, de costos del servicio y de gastos de personal a 5 años	114
Tabla 4.48. Depreciación de activos.	115
Tabla 4.49. Estado de Resultados.....	115
Tabla 4.50. Evaluación Financiera	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Mapa de la ciudad de Calceta Cantón Bolívar	44
Figura 4.1. Contribución directa del turismo al PIB	59
Figura 4.2. Gasto total turismo interno en Ecuador	60
Figura 4.3. Análisis de las 5 fuerzas de Porter	63
Figura 4.4. Localización del Sector Puerto Alto	96
Figura 4.5. Estructura organizacional para el proyecto turístico	100
Figura 4.6. Plano de Detalle de Cabañas.....	104
Figura 4.7. Plano de Detalle de Edificio de Administración	104
Figura 4.8. Implantación del Complejo Turístico.	105
Figura 4.9. Diagrama de flujo del proceso de prestación de servicio turístico	106

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 3.1. Fórmula de la muestra	51
Ecuación 3.2. Estratificación de la muestra	52
Ecuación 4.1. Fórmula para el coeficiente de conocimiento o información	71
Ecuación 4.2. <i>Fórmula del coeficiente de expertos</i>	73
Ecuación 4.3. <i>Fórmula para el cálculo de cada experto</i>	74

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar provincia de Manabí, para su desarrollo fue necesario aplicar un estudio descriptivo y de campo, requiriendo la aplicación metodológica de cuatro fases, donde se inició con un diagnóstico situacional de la zona prevista para su implementación a través de instrumentos de recolección de datos como la entrevista, sirviendo de base para analizar el macroentorno haciendo uso de herramientas como el Pestel y el micro entorno, mediante las 5 fuerzas de Porter y la matriz FODA;EFE; EFI, luego, para conocer la demanda potencial del sector turístico, se aplicó un estudio de mercado, y consecuentemente mediante la fase tres se realizó un estudio técnico, mientras en la etapa cuatro se aplicó un análisis económico-financiero. Los datos resultantes permitieron establecer la viabilidad de mercado, técnica y económica, debido a que, se observó un alto nivel de aceptación por parte de la población encuestada, el área cumple con las condiciones ambientales adecuadas, además, el cálculo de los indicadores financieros refleja rentabilidad en la inversión con un periodo de recuperación de cuatro años, datos que permiten concluir que es factible la puesta en marcha del proyecto.

PALABRAS CLAVE

Estudio de factibilidad, implementación, proyecto turístico, desarrollo socio-económico.

ABSTRACT

The general objective of this research was to conduct a feasibility study for the creation of a tourist center in the Puerto Alto sector in Bolivar Canton, Manabi province, for its development it was necessary to apply a descriptive and field study, requiring the methodological application of four phases, which began with a situational diagnosis of the area planned for its implementation through data collection instruments such as interviews, serving as a basis for analyzing the macro environment using tools such as the Pestel and the micro environment, through Porter's 5 forces and the SWOT matrix; EFE; EFI, then, to know the potential demand of the tourism sector, a market study was applied, and consequently through phase three a technical study was carried out, while in stage four an economic-financial analysis was applied. The resulting data made it possible to establish market, technical and economic feasibility, since there was a high level of acceptance by the surveyed population, the area complies with the appropriate environmental conditions, and the calculation of the financial indicators reflects the profitability of the investment with a recovery period of four years, which leads to the conclusion that the project is feasible.

KEYWORDS

Feasibility study, implementation, tourism project, socio-economic development.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

“El turismo se ha convertido en el eje de la actividad económica y social de varios países en el mundo, siendo este un instrumento para el desarrollo integral e inclusivo” (El Ministerio de Turismo, 2018). En 2019, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), “se registraron en todo el mundo más de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la quinta parte de la población mundial” (Díaz, 2020). Lo cual implica que desarrollar el potencial propio de cada nación, se constituye en una hazaña en pro del bienestar social y económico de sus pueblos.

Ecuador, es un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía. El turismo de masas evidencia importantes problemas como la masificación, la degradación de las costas o la pérdida de calidad en la experiencia turística. Ecuador puede aprovechar las experiencias de otros países, apostando por un modelo turístico más sostenible (Núñez, 2017). Además, mediante su aprovechamiento, se incrementarían las posibilidades para salir de la crisis, generar un cambio positivo en la economía del país, requiriéndose para ello profesionales con nuevas ideas y propuestas que atraigan al turista y motiven e incentiven su retorno (Prado, 2020).

Según el Ministerio de Turismo, (2016), citado por Álava (2018) “Manabí provincia costera de Ecuador, está ubicada en la zona territorial 4 conjuntamente con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, tiene 18.870 Km². La actividad turística le ha convertido en una de las provincias más visitadas por turistas nacionales y extranjeros especialmente en sitios más destacados como el Parque Nacional Machalilla, las playas de Puerto López, Portoviejo, Sucre, y los Frailes siendo unas de las más visitadas por su atractivo al ser su arena blanca. La provincia costera posee un potencial turístico no explotado en su

totalidad, lo cual la convierte en un punto estratégico para desarrollar proyectos de inversión que potencien la economía de este sector.

Tomando de referencia lo antes descrito se plantea mediante el presente proyecto desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro turístico en el sector puerto alto del cantón Bolívar, ubicado en la vía Quiroga-Membrillo su explotación con fines recreativos no ha sido aprovechada; además la creciente migración, falta de empleo, organización, y el poco interés en este tipo de inversión son elementos a ser aprovechados, mediante su desarrollo se busca ver la viabilidad comercial, técnica y financiera, así como reducir riesgo durante la puesta en marcha, sabiendo que, de una planificación adecuada depende la fiabilidad y éxito de la inversión.

¿Cómo el estudio de factibilidad permite la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar, que aporte a la reactivación de la oferta turística, estableciendo la viabilidad de este tipo inversión, para este fin, la investigación es sustentada desde el campo social, económico, y legal.

En lo social implementar un proyecto de turismo, beneficia a los individuos en la creación de nexos, administración de tiempo, nuevas expectativas de educación y viaje; los cuales se reflejan en la mejora de la calidad de vida (Santamaría y López, 2019) de la población del sector puerto alto y del cantón Bolívar, además se contribuiría con un espacio de recreación donde las familias puedan distraerse y relajarse de lo rutinario o monótono, convirtiéndose en un escape de lo cotidiano de la vida.

Añadido a lo anterior, se aportaría a la economía local, debido a que se

impulsaría el desarrollo de zonas de ocio o vacaciones, lo cual atraería a turistas, que a la vez generarían la circulación de activos, además el plan de inversión apuesta a la creación de nuevas fuentes de empleo y a la vez al desarrollo de las áreas involucradas, abriendo nuevas oportunidades para las pequeñas y medianas empresas, así como para los sectores informales y rurales de la economía bolivarenses.

El sustento legal para el desarrollo del estudio, partiendo de lo referenciado por la Ley de Turismo, expedida bajo Registro Oficial Suplemento 733 (2002), en su artículo 1, de los principios de la actividad turística, literal a, expresa “la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; siendo una de las bases fundamentales en la consecución de la presente planificación, mediante la declaración normativa que rige a un proyecto turístico, para aporte al crecimiento económico del país, dentro del margen de las leyes ecuatorianas, procurando la protección y sostenibilidad de las zonas de influencia de la inversión.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar provincia de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar el estado actual del sector turístico Puerto Alto para el análisis del entorno del proyecto.
- Aplicar un estudio de mercado para conocer la demanda potencial del proyecto turístico en el sector Puerto Alto.

- Establecer un estudio técnico para la determinación de la ingeniería del proyecto turístico en el sector Puerto Alto.
- Desarrollar la evaluación económico-financiera para la estimación de los costos asociados al proyecto.

1.4. IDEA A DEFENDER

El estudio de factibilidad permitió identificar la viabilidad de implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se da a conocer teóricamente los temas de estudio del presente proyecto, respaldados por diversos autores, y enriquecida a través de información de sitios web, revistas científicas, libros, y artículos científicos. A continuación, se detalla el hilo conductor, figura 2.1.

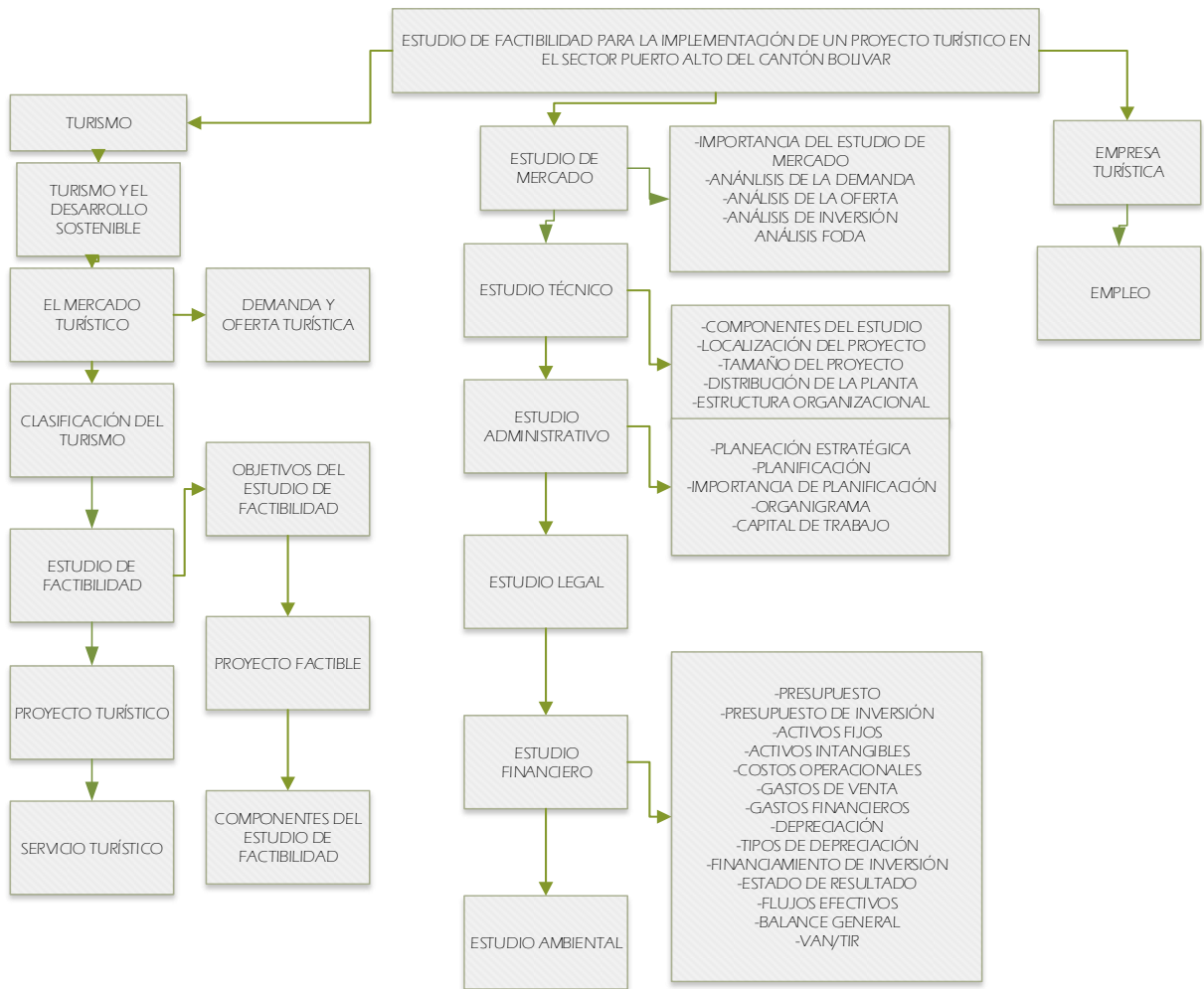


Figura 2.1. Hilo conductor
Elaborado por: Los autores

2.1. TURISMO

Según Buhalis y Law (2008) citado por Rodríguez (2018) define el turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, por motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. La industria internacional del turismo es el mayor proveedor de empleos del planeta y cuenta con variedad de actores heterogéneos”.

A medida de los años el turismo va desarrollando y empleando nuevas formas de potenciar los lugares donde no todas las personas acuden, es decir que actualmente, con la era de la tecnología por medio de publicidades en las redes sociales, se puede manifestar y establecer los puntos de encuentro de los sitios fuera de la ciudad, donde se desarrollan actividades al aire libre, paseos en botes, entre otras destrezas, gracias a la tecnología que actualmente existe estos sitios rurales van generando mayor fuentes de ingresos, siendo así es de mucha importancia despejar la mente de las actividades cotidianas, gracias al desarrollo del turismo.

Por otra parte, para Huertas et al. (2020), “el turismo sostenible puede definirse como aquel que tiene en consideración las consecuencias económicas, sociales y ambientales presentes y futuras del desarrollo de sus actividades, enfocándose en complacer las exigencias de los turistas, la industria, el planeta y las poblaciones residentes en estos lugares se espera que llene las expectativas y complazca a los visitantes, asegurando una experiencia inolvidable para los turistas, creando conciencia con respecto a la importancia de la sostenibilidad, promocionando modalidades de turismo que consideren al medioambiente.

2.2. TURISMO Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Establece Pérez (2017) que “el turismo se ha concebido como una actividad económica o un negocio que convierte en mercancía todo lo que existe y qué actuando bajo un modelo insostenible de consumo y producción, tiene un efecto

positivo sobre la balanza comercial de los países receptores de turistas. Sin embargo, la importancia de la actividad turística va más allá de la esfera económica, cuyo análisis e interpretación requiere el estudio de sus impactos para cada una de sus múltiples dimensiones”

Una estrategia para reducir los impactos mundiales que genera una práctica inadecuada del turismo se han desarrollado un sin número de iniciativas a nivel mundial con el fin de preservar la actividad turística, pero sin interrumpir el desarrollo del medio ambiente con su fauna y flora (Lanlagui et al., 2017).

Por ello el desarrollo sostenible del turismo, es aquel donde se considera las situaciones tanto económicas, sociales y ambientales, que a su vez dan un enfoque de integridad, destacando puntos relevantes acerca de las necesidades económicas, el crecimiento se debe lograr, con el respeto a la naturaleza y a la sociedad, sobre todo saber llegar a los lugares más alejados, en el cual se generen nuevas fuentes de ingresos, o, dicho de otra forma, nuevos mercados.

2.3. EL MERCADO TURÍSTICO

Según Orgaz y Moral (2016) el turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Cabe indicar que esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, contribuyendo al patrimonio como un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos (Orgaz y Moral, 2016).

Por otra parte, Mogollón (2020) indica que el turismo es una actividad que necesita de un proceso de innovación permanente debido a los constantes cambios sociales, económicos y culturales a los que se enfrenta. La innovación permite a empresas y destinos turísticos adaptarse a las nuevas necesidades de la demanda para proporcionar a los visitantes, nuevas experiencias; además, es un factor estratégico para mantener niveles óptimos de competitividad dentro del mercado turístico mundial.

En la industria del turismo uno de los subsectores de actividad más afectados por las situaciones de crisis post-desastre es, sin duda, el de los alojamientos hoteleros, presentando problemas de vulnerabilidad multifacéticos entender los procesos de recuperación de los destinos turísticos desde la mirada de la oferta y, sobre todo, desde la perspectiva de la experiencia de los propietarios y gerentes de los negocios relacionados con el turismo, como particularmente en el caso de los hoteles. (Mogollón, 2020)

Sin embargo, el mercado turístico es el desplazamiento de las personas, de tal forma que influye tanto social como económicamente donde se visitan diversos lugares con fines de trabajo o vacacional, además es imprescindible analizar este tema desde la perspectiva cultural y ética, y las tendencias que a futuro este puede implicar.

2.3.1. DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística se basa en asegurar la permanencia de la corriente turística en el lugar receptor, y es necesario contar con una infraestructura, estructura y superestructura, que permita ofrecer una serie de servicios turísticos necesarios que satisfagan las necesidades como transporte, agencias de viajes, tour operadores, servicios de esparcimientos, alojamiento. (Moya, 2016)

La demanda turística está normalmente considerada como la medida de visitantes usada como un bien o servicio cuando los turistas planifican unas vacaciones, diferente número de decisiones deben ser consideradas acerca de

los componentes del viaje como la elección de la destinación, el tipo de acomodación, los medios de transporte etc. siendo la mayoría de ellos interdependientes para la demanda turística, se pueden analizar diferentes elementos también importantes y que afectan especialmente a los destinos demandados como las atracciones turísticas, el ciclo de vida de las áreas turísticas o las propias motivaciones y perfil de turistas (Pereda, 2017).

Además, esta demanda turística está estrechamente direccionada al individuo que realiza sus actividades con fines de ocio, a su vez la demandad se ve afectada por los cambios demográficos que existen constantemente, es decir que cualquier cambio que se dé, depende de los clientes que deseen acceder a algún servicio turístico, para poder generar ingresos en los destinos, y sobre todo les ayuda a satisfacer sus necesidades como tal.

2.3.2. OFERTA TURÍSTICA

Por otra parte, Pereda (2017) recalcó que la oferta turística se define como el conjunto de los productos turísticos y servicios que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para que los pueda disfrutar y asimismo consumir. Pero la visión más integral, es que la oferta conforma un todo integrado, puesta a disposición de la demanda. Es algo más que la multiplicidad de productos netamente turísticos y no turísticos o la imagen general del destino.

Para Sancho y Buhalis (1998) citado por Cánovas (2017) la oferta turística se define como el conjunto de los productos turísticos y servicios que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para que los pueda disfrutar y así mismo consumir. Pero la visión más integral, es que la oferta conforma un todo integrado, puesta a disposición de la demanda.

Los autores citados exponen que la propia actividad turística se desarrolla en un espacio geográfico donde la actividad turística total estaría compuesta por aquella combinación de productos y servicios ofertados que servirían para

satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística. Es decir, que la oferta turística va más allá de ofrecer algún producto o servicio, este concepto analiza los cambios que se dan constantemente, por ello está enfocado en atraer clientes, con nuevas estrategias de desarrollo, puesto que, al proporcionar una serie de ofertas, el turista se pueda identificar y esto hace que desee adquirir algo a beneficio personal.

2.4. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

El turismo es una de las actividades más trascendentales para la economía de una localidad por su gran eficacia y amplitud de desarrollo. En la actualidad a los turistas les interesa vivir experiencias extraordinarias, conforme a sus actuales gustos, necesidades y prioridades, como interactuar con comunidades que visitan, interaccionarse con la naturaleza, desarrollar actividades de físicas, preservar su salud, efectuar actividades al aire libre, entre otras. (Carvajal y Lemoine, 2018)

2.5. PROYECTO TURÍSTICO

Un proyecto turístico aumenta la afluencia de personas en la zona en que se lleve a cabo, además contribuye a la economía de las empresas de su entorno y por ende la de un país, al igual que cualquier proyecto, debe ejecutar los diferentes estudios a fin de asegurar la factibilidad. De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2018) este tipo de proyecto tiene el fin de consolidar y desarrollar de forma integral y articulada los destinos turísticos de un determinado lugar a través de la institucionalización de herramientas técnicas de planificación territorial y desarrollo turístico; generando una oferta de destinos consolidados y sostenibles en un marco de buenas prácticas de gestión en función de la demanda turística nacional e internacional; y, promover la planificación turística y la gestión de calidad de servicios turísticos mediante la implementación de modelos para gestión y desarrollo de destinos turísticos sostenibles para mejorar la competitividad.

El Proyecto Turístico se caracteriza por su objetivo principal de aprovechar un recurso a fin de generar ingresos y lograr el reconocimiento de un lugar, de esta forma, Apaza (2014) indica que este tipo de proyecto aprovecha, desde el punto de vista del recurso: Riquezas Naturales, Históricas o Culturales y desde el punto de vista de los ingresos, deben provenir de Turistas extranjeros o nacionales, la fase de preparación del proyecto parte del problema o necesidad identificada, luego se realizan los estudios o análisis de mercado y financiero necesarios, y de esta se deriva información suficiente para la evaluación del proyecto.

Se establece que el proyecto turístico, es generador de ofertas de trabajo, donde no solo se favorece el propietario como tal sino también contribuye al desarrollo de la comunidad, creando fuentes de ingresos, y sobre todo desarrollado el turismo, estos a su vez se hacen reconocer por su diversidad.

2.6. SERVICIO TURÍSTICO

Según Ramírez C (s.f.) citado por Antonietti (2017) “el servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”.

Aunque, Antonietti (2017) establece que el servicio turístico va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

2.7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el paso más importante para establecer una preinversión es por ello que su análisis debe fundamentarse y complementarse

con otros estudios a fin de garantizar el futuro de un proyecto. De esta forma Moncayo (2018) menciona que para realizar un estudio de factibilidad se debe identificar claramente el problema, y definir una solución viable económica, social y ambientalmente, que permitirá mostrar evidencias de los motivos por los que debe llevarse a cabo, argumentándose en una propuesta de diseño, análisis de costos y exposición de beneficios económicos (p, 49).

Por otra parte, un estudio de factibilidad puede representar el conjunto de estudio de mercado, técnico y financiero, pero se lo considera mayormente para tomar decisiones de inversión. Por ello, Castro (2001), como se citó en Burneo et al. (2016) manifiesta que el estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles (p, 306).

No obstante, Córdoba (2015) indica que el estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar, las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, del entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán.

Cabe mencionar que un estudio de factibilidad correctamente ejecutado permitirá conocer la realidad del futuro de un proyecto, permitiendo suspenderlo temporalmente o mejorar aquellas debilidades por las cuales no es factible. Además, permitirá conocer si el riesgo de la inversión vale la pena.

2.7.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es de gran importancia no solo porque ayuda a

organizar la información y a saber si un proyecto cumple con las características que le aseguren rentabilidad, sino que también es la parte más importante que analizan los posibles inversionistas o interesados. Así mismo, Cobas y Argota (2017) manifiestan que el estudio de factibilidad tiene como objetivo analizar las actividades de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso, también se encarga de estudiar el costo-beneficio del sistema, el mismo que permitirá conocer si es factible desarrollar económicamente el proyecto, recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión (p, 50).

Para Arévalo et al. (2017) la ejecución de un proyecto debe estar respaldada por una planificación, más aún en proyectos grandes que implican mayor inversión, se debe analizar el riesgo que existe y considerar estrategias para seguir adelante, por tal motivo, el estudio de factibilidad tiene la finalidad de cumplir con determinadas exigencias que permitan la consecución de la meta principal, es decir, la rentabilidad de un proyecto. A continuación, se presenta los objetivos que determinan el estudio de factibilidad:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes y usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto (p, 3-4).

2.7.2. PROYECTO FACTIBLE

Velásquez, (2017) afirma que el proyecto factible: consiste en elaborar una propuesta viable destinada a atender necesidades específicas, determinadas a partir de una base diagnóstica. Como se puede inferir de las citas realizadas, esta investigación surgió a partir de un diagnóstico que mostro una serie de necesidades las cuales se tradujeron en este estudio cuya aplicación puede ser viable.

De acuerdo con Granadino (s.f) cómo se citó en Molina, (2019) se destacan las siguientes estrategias que permiten la factibilidad de un proyecto:

- Vincular correctamente los resultados del proyecto con los objetivos del negocio.
- Competir de manera adecuada en los mercados.
- Sustentar que la compañía esté económicamente estable.
- Responder al impacto del cambio en el entorno de negocio sobre proyectos mediante el ajuste adecuado de los planes para la dirección del proyecto.
- Evaluar la probabilidad de alcanzar el retorno de la inversión deseado.
- Centralizar la gestión del perfil de riesgo agregado de todos los componentes.

Tal como lo mencionan los autores la factibilidad de un proyecto se mide a través del tiempo, puesto que para ser viable debe responder a los imprevistos del entorno, debe sustentar a la economía de la empresa y asegurar el retorno de la inversión. No solamente consiste en un proyecto plasmado en forma de documento, sino que debe reflejar la realidad de lo establecido en los objetivos y cumplir con los recursos que permitirán el correcto cumplimiento de las actividades de manera que la idea o negocio pueda desenvolverse de manera adecuada.

2.7.3. COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para que un proyecto sea factible debe pasar por un respectivo estudio, se trata de un proceso cuidadoso que permitirá evaluar las condiciones de dicho proyecto, es muy importante para las personas interesadas especialmente los inversionistas que requieren constatar la información de forma detallada. Con respecto a Córdoba (2011 como se citó en Moncayo, 2018) el estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar, las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, del entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán.

Santos (2008 como se citó en Moncayo, 2018) menciona que un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de preinversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. Para llevar a cabo el estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y financiero.

Cabe recalcar que el estudio de factibilidad es el complemento de varios estudios, por una parte, el estudio de mercado recopila información sobre el posicionamiento que va a tener una empresa en una determinada industria y el entorno competitivo al cual se enfrenta, por otra parte, el estudio técnico permite darle un uso eficiente a los recursos de tal forma que se puedan optimizar en los aspectos técnicos y operativos. Finalmente, todo lo anterior se verá reflejado en un estudio financiero, mismo que permitirá conocer cuán factible es el proyecto.

2.8. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado facilita la recopilación de datos que va a permitir predecir la aceptabilidad de un producto o servicio en el mercado, de tal forma que analiza

el entorno de la empresa y los factores internos como: la maquinaria, los trabajadores, el capital y factores externos como: la competencia, los cambios políticos, la cultura, entre otros, que puedan afectar o beneficiar al proyecto.

Mazier (2011) citado por Cruz (2017), lo define como la recolección y análisis de datos sobre clientes, competencia y mercado en el que se pretende desenvolver una empresa, obtenidos con el propósito de lanzar un producto nuevo, mejorar los tradicionales o expandir un negocio (p. 22).

Autores como Huerta (2016), resaltan que el principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que ayude a enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo, ello significa tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, la información que se genere tras la investigación deberá ser de calidad, confiable y concreta para poder demostrar lo siguiente:

- La existencia de consumidores, que tengan las características necesarias para cubrir la demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
- Justificación de una demanda real por parte de los consumidores, para la plena producción de productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
- Que se cuentan con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
- El cálculo de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El estudio de mercado es totalmente necesario para cualquier proyecto, conocer las fuerzas del mercado como son la oferta y la demanda y otros factores externos permitirá mayor sostenibilidad y cumplimiento de los objetivos, por ello, antes de ejecutar una idea primero se debe explorar las expectativas que tiene el entorno mediante las herramientas y técnicas que proporciona este estudio.

2.8.1. IMPORTANCIA DE UN ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una de las partes más importantes de un proyecto puesto que considera aspectos externos que proporcionan información relevante para el futuro del proyecto, además, permitirá establecer estrategias de marketing para aumentar la competitividad. En cuanto a, Peña (2017) indica que dicho estudio es uno de los análisis más importantes y complejos, se centra hacia el consumidor y la cantidad del producto que demandaría, en él se describe los productos o servicios que generará el proyecto, a qué mercado va dirigido, área geográfica del mercado, su oferta y demanda existente de productos y las materias primas (p, 17).

El estudio de mercado puede ser aplicado a cualquier tipo de empresa debido a que su objetivo es común, es decir; la optimización de recursos, atrapar oportunidades y por supuesto hacer que la empresa sea rentable. Mendoza y Véliz (2018) expresan que la investigación de mercados, es una herramienta muy importante en la toma de decisiones por parte de la gerencia, permitiendo así, a la administración, tener un mejor panorama en cuanto a los riesgos y beneficios que existen en el mercado tomando en cuenta todos los factores que en el interceden, una investigación de mercado tiene un aporte muy específico en la planeación de estrategias y la toma de decisiones en una empresa o proyecto, pues dependiendo de los resultados obtenidos, se definen propósitos y guías a seguir para atacar los problemas que se hayan detectado.

De acuerdo con Espinoza (2007), citado por Peña (2017) el estudio de mercado es una parte importante para los proyectos y los objetos específicos que se tiene que definir son:

- **Producto:** Detallar el producto o servicio, sus especificaciones técnicas y de calidad.
- **Mercado:** Presentan la forma como se estimó el mercado meta y qué instrumentos se utilizaron para determinar la demanda potencial y la demanda efectiva del proyecto.
- **Oferta y demanda del mercado:** Se realiza un análisis de la demanda

total del producto en el mercado, cuantificar la producción total, así como las importaciones y las exportaciones de productos similares que representan la competencia del proyecto. En él es necesario localizar físicamente a los productores y consumidores, así como determinar las estrategias de comercialización.

- **Materia Prima:** definir las características de los proveedores, de insumos, lugar de ubicación (nacional e internacional), precios, costos y medios de transporte, etc.
- **Precio del producto:** la determinación del precio del producto puede hacerse de varias maneras (p,18).

El estudio de mercado implica la recolección de datos que luego serán convertidos en información valiosa para evitar posibles riesgos en las decisiones que se tomen. Representa un guía para los que estén encargados de su ejecución, de forma que facilita el desarrollo de actividades con el mínimo de errores.

2.8.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Conocer la demanda es muy importante para una empresa porque le permite conocer el potencial que tiene en un determinado mercado y a la vez propicia la toma de decisiones para mejorar la condición en la que se encuentra, por ejemplo: reducción de precios, gestión de calidad, reducción de costos, entre otros. Por ello, Martínez (2016) manifiesta que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda, se entiende por demanda al llamado consumo nacional aparente, que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere.

Es importante siempre considerar los factores mencionados puesto que para las empresas es una forma de entender por qué los consumidores actúan de

determinada manera, el motivo de porqué deja de adquirir un bien y servicio de tal forma que se pueda analizar y tomar decisiones sobre cualquiera de ellas que se crea necesario para mejorar la situación.

2.8.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Martínez (2016) expresa que, para analizar la oferta, es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores.

Cabe destacar que según Martínez (2016) en el caso de que el estudio sea sobre un proyecto de sustitución de maquinaria, la oferta es simplemente la capacidad actual del equipo a sustituir, expresado como producción por unidad de tiempo, el nivel de servicio con que cuenta actualmente el equipo en cuestión.

Se entiende entonces que para analizar la oferta es importante conocer aquello que la afecta, de esta forma, muchas empresas mantienen sus operaciones alineadas a las disposiciones con las que cuentan, con respecto a su nivel de producción, se basará en el número de productores, la capacidad de producción, localización, entre otros. Todos los factores influyen también directamente en el producto final y los precios y por ende repercutirá en sus ingresos.

2.8.4. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

Los análisis de inversión son fundamentales para evitar deudas y proyectos fracasados, para crecer es necesario invertir, pero de la misma manera una inversión debe ser correctamente estudiada. Según Seco (2007) todo proyecto

de inversión a realizar en una empresa, tanto de creación de una nueva empresa como de ampliación de la actividad de cualquier tipo, requiere la elaboración de un análisis cuidadoso que determine si tal proyecto es o no viable (p, 3).

Universidad de Alcalá (2019), establece que en un análisis de inversión se utilizan modelos matemáticos, con ellos se pretende realizar una simulación del proceso y así poder evaluar los resultados, esta simulación trata de determinar cómo sería la inversión y cuáles serían los posibles resultados. Aunque este resultado no es exacto, la interpretación adecuada por profesionales de las finanzas supone una orientación importante a considerar en la toma de decisiones financieras.

Para tomar decisiones de inversión se necesita un análisis convincente sobre la viabilidad de un proyecto, que a simple vista o por intuición es difícil de prever, por lo cual se requiere de herramientas financieras, que pueden ser: indicadores financieros, razones financieras, balances, flujos proyectados, entre otros. Toda inversión conlleva un riesgo, pero dependerá de la profundidad y cuidado del estudio que dicho riesgo sea mínimo.

2.8.5. ANÁLISIS FODA

Moncayo (2018) establece que dentro de la planificación estratégica se incluyen análisis sustanciales que tienen por objetivo conocer primeramente el entorno y la situación actual de la empresa y del mercado. El proceso de planeación considera algunas etapas como reconocimiento de la misión, visión, análisis situacional, formulación de estrategias, implementación y control, y dentro de la fase de análisis se valoran las variables correspondientes al análisis FODA que responde al propósito de la planeación estratégica ya que se enfoca en realizar una valoración de las condiciones internas organizacionales y externas del mercado.

De esta forma se establece que, el análisis FODA tiene como finalidad generar estrategias que respondan a las posibilidades que se presentan en el sector,

teniendo en cuenta los riesgos, planeando la forma de enfrentarlos mediante las características en las que sustenta su éxito reduciendo los inconvenientes que se puedan presentar por las debilidades reconocidas.

2.9. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio de factibilidad involucra el análisis de muchos factores, entre ellos la viabilidad técnica, el estudio técnico tiene por objetivo responder las cuestiones de cantidad, lugar, recursos y métodos, además de determinar las condiciones óptimas en que se deberá producir el bien o servicio, se menciona que un estudio técnico es de vital relevancia para conocer su viabilidad económica, calculando los costos y beneficios derivados, por lo que se debe determinar las particularidades óptimas de los factores que permitirán que se consiga ofertar eficientemente el bien o servicio.

Por otra parte, Ramírez (2019) indica que “el estudio técnico define la factibilidad técnica de varias opciones tecnológicas que pueden existir para el proyecto, pero, además, determina lo que será la inversión, los costos, los ingresos, los egresos que sustentan la rentabilidad.” El estudio técnico es donde se detalla, los aspectos más relevantes del proyecto para que este a su vez sea factible y tenga buena estabilidad económica, sin embargo, se debe estipular las inversiones, los ingresos, los egresos para determinar su rentabilidad económica y comprobar su viabilidad.

2.9.1. COMPONENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO

Castros (2009) menciona los proyectos de inversión, el estudio técnico se enfoca principalmente en evaluar el lugar más conveniente para fabricar los productos, así como los procesos y factores que intervienen en la conformación de la cadena productiva. Por ello, los aspectos que se deben contemplar en él son:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Procesos de fabricación.
- Combinación de factores de producción.

- Identificación del lugar donde deben establecerse las instalaciones de producción.
- Materias primas e insumos que se requieren para la fabricación de los productos.
- Equipos y maquinaria (Castros, 2009).

Baca (2010) indica que las partes que conforman un estudio técnico son: Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificación y descripción del proceso y determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto (p.75).

Los componentes del estudio técnico son aquellos que tienen relación con la ingeniería del producto o procesos que se quieren implementar, por lo cual, llevan un detalle de cada una de las actividades a ejecutar. También, ponen en manifiesto los aspectos operativos que se requieren para el uso eficiente de los bienes disponibles para la fabricación del producto o servicio esperado.

2.9.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de un proyecto se decide la mejor ubicación para la empresa, por otra parte, afirman, que se deben analizar dos temas importantes, como, la macro y micro localización de un proyecto se encarga en evaluar la región donde se ubicará el negocio, considerando la mejor localización, como, por ejemplo: Localización de los consumidores, de la materia prima e insumos, el transporte, la comunicación, la infraestructura y los servicios requeridos (Romero, 2019).

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto (Romero, 2019):

- Ubicación de los consumidores o usuarios.

- Localización de la Materia Prima y demás insumos.
- Vías de comunicación y medios de transporte.
- Infraestructura de servicios públicos.
- Políticas, planes o programas de desarrollo.
- Normas y Regulaciones Específicas.

Se denomina macro localización a todos aquellos aspectos externos que pueden llegar a afectar a la actividad de una empresa, por lo tanto, se deberá analizar el entorno y la cultura que lo rodea, las condiciones climáticas, la concurrencia de personas, y cualquier otra determinante que puedan influir. Por otra parte, los aspectos micros son aquellos de carácter interno como: los costos, limitaciones de tecnología, entre otros.

2.9.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

Todo proyecto tiene el fin de optimizar recursos y reducir costos, con ello se pretende maximizar las utilidades. De acuerdo con Salvador et al. (2017) el tamaño óptimo del proyecto se refiere a la capacidad instalada de producción y la capacidad de utilización.

- **Capacidad instalada:** la capacidad es lo máximo de bienes o servicios que se pueden obtener de unas instalaciones productivas por una unidad de tiempo, se entiende por tamaño óptimo aquel que permite obtener el costo unitario mínimo de producción, desde el punto de vista social o la maximización de las utilidades, desde el punto de vista privado, por ellos para determinar la capacidad instalada se realiza un detalle de la maquinaria a utilizar, con sus respectivos tiempos y cantidades producidas.
- **Capacidad utilizada:** Es la cantidad de producción que es posible realizar de acuerdo con las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos, de la productividad de los trabajadores, de la demanda.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primera instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados (Hernández, 2020).

Es importante definir el tamaño de un proyecto porque con ello se estima la magnitud de una posible inversión, hace referencia a la capacidad que tendrá dicho proyecto de producir lo suficiente para cubrir cualquier imprevisto y proporcionar beneficios a una empresa.

2.9.4. DISTRIBUCIÓN EN LA PLANTA

La distribución en planta conlleva la organización de los distintos elementos productivos que garantice el buen desenvolvimiento de las funciones con ello se busca reducir costo, pero también proporcionar a los trabajadores un ambiente adecuado y seguro. De acuerdo a Muñoz (2004), como se citó en Aguilar, (2017) Esta ordenación ya instalada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento de material, almacenamiento, maquinas, equipos de trabajo, trabajadores y todas las otras actividades o servicios.

Según Salvador et al. (2017) para optimizar el uso de los recursos materiales, humanos y económicos, se toman en cuenta ciertos factores técnicos, considerados como principios básicos para una correcta distribución del espacio y son los siguientes:

- **Integración total:** Permite obtener una visión total de la planta de producción, facilitando un control de los distintos procesos productivos.
- **Mínima distancia del recorrido:** Facilita la integración total, permite reducir las distancias para el flujo de materias primas, insumos, reduce tiempos y esfuerzos, uso de productos en proceso y productos terminados.

- **Seguridad y bienestar para el trabajador:** El nivel de producción de los trabajadores será mayor, si estos se cuentan con estabilidad laboral y se sienten identificados con la cultura organizacional.
- **Flexibilidad:** Contribuye a establecer una distribución que permita reajustarse, en condiciones favorables, a los distintos cambios que exija el entorno, las innovaciones tecnológicas, procesos de modernización, procurando procesos al menor costo posible (p, 79).

Para llevar a cabo una adecuada distribución de planta es fundamental considerar toda la amplitud de la instalación, y analizar cómo se interrelaciona un área con la otra, de tal forma que se faciliten las operaciones para los trabajadores. Una correcta distribución contribuirá al aprovechamiento del lugar y a la reducción de costos que se puedan estar incurriendo.

2.9.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se conoce como estructura organizacional a las formas de organización interna y administrativa de una empresa u organización. Esto incluye también el reparto del trabajo en áreas o departamentos determinados según esa misma estructura (Raffino, 2020).

2.10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Administrativo del sistema global también son producidas por sujetos de naturaleza privada o por órganos administrativos nacionales. En este sentido, cada vez es más importante tener presente que la regulación puede proceder del mundo privado a nivel internacional, que, en ocasiones, cuando atiende asuntos de dimensión supraindividual, se articula en instituciones que establecen patrones o estándares de proyección global que afectan a obvios intereses generales. Igualmente, en este contexto aparecen organizaciones híbridas público-privadas en las que puede haber presencia empresarial (Cevallos, 2020).

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que

deberá considerar una nueva organización para su establecimiento dejando claro que se llevaran todos los aspectos tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes siempre cumpliendo con todas las disposiciones dentro de la actividad económica.

2.10.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Manifiesta Arturo (2020) que la planeación estratégica (o planificación estratégica) es el proceso a través del cual se establecen los objetivos estratégicos de una empresa, y se formulan las estrategias que permitirán alcanzarlos teniendo en cuenta factores externos e internos.

También podemos definir a la planeación estratégica como el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos estratégicos, y se formulan las estrategias que permitirán alcanzarlos.

2.10.2. PLANIFICACIÓN

La planificación es la primera etapa en el proceso administrativo, sin planificación no es posible visualizar el futuro de un proyecto, para planificar se consideran los objetivos deseados y los recursos con los que se cuenta, además, su ejecución es importante para poder proseguir con la siguiente etapa denominada control.

Bataller (2016) explica que la planificación de un proyecto determina que hay que hacer, quién debe hacerlo, cuando y con qué recursos se contara para llevar a cabo las tareas, a partir de los requisitos del cliente externo o interno, la planificación aborda las etapas siguientes: análisis de los objetivos del proyecto; desglose de las áreas del proyecto; organización de las tareas; programación del proyecto (y eventualmente reprogramaciones), y organización y puesta a punto de los recursos necesarios.

Para Gallardo y Maldonado (2016) la planeación de mercado se orienta más a buscar las formas de llevar a cabo las soluciones diseñadas (deducir probabilidades, programas, cursos de acción en forma cuantitativa y concreta), es una herramienta de apoyo a la conducción estratégica y a la gestión operativa y facilita todos los elementos para el mejor desarrollo de los negocios, además:

- Establece una base segura para concretar dos planes muy importantes en el microemprendimiento o pequeña empresa: producción y finanzas.
- Coordina todos los esfuerzos de la empresa como un todo.
- Asigna responsabilidades en cada función.
- Facilita revisiones periódicas que alertan sobre futuros problemas y permiten solucionarlos anticipadamente.
- Crea conciencia de los obstáculos cotidianos en la marcha, aún normal, de la actividad comercial.
- Diluye el debate estéril.
- Obliga a pensar en términos reales.
- Cuida la ecuación costo-beneficio de cada acción llevada a cabo.

La planificación abarca un determinado proyecto en su totalidad y traza el plan que se deberá ejecutar con todos los lineamientos que inicialmente se prevén para la consecución de los objetivos, para ello considera los recursos y su asignación a las diferentes actividades, además permite alertar los posibles problemas futuros.

2.10.3. IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN

La importancia de la planificación radica en el hecho de que es imprescindible para iniciar cualquier actividad o proyecto, sin ella no existe un proceso administrativo adecuado y coherente que permita la consecución de objetivos. Ante esto, López et al. (2018) establece que dentro del proceso general de dirección, la planificación ocupa un importante rol por cuanto consiste en el establecimiento de los objetivos a alcanzar y la determinación y asignación de los recursos para lograrlo, es el referente para organizar, dirigir las actividades y controlar el cumplimiento de metas, corregir las desviaciones, en casos que

proceda y evaluar la ejecución de la actividad, esto determina que la planificación, coma función o fase de la dirección, es consustancial a toda actividad social organizada dirigida a un fin.

Según Paz (2015) la planeación es la primera función administrativa ya que sirve de base para las demás funciones como son la organización, coordinación y control, permite proponer objetivos y señala qué es lo que se va a hacer para poder alcanzarlos, permite organizar mejor las áreas y recursos de la empresa, coordinar mejor las tareas y actividades, y controlar y evaluar mejor los resultados, ello gracias a que facilita comparar los resultados obtenidos con los planificados.

La planificación es importante porque es el ideal que se quiere alcanzar en cualquier proyecto, por ello es la guía que da las directrices de cómo llevar a cabo cada actividad, y si en el camino las cosas se redireccionan por algún motivo, la planificación dará la pauta de que o debe corregirse o debe elaborarse otro plan de acción.

2.10.4. ORGANIGRAMA

Bastidas (2018) describe el organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría el objetivo del organigrama es fomentar y dirigir a los empleados hacia actividades y comunicaciones que permitan a la organización alcanzar sus metas. El organigrama ofrece la estructura, pero los empleados el comportamiento.

Según lo mencionado el organigrama refleja la estructura organizativa, teniendo un propósito diferente de ilustrar asociaciones y oportunidades en distintos departamentos, productos o cadenas de suministro con el fin que la organización ilustre las áreas o líneas que quieran integrar en las relaciones laborales o

comunicación, representación visual clara de la jerarquía y los rangos de todos los empleados, trabajos y departamentos que conforman la organización.

2.10.5. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso corriente con el que cuenta una empresa para desarrollar su operación, es decir, para comprar sus inventarios, pagar la nómina a los empleados, cubrir las obligaciones financieras y, en general, cumplir con todos los compromisos que tenga en el corto plazo. Por ese motivo, el capital de trabajo de una empresa es su activo corriente a determinada fecha, en la medida en que estos son los recursos que tiene la empresa para operar y cubrir sus deudas a corto plazo (Bastidas, 2018).

Según el autor ratifica que el capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera realice sus operaciones con normalidad, es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo, con el objetivo de hacer realidad la meta que desea hacer como desarrollando emprendimiento o varias otras funciones.

2.11. ESTUDIO LEGAL

Hamilton y Pezo (2005) señalan que el estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa (p. 70).

El estudio legal, como su nombre lo indica se enfoca en las leyes, reglamentos y demás políticas que pueden afectar el correcto desarrollo de una organización. Por lo cual, es imprescindible que las empresas cumplan con todas las leyes establecidas para que así, puedan ejecutar y desarrollar sus proyectos sin inconveniente alguno.

2.12. ESTUDIO FINANCIERO

Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad (Burbano, s.,f).

Este estudio se basa en llevar una buena administración de la información de dicho proyecto, donde tiene que ver con el dinero, para el crecimiento oportuno de los ingresos, en este estudio se analiza cada dato, donde se evalúa correctamente la rentabilidad del negocio, y que este a su vez no tenga un déficit monetario.

2.12.1. PRESUPUESTO

Correa (2011), citado por Parra y La Madriz, (2017) afirma que el presupuesto es una herramienta administrativa de planeación y control financiero donde se presentan ordenadamente y en términos monetarios, los resultados previstos de un plan, un proyecto, una estrategia (p. 37).

Según Muñiz (2009), quien es referenciado por Santiago (2018) manifiesta que es una herramienta de planificación que, de una forma, determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios, los ingresos, gastos y recursos que se generan en un período determinado, para cumplir con los objetivos fijados en la estrategia (p. 11).

El presupuesto es considerado como aquella herramienta perteneciente al área administrativa que permite tener una planificación, control y coordinación de los ingresos, gastos y demás recursos obtenidos a través de una actividad económica y expresada en términos monetarios. Cabe destacar, que mantener un registro constante del presupuesto ayuda a que las empresas cumplan con

éxito sus metas establecidas.

Además, cuando las empresas logran la rentabilidad en sus operaciones tienen a su disponibilidad los recursos para generar un plan de presupuesto con lo cual se podrá invertir en nuevas actividades que contribuirán a alcanzar los objetivos estratégicos. Además, como lo menciona Mendoza (2017) los presupuestos son una de las principales herramientas de planeación y control, por lo tanto, es importante conocer cuál es la implicación de los mismos en la dirección de una empresa y las ventajas o desventajas que se derivan del diseño e implementación de un plan presupuestario (p, 13).

Mendoza (2017) indica que para elaborar un presupuesto consistente con los objetivos de la empresa es conveniente seguir las siguientes etapas en la elaboración del plan presupuestal:

- Preiniciación (diagnóstico interno y externo, objetivos estrategias y políticas)
- Elaboración del presupuesto
- Ejecución
- Control
- Evaluación (p, 42).

2.12.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Según Mendoza (2017) el presupuesto de inversiones de capital se relaciona con la adquisición o reposición de bienes de capital, tales como maquinarias, vehículos, edificaciones, terrenos, y el presupuesto de capital está relacionado directamente con las operaciones de la empresa en el largo plazo para determinar la forma como una organización planea asignar sus recursos en el largo plazo, 5, 10 ,20 años.

A continuación, se presentan los aspectos relevantes para la inversión de los proyectos de capital según Mendoza (2017):

- **Tiempo de vida:** Se espera que los proyectos de inversión beneficien a

la empresa durante un lapso de por lo menos dos años, y ésta es la génesis de la capitalización de un bien que se compra.

- **Costo significativo:** La compra de cualquier bien de larga vida y que exceda el tope de capitalización establecido por la empresa, se considera como un proyecto de capital, como es lógico, el monto mínimo de la inversión puede variar de una empresa a otra, sin embargo, las técnicas de evaluación que se utilizan son válidas para cualquier proyecto de inversión.
- **Costos hundidos:** Son aquellos que no pueden ser recuperados, por lo general, un proyecto de inversión requiere de grandes desembolsos durante sus primeras etapas, pero puede darse el caso de que, al presentarse cambios drásticos en las condiciones económicas del país, el proyecto deba abandonarse, si los costos incurridos hasta ese momento no se pueden recuperar, deben considerarse como costos hundidos.
- **Alto riesgo:** Debido a que involucran el futuro encierran un gran riesgo para la empresa, dado que el futuro es incierto, como los proyectos de capital son a largo plazo y tienen el riesgo de los costos hundidos, se hace necesario estimar el retorno de capital del proyecto, estas características por lo general incrementan el riesgo de hacer estimaciones equivocadas (p, 222).

Los presupuestos de inversión son pensados a largo plazo y normalmente suelen ser destinados hacia algún activo fijo, como maquinaria, terreno, edificio, entre otros. Por ello se debe pensar en los diferentes aspectos que pueden influir en la inversión, como los costos hundidos es decir aquello irrecuperables y el riesgo asociado a aquello (Mendoza, 2017).

Por otra parte Bayly (2019) menciona que el presupuesto de inversión es el proceso de planeación y administración del capital a largo plazo de la empresa, mediante este proceso los responsables de la asignación de recursos tratan de identificar, desarrollar y evaluar las oportunidades de inversión que pueden ser rentables para la empresa, esta evaluación se hace comprobando si los flujos de efectivo (ingresos) que generará la inversión en un activo exceden a los flujos

(inversiones) que se requieren para llevar a cabo dicho proyecto.

Todo presupuesto de inversión debe considerar los escenarios futuros, los buenos y los desfavorables, para evitar el riesgo. Esto no debería ser una limitante para las empresas puesto que invertir es crecer, y la inversión de activos fijos es fundamental para aumentar la capacidad de producción, sin embargo, debe considerarse y evaluarse muy bien cualquier inversión para determinar su conveniencia.

2.12.3. ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos también conocidos como activos no corrientes son fundamentales para llevar a cabo las distintas actividades y no están destinados para la venta, únicamente su objetivo es permitir que la empresa siga con sus operaciones. Bedoya (2014) citado por García et al. (2019) expresa que una adecuada gestión de activos ofrece una serie de beneficios a la entidad, entre los cuales se pueden destacar que: garantiza que las acciones ejecutadas sean acertadas y estén produciendo el beneficio esperado, usando el cien por ciento de la capacidad instalada de sus activos fijos.

Además permite llevar un control riguroso de la ejecución de los planes para el mantenimiento y conservación de los activos; logra la disminución de fallas en el producto final; contribuye a la consecución y obtención de valor en tanto que equilibra los costos de índole financiero, del ambiente y la sociedad, mejora la productividad, la calidad del servicio y desenvolvimiento de los activos; garantiza la recuperación del dinero invertido en activos; controla durante la vida útil de los activos, los riesgos a los que se encuentran expuestos; prolonga la vida útil de los bienes. (García et al., 2019)

Sin embargo, Zapata (2011) menciona que para que un tangible (bien) o intangible (derecho) sea calificado como activo fijo, debe cumplir las siguientes condiciones:

1. Que sea de propiedad o controlado por la empresa, y, por tanto, exista

- dominio total sobre el recurso.
2. Que su apareamiento y consiguiente reconocimiento contable sea producto de bienes de hechos pasados.
 3. Que la valoración o definición del costo sea confiablemente razonable; y
 4. Que de su utilización exista la seguridad que se obtendrá beneficios económicos futuros, además las siguientes tres condiciones adicionales, en que la falta de alguna obligará a buscar otro grupo en donde se presenten, al menos temporalmente:
 - **Vida útil mayor a un año:** en condiciones normales se espera que un activo fijo brinde beneficios al menos por un año, por lo tanto, mientras más larga sea la vida útil previsible, más se ajusta a este requerimiento.
 - **Precio más o menos representativo:** esta condición estará en estrecha relación con la capacidad económica de la empresa.
 - **No estar disponible a la venta:** si por alguna razón, un activo va a ser vendido, este se debe reclasificar en el grupo de bienes no corrientes dispuestos a la venta.

Como se mencionó, un activo fijo son las maquinarias, terrenos, edificios, entre otros, que están única y exclusivamente destinados para la actividad empresarial, y no se encuentran disponibles para la venta, adicionalmente, todo activo para ser fijo debe cumplir determinadas condiciones en cuanto a la vida útil, precio, y su no disponibilidad de venta.

2.12.4. ACTIVOS INTANGIBLES

Caurin (2016) menciona que los activos intangibles son bienes que posee la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente, sin embargo, se consideran activos porque ayudan a que la empresa produzca un rendimiento económico a través de ellos, estos activos intangibles forman gran parte del valor de mercado de una empresa o marca, por todo esto, ahora la contabilidad incorpora estos elementos como activos susceptibles de generar beneficios en el Plan General Contable.

Los activos intangibles son importantes porque su fortaleza radica en que cumplen una función necesaria como por ejemplo el valor de una marca, y pueden llegar a ser obligatorias como las patentes. Por lo cual son consideradas activos porque contribuyen a un fin económico que benéfica a una determinada empresa. (Caurin, 2016)

En cuanto a García (2020) los activos intangibles pueden agruparse en tres categorías:

- **Derechos.** En este punto se encuadran, por ejemplo, los contratos laborales, acuerdos de distribución o de financiación, pactos, licencias, franquicias, etc.
- **Relaciones.** En estas se encuadran activos como la cualificación del trabajador o las relaciones con clientes y distribuidores, cuanto más fructíferas sean estas, más valor generarán.
- **Propiedad intelectual.** Engloba las patentes, derechos de autor, marcas comerciales o un buen conocimiento del negocio.

A pesar de que los activos intangibles no son algo perceptible físicamente o representativamente visual guardan una gran importancia, por ello representan una posesión valiosa para el funcionamiento organizacional.

2.12.5. COSTOS OPERACIONALES

Para Nuño (2017) los costes operativos, también conocidos como costes de operación o costes operacionales, son el tipo de costes en los que incurre una empresa en el desarrollo de la propia actividad del negocio. Además, Gascó (2019) indica que gracias al costo operacional se determina el estado de viabilidad en el que se encuentra un negocio. Igualmente, el costo operacional nos ayuda a establecer una referencia para medir las ganancias y obtener una aproximación del punto de equilibrio de la entidad.

Se define como los costos que incurren en una empresa relacionada a sus operaciones que determinen si la viabilidad del estudio pueda establecerse en

tener un estado que se encuentre el negocio, que los costos operacionales define los recursos que se necesiten para poder sacar adelante un proyecto.

2.12.6. GASTOS DE VENTA

Establece Bencomo (s,f) que “los gastos de venta son los incrementos generados en una empresa por la venta y comercialización de un producto determinado. Cada actividad comercial que sea realizada en el mercado de ventas tendrá un impacto positivo en los incrementos de una empresa.”

Se establece gastos de ventas aquellos tienen relación directa como el desarrollo de volumen de cualquier gasto asociado con la venta de un producto, permitiendo que tenga un impacto preferente ya que esta acción es la consecuencia de la venta de un producto o servicio determinado.

2.12.7. GASTOS FINANCIEROS

Pacheco (2020) estipula que los gastos financieros son aquellos que son producidos mediante la financiación de terceros agentes o por el cobro de diversos servicios para financiar ciertas actividades empresariales, como la producción de esta. Las empresas o personas con negocios recurren a esta herramienta con regularidad para poder poner en marcha sus actividades comerciales o productivas.

El autor define la forma que parte de los gastos deducibles de la actividad económica como deducibles, todo esto se incurre el uso de capitales puestos a disposición por terceras personas, en todos los aspectos cómo financiar servicios o actividades con la formalidad de poner actividades productivas, con una adecuada financiación.

2.12.8. DEPRECIACIÓN

Asevera López, (2020) que en “contabilidad, la depreciación se refiere a dos

vertientes del mismo concepto. En primer lugar, la depreciación es la disminución real del valor razonable de un activo. Por ejemplo, la disminución del valor de los equipos de fábrica cada año a medida que se utilizan y se desgastan. En segundo lugar, la depreciación es la atribución en los informes contables del costo original de los activos a los períodos en que estos se utilizan (depreciación con el principio de correspondencia).”

La depreciación se relaciona como la pérdida de valor de un bien o servicios, así mismo, la disminución de un valor real por un activo, en la empresa por esto se generan ver que cuanto es la pérdida de una utilidad también tiene el efecto de la estructura financiera lo primordial es un adecuado control.

2.12.8.1. TIPOS DE DEPRECIACIÓN

Para Robert et al. (2014) la depreciación es el método de asignación del costo depreciable (costo de adquisición menos valor de salvamento) de un activo a través de su vida de servicio. Un activo alcanza el fin de su vida de servicio debido al deterioro físico y daño o debido a la obsolescencia técnica. El gasto de depreciación asignado al final de un periodo debe reflejar la parte del servicio potencial total que ha expirado durante el periodo.

Distribuciones empíricas En la práctica, puede ser difícil obtener estimaciones de la probabilidad p_i en la vida de servicio que es igual a i periodos³. Sin embargo, una aproximación a la distribución de la vida de servicio puede ser posible asumiendo una forma dada para la distribución de probabilidad, de modo que sólo uno o dos parámetros especifiquen toda la distribución (Robert et al., 2014).

Depreciación en grupos Nuestra discusión ha estado limitada al uso de la depreciación Probabilística para la depreciación de activos individuales. Sin embargo, la depreciación de grupos es una importante área donde esta idea puede ser aplicada inmediatamente, puesto que los datos necesarios para estimar la distribución de probabilidad de las vidas de servicio están

generalmente disponibles. (Robert et al., 2014)

2.12.9. FINANCIAMIENTO DE INVERSIÓN

Un Proyecto de Inversión o «Plan de Negocios», es una propuesta, para la solución de una necesidad actual o futura, aprovechando los recursos disponibles por un grupo empresarial, y maximizando el rendimiento sobre la inversión (Chauvin, s.f).

La financiación es el proceso o captas de fondos para poder poner una propuesta en los dichos recursos que implique a las personas realizar inversiones claras a sus disposiciones con el fin de aprovechar los recursos que dispone generando una estructura adecuada.

2.12.10. ESTADO DE RESULTADO

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo, con el objeto de analizar dicha información y tomar decisiones en base a ella. Además, brinda información sobre el desempeño del ente que sea útil para predecir sus resultados futuros (Jauregui, 2017).

Según lo mencionado por el autor ratifica es un estado de pérdidas o ganancias que reporta un estado financiero que determine si los ingresos obtenidos están siendo favorables para la empresa en el periodo operativo tomando decisiones adecuadas que produzca buenos resultados positivos con el objetivo de ayudar a la situación financiera de la institución.

2.12.11. FLUJOS DE EFECTIVO

Para Hernández, (s.f.) el flujo de efectivo es, en otras palabras, el dinero que

entra y sale de las operaciones de una empresa en un determinado periodo; brinda certeza sobre lo que se compra y lo que se vende. Puede ser de un solo producto o del total de los procedimientos. Es decir, se trata de dar seguimiento a la ruta del dinero en el gasto de las compañías u organizaciones.

Desde el punto de vista el efectivo son las entradas y salidas de dichos servicios con unas determinadas ventas, además evaluar la capacidad financiera si está generando resultados positivos cumpliendo con todas las obligaciones adquiridas facilitando la determinación de financiación presupuestaria del efectivo.

2.12.12. BALANCE GENERAL

El balance general o Estado de Situación Financiera es un documento financiero que representa una foto de la situación financiera de la empresa en un momento específico. Este documento resume los activos de la organización (lo que posee), sus pasivos (lo que debe) y el patrimonio (dinero invertido en el negocio, más las utilidades). Cuando hablamos de la situación financiera, nos referimos, por una parte, al manejo de los recursos económicos que la organización controla y, por otra, a la estructura de sus fuentes de financiamiento, es decir, qué recursos posee y de dónde provienen (Melara, 2019).

2.12.13. VAN / TIR

El VAN y el TIR son herramientas financieras que nos son de utilidad para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión que podamos llevar a cabo en el futuro, al hablar de inversión hablamos de inversiones que podemos realizar a un negocio que ya está en funciones o crear uno nuevo (Melara, 2019):

➤ VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Manifiesta Vásquez (2016) que es un indicador que nos permite medir los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto de inversión que

podamos hacer, nos permitirá determinar si luego de descontar la inversión inicial en el proyecto, nos quedara algún tipo de ganancia, si el resultado es positivo, entonces podemos decir que el proyecto es viable.

$VAN = BNA - Inversión$

BNA: beneficio neto actualizado

Para hallar el VAN se necesitan:

Tamaño de la inversión.

Flujo de caja neto proyectado.

Tasa de descuento.

Según lo mencionado cabe recalcar medir los flujos del indicador financiero que determinar la viabilidad del proyecto si está siendo factible definiendo si la inversión proporciona resultados positivos, proyectándose este indicador refleje poder determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que se ganaría en caso de no vender dicho artículo

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Para Vásquez (2016), expresa el porcentaje de retorno de una inversión proyectada a largo plazo, hallar la TIR requiere de identificar:

Tamaño de inversión.

Flujo de caja neto proyectado.

Permite calcular la inversión de la empresa, esta herramienta permite medir la rentabilidad que viene expresada, si el porcentaje al momento de analizar permita si es favorable proyectarse a largo plazo dicha inversión y que genere una rentabilidad adecuada, el TIR en el mercado también nos da un retorno a medir los ingresos de dichos porcentajes.

2.13. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La metodología de identificación y evaluación de los impactos ambientales aplicada en el presente estudio, permite realizar una estimación detallada del

impacto resultante operación sobre cada uno de los componentes ambientales y sociales dentro de su área de influencia, basándonos en el contraste de las acciones impactantes del proyecto con los medios fisicoquímicos, biológico-ecológico, social-cultural y operacional-económico. (Florido, s,f)

La ejecución de un proyecto siempre generará un impacto ya sea negativo, positivo o ambos, pero es deber de toda empresa encaminarse hacia la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), en parte para cumplir con determinados requisitos, pero también como voluntad propia y contribuir al cuidado del medio ambiente y la sociedad.

2.14. EMPRESA

Una empresa es una entidad que tiene el fin de llevar a cabo actividades con fines de lucro mediante el abastecimiento de bienes y servicios hacia los consumidores, cada empresa se desempeña en un determinado sector dependiendo de los recursos con los que cuenta.

Para Hernández (2016) las empresas en todo el mundo ven condicionado su funcionamiento y gestión a un conjunto de factores de carácter económico, político, socio – cultural, jurídico – legal, ambiental y tecnológico, que constituyen lo que se denomina el entorno empresarial, por tanto, el desempeño en las organizaciones ya no sólo dependerá de su comportamiento empresarial (interno), sino también de las condiciones imperantes en el ámbito externo, que marcan o establecen la dirección y estrategias a adoptar, el entorno empresarial es cambiante, en el influyen de manera superlativa las políticas públicas instrumentadas en los países, con su impacto en el quehacer empresarial.

La alta gerencia o directiva en las organizaciones tendrá que estar atenta, mediante el monitoreo permanente del entorno, para la toma de decisiones empresariales. Para Soriano et al. (2015) la empresa influye en la sociedad de diferentes formas: ofrece bienes y servicios que permiten satisfacer las necesidades de los individuos que componen dicha sociedad; realiza una

importante función social al ser generadora de riqueza; posibilita el desarrollo a través de innovaciones.

Fayol (S.f.) quien es referenciado por Martín (2019) destaca que toda organización debe de cumplir con una serie de funciones básicas, que son las siguientes:

- Funciones técnicas. Son las funciones empresariales y primordiales de la empresa, ligadas a la producción de bienes y servicios, como las funciones productivas.
- Funciones comerciales. Se enfocan en las actividades de compra, venta e intercambio. Tratan de la importancia de la producción eficiente y de que los bienes puedan llegar bien y ser consumidos.
- Funciones financieras. Implican la búsqueda y la gestión del capital, donde el administrador juega un papel fundamental, ya que controla toda la economía de la empresa, evitando actos imprudentes de uso de capital.
- Funciones de seguridad. Hacen referencia al bienestar de la organización y de los trabajadores, teniendo en cuenta la seguridad tanto industrial como personal, de higiene, entre otros.
- Funciones contables. Esta serie de funciones se enfocan en todo lo relacionado a los costos, inventarios, y estadísticas empresariales. Trata de llevar un buen control de los recursos y de informar constantemente de cada estado financiero y de las operaciones que se van realizando.
- Funciones administrativas. Son las encargadas de la regulación, integración y control de las cinco funciones anteriores. Estas deben ser coordinadas de forma eficaz y eficiente para conseguir una buena coordinación y control general de la organización en su totalidad.

Las empresas son fundamentales en la economía de un país, son agentes económicos y funcionan de forma correlacionada con los demás agentes, puesto que requieren de las familias que les proporcionan los factores productivos como lo es la mano de obra, y a su vez las familias dependen de las fuentes de empleo proporcionado por las empresas. Por otra parte, las empresas contribuyen al Estado con el cumplimiento de impuestos, y dichos impuestos son retribuidos

hacia la sociedad. Con lo anterior mencionado se entiende que las empresas tienen una función importante para cualquier país.

2.15. EMPLEO

El empleo es una condición de vida fundamental, beneficia tanto a las familias como a la economía en general de los países, el empleo representa la actividad que se realiza a fin de obtener una retribución económica, es decir, un sueldo justo por la labor llevada a cabo. Galindo (2015) indica que existen dos tipos de empleo: formal e informal, el empleo formal incluye a los trabajadores que tienen una relación laboral reconocida y que hacen cumplir sus derechos laborales (tales como seguridad social, beneficios no salariales de liquidación o finiquito al término de la relación de trabajo), a la inversa, el empleo informal engloba a los trabajadores que, aunque reciben un pago por su trabajo, no tienen una relación laboral reconocida y no pueden hacer cumplir sus derechos laborales.

Para la OIT (s.f.) citado en Neffa (2014) considerará con empleo “a todas las personas que tengan más de una cierta edad especificada y que durante un breve periodo de referencia, tal como una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente”. Lo mencionado da a entender que el trabajo es una actividad libre la cual se puede ejecutar ya sea bajo relación de dependencia, es decir, relación laboral empleado- empleador o también se da el caso del trabajo autónomo, ambas formas son correctas siempre y cuando se cumpla lo establecido en la ley.

El empleo es la parte de la sociedad que busca en una organización en cualquier empresa teniendo como referencia el empleo genera fuentes de ingreso o personas que sean independiente, sea una actividad libre; que proporcionan una serie de tareas específicas con un sueldo laboral específicos según sus funciones que estén laborando.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN

La presente investigación fue realizada en el sector Puerto Alto, ubicado en la ciudad de Calceta, Cantón Bolívar, Provincia de Manabí.

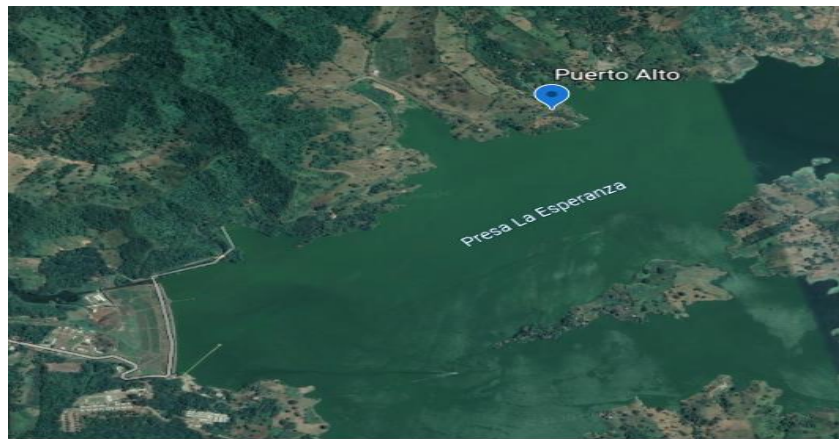


Figura 3.1. Mapa de la ciudad de Calceta Cantón Bolívar
Fuente: Google Maps (2021)

3.2. DURACIÓN

La investigación tuvo un tiempo de duración de nueve meses.

3.3. VARIABLES EN ESTUDIO

Las variables de estudio para la presente investigación son: estudio de factibilidad e implementación de un proyecto turístico.

3.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

En el presente trabajo de investigación, la variable independiente es “estudio de factibilidad”, porque se realizó un análisis para tomar decisiones acerca del turismo en el sector Puerto Alto, con la finalidad de implementar los aprendizajes obtenidos a través de la planeación y la utilización de estrategias.

3.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE

La variable dependiente de este trabajo de investigación es la “implementación de un proyecto turístico”, para llevarlo a cabo se realizó un estudio de factibilidad, que permitió determinar el desarrollo del proyecto planteado en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar, que es un punto estratégico según los estudios realizados.

3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El desarrollo del estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto, requirió la aplicación de la investigación bibliográfica, para dar sustento académico, además se acompañó de un estudio de campo del área de acción de la investigación y por último, se aplicó la investigación descriptiva, para realizar el detalle lógico y específico de los resultados. Para un mejor análisis se los identifica a continuación:

3.4.1. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

La recolección de la información proveniente de fuentes bibliográficas fue fundamental en la construcción de la investigación, pues permitió dar sustento teórico al estudio. A través de su aplicación se detalló las concepciones teóricas de diferentes autores sobre el turismo, el desarrollo sostenible, el mercado turístico, el estudio de la factibilidad y otros aspectos importantes para este proyecto, además su aplicación tuvo la finalidad de sustentar el capítulo uno, antecedentes, en el capítulo dos, marco teórico, se realizó la respectiva revisión bibliográfica de las variables estudio de factibilidad e implementación de un proyecto turístico, mientras en el capítulo IV, fue aplicada para establecer discusiones en los resultados que se consideró pertinente contrastar.

3.4.2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Con la finalidad de analizar el área de acción del estudio, se aplicó la investigación de campo. Su función fue dar cumplimiento a los objetivos específicos planteados, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información como la encuesta y entrevista, necesarios para realizar la síntesis del diagnóstico situacional del sector turístico Puerto Alto, además se aplicó un estudio de mercado, donde fue necesario emplear herramientas como el cuestionario, mismo que fue respondido por una muestra de la población para conocer el nivel de aceptación del proyecto, determinar la demanda potencial y determinar aspectos bases como el tamaño, localización, estructuración y la ingeniería del proyecto turístico.

3.4.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva fue aplicada con la finalidad de identificar la factibilidad de implementar el proyecto turístico, para este fin se desarrolló y evidenció mediante el detalle lógico y secuencial de los resultados obtenidos a partir del diagnóstico situacional, estudio de mercado, estudio técnico y el análisis financiero. Su aplicación tuvo el propósito de evidenciar la información de forma precisa para facilitar la comprensión del lector.

3.5. MÉTODOS

Los métodos aplicados permitieron el desarrollo de las tres fases del procedimiento investigativo, el método inductivo-deductivo, mediante el establecimiento de la premisa y el análisis de criterios generales provenientes de estudios académicos contrastados con los resultados obtenidos, permitieron establecer conclusiones precisas, además mediante el método analítico-sintético, se realizó la descripción precisa de los datos obtenidos provenientes del diagnóstico situacional, el estudio técnico y el análisis económico.

3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO - DEDUCTIVO

El desarrollo del estudio requirió aplicar el método inductivo con la finalidad de establecer las conclusiones, partiendo del desarrollo de las tres fases investigativas establecidas que se fundamentaron en la comprobación de la idea a defender, misma que plantea si el estudio de factibilidad permitió identificar la viabilidad de implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar; posterior a ello y mediante la información recopilada en los diferentes apartados del capítulo de resultados respecto al estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico, se puntualiza o deduce si dicha premisa se cumple y es factible la ejecución del proyecto, para lo cual se realizó el cálculo de diferentes indicadores de rentabilidad que al contrastar los resultados obtenidos con los criterios de diferentes autores respecto al TIR, VAN, RCB, se determinó si existe dicha viabilidad.

3.5.2. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO

Respecto al método analítico-sintético, entendiendo que es un proceso donde la información se descompone en partes, para hacer una correcta interpretación (análisis), para luego establecer resultados precisos mediante su síntesis, simplificando la información, en el desarrollo de la fase uno consistió en detallar el diagnóstico situacional del sector turístico Puerto Alto, luego en la fase dos, mediante el desarrollo del estudio técnico, con la información obtenida se determinó el tamaño, localización, estructuración y la ingeniería del proyecto, además en la fase tres, con el análisis económico y la valoración cualitativa de los datos provenientes de los indicadores de rentabilidad, se pudo precisar la viabilidad de la inversión.

3.5.3. MÉTODO DELPHI

El método Delphi fue empleado dentro del estudio, como el medio para recolectar la información proveniente de expertos con el fin de estructurar el instrumento, para realizar el estudio de mercado, el cual tenía como fin

conocer la demanda potencial del proyecto, la oferta existente del mismo y las características de la muestra estudiada de acuerdo al tema de investigación.

3.6. TÉCNICAS

Las técnicas fueron los medios empleados para buscar, registrar, analizar y sintetizar la información concerniente al estudio de factibilidad del proyecto, para este fin fue necesario emplear la entrevista, y la encuesta.

3.6.1. ENTREVISTA

Para el desarrollo del estudio de factibilidad, dentro de la primera fase investigativa se contempló aplicar como medio de recolección de información la entrevista con el propósito de realizar el diagnóstico situacional del sector turístico Puerto Alto, el instrumento aplicado consistió en emplear preguntas de tipo abierta que fueron respondidas por profesionales asociados a la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí y el Gerente de la Finca Ecológica Oasis, los datos recabados aportaron a la identificación de la relevancia del proyecto desde la experticia de los individuos entrevistados.

3.6.2. LA ENCUESTA

La encuesta como instrumento de investigación, fue aplicada en la etapa de diagnóstico correspondiente a la fase uno, con la finalidad de recopilar información del campo de estudio; mediante un cuestionario, el cual contiene una escala Likert, se aplicó a 371 personas económicamente activa con la finalidad de conocer la opinión sobre la factibilidad del proyecto y realizar el respectivo análisis del mercado objetivo.

3.7. HERRAMIENTA

Las herramientas utilizadas en el estudio de factibilidad, necesarias para el desarrollo de las fases de investigación fueron el cuestionario, la entrevista, análisis Pestel, la descripción de las mismas, se la realiza a continuación:

3.7.1. CUESTIONARIO

El cuestionario como instrumento, fue aplicado con la finalidad de complementar el desarrollo de la fase uno de la investigación, correspondiente al diagnóstico situacional del proyecto, para este fin se aplicaron preguntas de tipo cerrado, relacionadas a la investigación, además su aplicación permitió hacer un análisis del nivel de aceptación del proyecto, mediante la determinación de la demanda.

3.7.2. ANÁLISIS PESTEL

Mediante la aplicación del análisis PESTEL se logró identificar el estado en el cual se encontraba el sector donde se pretende crear el proyecto turístico, respecto a los factores económicos, políticos, legales, sociales, tecnológicos y ambientales, además de identificar cómo influyen al recinto Puerto Alto, respecto a la implementación de programas de inversión turística, como las pretendidas por la presente investigación.

3.7.3. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Dentro del proceso de diagnóstico, se identificaron las cinco fuerzas de Porter, este análisis consistió en detallar las amenazas de entrada de nuevos competidores asociadas, la rivalidad entre competidores existentes en el cantón Bolívar, para este tipo de inversión al igual que la amenaza de productos y servicios sustitutos; añadido a ello, se realizó la descripción del poder de negociación de los proveedores y el poder de negociación de los clientes en el entorno de acción del proyecto.

3.7.4. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA aplicado al proyecto de investigación tuvo por finalidad complementar el diagnóstico, con la finalidad de identificar los principales factores internos como lo son las fortalezas y debilidades, además de la detección de aquellos elementos externos que afectarían la inversión amenazas y aquellas oportunidades que podrían ser aprovechadas. Añadido a ello, se debe tener en cuenta que su desarrollo requirió hacer un análisis del entorno por parte de las investigadoras, que apoyadas con la síntesis establecieron la matriz, resumiendo los datos provenientes de fuente de información como el panel de expertos y los profesionales entrevistados.

3.7.5. SOFTWARE MICROSOFT VISIO

El Software Microsoft Visio se aplicó en la fase dos del estudio para el desarrollo del análisis técnico del proyecto turístico, la herramienta fue empleada con el propósito de identificar la distribución de las áreas o espacios del proyecto.

3.7.6. ESCALA DE LIKERT

Dentro del desarrollo del procedimiento metodológico en la fase uno, correspondiente al diagnóstico del tema en investigación, se aplicó la encuesta como instrumento de recolección de información, el mismo estuvo compuesto por preguntas donde se empleó una escala de valoración para capturar el interés y la intensidad de los sentimientos de los encuestados en relación a la factibilidad, perspectiva y aceptación que tenían respecto al Proyecto Turístico para el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

La recolección de información mediante instrumentos como la encuesta, requirió la identificación de la población económicamente activa la cual corresponde a 10398 personas que habitan en el cantón Bolívar de acuerdo a datos del INEC

(2010). Añadido a ello se debe tener en cuenta que, para la aplicación de la encuesta, se requirió aplicar un muestreo aleatorio simple donde se determinó el tamaño de la muestra, mediante la fórmula de población finita, correspondiendo está a un total de 371 individuos luego de su cálculo.

Ecuación 3.1. Fórmula de la muestra

$$n = \frac{N \cdot k^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde

N= 10 398 población económicamente activa del Cantón Bolívar

k= nivel de confianza (1,96)

p= Probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

q=Probabilidad de fracaso (50%)

e= Precisión (Error admisible en términos de proporción) (5%)

n= Tamaño de la muestra estudiada

$$n = \frac{(10.398)(1,96)^2(0,5)(0,05)}{(0,05)^2(10.398 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(10.398)(3,8416)(0,25)}{(0,0025)(10.397) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{9.986,2392}{25,9925 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9.986,2392}{26,9529}$$

$$n = 370,5070 = 371$$

Estratificación

Una vez calculada la muestra, la cual corresponde a 371 personas económicamente activa, se procedió a realizar la estratificación la cual consiste en aplicar un muestreo aleatorio simple por conveniencia, en el sector urbano (Calceta), y rural (Quiroga y Membrillo), tomando de referencia el procedimiento de estratificación de la muestra aplicado por Niño (2011), el cual es citado por Alcívar et al., (2021):

$$KsH = \frac{n}{N}$$

Ecuación 3.2. Estratificación de la muestra

Fuente: (Niño, 2011 citado por Alcívar et al., 2021)

Datos:

N = tamaño de la población (10.398)

n = muestra (371 encuestas)

Cálculo coeficiente Kish

$$KsH = \frac{371}{10398} = 0.035679$$

Tabla 3.1. Estratificación de la muestra

Población	Muestra	Sector	N	Coeficiente	Muestra
10.398	371	Urbano: Calceta	6001	0.035679	214
		Rural Quiroga Membrillo	4397		157

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado: autores

Mediante la estratificación de la muestra, se determinó que la población a encuestar fue de 214 en el sector urbano y 157 en el sector rural, distribuidos en Quiroga y membrillo a conveniencia, lo cual implicó realizar un total de 78 y 79 encuestados por parroquia; añadido a ello, se debe tener en cuenta que la aplicación de los instrumentos, debido a las restricciones de movilización y políticas de prevención en función de los eventos suscitados por la pandemia ocasionada por el COVID-19, los instrumentos fueron aplicados mediante formularios digitales, en los sectores identificados.

3.9. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La descripción del procedimiento investigativo consistió en detallar las fases requeridas para el desarrollo del estudio de factibilidad del proyecto turístico Puerto Alto en el cantón Bolívar, con este fin se realizó el detalle de las actividades necesarias para aplicar el diagnóstico situacional, elaborar el estudio

de mercado y desarrollar el estudio de mercado, como se muestra a continuación:

3.9.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO PUERTO ALTO PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PROYECTO.

- Análisis del macro entorno mediante la herramienta Pestel.
- Descripción del micro entorno a través de las 5 fuerzas de Porter.
- Análisis de los factores internos y externos asociados al proyecto turístico, mediante el desarrollo de la matriz FODA, EFE y EFI.
- Elaboración de los instrumentos de recolección de información como la encuesta y entrevista.
- Validación del instrumento de recolección de información mediante el método Delphi.
- Aplicación de entrevista a profesionales para el diagnóstico del estado del sector turístico Puerto alto.

El desarrollo de la fase uno consistió en la aplicación de un diagnóstico situacional del proyecto turístico en el sector Puerto Alto del cantón Bolívar, dentro de las actividades planteadas inició realizando el análisis del macro entorno mediante la herramienta Pestel, con el fin de determinar los factores políticos y económicos, los factores sociales, tecnológicos, legales, y ambientales; además, aplicando las cinco fuerzas de Porter, se identificaron las amenazas de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre competidores, la amenaza de productos y servicios sustitutos; añadido a ello, se realizó la descripción del poder de negociación de los proveedores y el poder de negociación que tienen los clientes en el entorno de acción del proyecto.

Luego, se complementó el análisis de los factores internos y externos asociados al proyecto turístico, con el desarrollo de una matriz FODA, la cual consistió en detectar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las cuales

está inmerso el proyecto con relación a la zona de acción en la cual se pretende implementar la inversión para la creación del centro turístico.

Posterior a ello, se procedió a elaborar los instrumentos que permitieron recolectar la información del área de acción del proyecto, con la finalidad de desarrollar la fase dos del estudio, para este fin fue necesario realizar la correspondiente validación mediante el método Dephi. Una vez realizada la validación, se procedió a aplicar la entrevista a profesionales en el campo con la finalidad de realizar un diagnóstico previo del sector asociado al proyecto en desarrollo.

3.9.2. FASE 2: APLICACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.

- Aplicación, procesamiento y análisis de los datos obtenidos mediante la encuesta previamente elaborada.
- Segmentación del mercado objetivo para el proyecto de inversión turística en el sector Puerto Alto.
- Determinación de la oferta y demanda insatisfecha del proyecto.

La fase dos consistió en la elaboración de un estudio de mercado para conocer la demanda potencial del proyecto, para este fin, fue necesario la aplicación de la encuesta previamente elaborada y validada en la fase uno, la misma fue aplicada a la población económicamente activa, mediante el cálculo de la muestra requerida, la cual correspondió a un total de 371 personas. Una vez recopilado los datos, procesada la información y realizado el respectivo análisis, se desarrolló el diagnóstico de la información generada, los datos obtenidos facilitaron la segmentación de mercado, y la determinación de la oferta y la demanda del proyecto.

3.9.3. FASE 3: ESTABLECER UN ESTUDIO TÉCNICO QUE PERMITA LA DETERMINACIÓN DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.

- Identificación de la localización del proyecto.
- Descripción del tamaño del proyecto turístico.
- Determinación de la ingeniería del proyecto turístico para el sector de Puerto Alto en el cantón Bolívar.

El desarrollo del estudio técnico, correspondiente a la fase tres, consistió en la ejecución de tres actividades, iniciando con la descripción del tamaño del proyecto, identificación de la localización del mismo; por último, se procedió a la descripción de la ingeniería requerida; datos necesarios para establecer un correcto análisis con el fin de determinar las ventajas de la zona donde se precisa implementar el centro turístico en el sector Puerto Alto.

3.8.4. FASE 4: DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PARA LA ESTIMACIÓN DE LOS COSTOS ASOCIADOS AL PROYECTO.

- Identificación de los requerimientos de inversión para la puesta en marcha del proyecto.
- Análisis de los costos y gastos asociados al proyecto.
- Determinación del estado de pérdida y ganancia, y el flujo de caja proyectado, para los años de vida estimados para el proyecto.
- Cálculo de los indicadores de rentabilidad del proyecto turístico.

La fase final del estudio comprendió la descripción de un análisis económico-financiero con el propósito de conocer los requerimientos de inversión asociados al proyectos, necesarios para la puesta en marcha y el pleno funcionamiento del mismo, además en esta etapa de la investigación se realizó un análisis de los costos y gastos, estados de pérdida y ganancia, flujo de caja proyectado y el

cálculo de los indicadores de rentabilidad como el TIR, VAN, RCB, para determinar la viabilidad financiera de crear el centro turístico en el sector Puerto Alto del cantón Bolívar perteneciente a la provincia de Manabí.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente Capítulo se presentan los resultados obtenidos con la ejecución del estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar, a continuación, se muestra lo establecido en la metodología:

4.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO PUERTO ALTO PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PROYECTO.

4.1.1. Análisis del macro entorno mediante la herramienta PESTEL

El análisis de PESTEL según Montenegro (2018) es una herramienta que permite conocer el desarrollo de un mercado, es utilizado porque sirve para medir la situación, posición y el diagnóstico potencial del mercado, esto permite que se puedan manejar un pensamiento proactivo de los factores políticos, económicos, tecnológicos y sociales (p. 40).

Por tal motivo, para el presente estudio de factibilidad, se presenta los siguientes análisis:

Factor Político

El aspecto político juega un papel importante, puesto que actualmente, la posesión de un nuevo presidente constitucional, y, por consiguiente, la estrategia política para su nuevo gobierno, sumado a la actual pandemia por Covid-19, son aspectos que giran en torno a decisiones que pueden afectar el normal desarrollo de las actividades turísticas.

En cuanto a lo acontecido con la llegada del Covid-19 se hizo necesario que las organizaciones estudien las oportunidades que tiene el país a partir de los recursos actuales y potenciales, es importante mencionar que el sector turístico

se ha visto en la necesidad de apoyarse con mayor fuerza en los reglamentos, tomando de fondo la Norma Técnica de Actividades Turísticas y la Ley de Turismo, para promover y fomentar actividad en los diversos sectores como se lo pretende hacer en el caso del Puerto Alto en el cantón Bolívar.

El Gobierno en conjunto con el Ministerio de Turismo ha creado medidas orientadas al turismo interno con la finalidad de promover esta actividad tanto a nivel nacional como internacional, buscando generar un sistema de calidad en el turismo con la adquisición de certificados que incentiven a las personas conocer nuevos lugares que les brinden seguridad y confianza en cuanto a la situación que se está viviendo en la actualidad, por esta razón en Ecuador se ha evidenciado la creación de documentos oficiales tales como: El Plan Estratégico del Turismo de Ecuador; Ecuador potencia turística; Plan Estratégico Institucional 2009-2021 y Plan Nacional de Turismo 2030, emitidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Ecuador establecido como un país megadiverso mediante el Ministerio de Turismo ha implementado políticas para lograr la sostenibilidad y crecimiento de este sector. Añadido a ello, el estado y su injerencia mediante la creación de normativas han generado una respuesta positiva en las actividades turísticas, obteniendo un incremento constante de turistas internacionales, el resultado positivo se debe a: i) la ejecución de campañas nacionales e internacionales, ii) la participación de ferias internas y externas, iii) los convenios interministeriales, interinstitucionales e internacionales y iv) la creación y ejecución de normativa que han permitido establecer lineamientos para las actividades, modalidades y servicios turísticos.

Factor Económico

Se evidencia que la economía ecuatoriana tiene varios factores internos y externos que se han visto afectados, entre estos esta la llegada del Covid-19 de tal manera que tiene su impacto directamente en el desempeño económico del país, los principales efectos que se presentan es la movilidad de las personas y

el funcionamiento normal de los establecimientos productivos y comerciales, debido a esta emergencia sanitaria la contribución directa del turismo al PIB en el año 2020 fue de 1,2%, así como se muestra en la Ilustración 4.1.

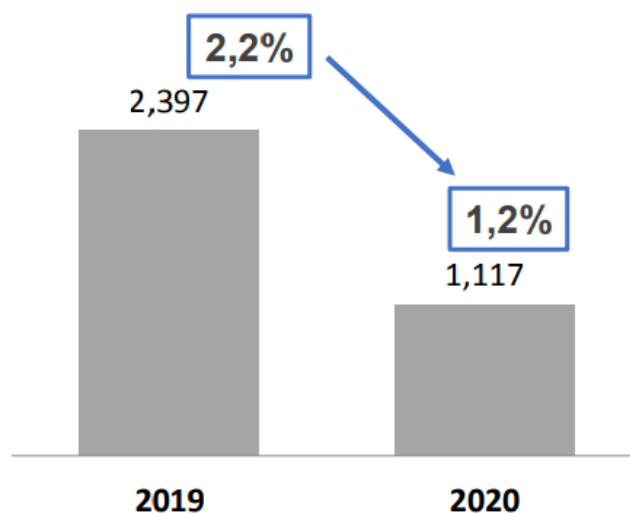


Figura 4.1. Contribución directa del turismo al PIB
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2020)

En cuanto a los cambios que se han suscitado se estima que la economía para el 2021 se recuperó un 3,1%, de tal manera que la economía ecuatoriana tiene una recuperación de las actividades económicas y productivas, como se evidencia en la Ilustración 4.1 en cuanto a la rendición de cuentas nacionales aclara que, en el segundo trimestre del año 2021, se hace uso este incremento específicamente en los gastos de los hogares gracias a las importaciones de bienes de consumo (Ministerio de Turismo, 2020). Los datos identificados se muestran favorables debido a que son un indicativo del sentido de bienestar que se reflejaría en la ciudadanía, motivándolos a realizar gastos que incrementan la actividad turística local y nacional. Pudiendo ser aprovechado estos cambios positivos, debido a que la confianza del consumidor es favorable y existe así mismo aumento en la predisposición de la población para acceder a los productos turísticos.

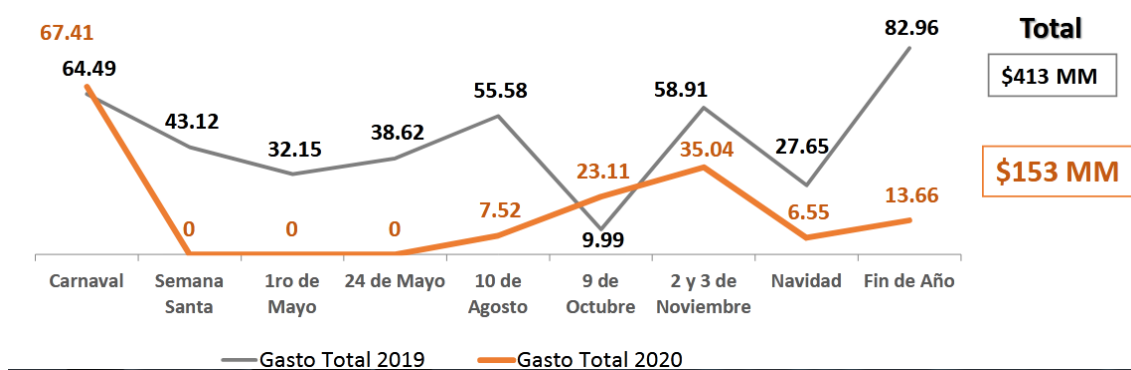


Figura 4.2. Gasto total turismo interno en Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

En Ecuador de acuerdo al Banco Centro del Ecuador (2021), en 2020 se estima que existió más de 1,5 millones de viajes a nivel nacional con respecto de turismo interno, dinamizando la economía nacional en alrededor de 153 millones. Añadido a ello, durante el periodo 2020 – 2021 se suscitaron muchos inconvenientes que hicieron reformar de manera drástica las formas de hacer turismo porque debido al confinamiento y cierre de fronteras y aeropuertos, la caída del turismo fue notable, pero gracias a las diversas estrategias formadas por parte el Ministerio del Turismo se muestra que las cifras se han recuperado, aunque se encuentra muy por debajo de las cifras históricas como se identifica en la Ilustración 4.2.

Factor socio – cultural

El proyecto presenta un enorme potencial social y cultural, mediante su implementación se pretende en lo social aportar a las dimensiones empleo, crecimiento económico y desarrollo de los pueblos, mientras que, en el campo cultural, se pretende lograr avances respecto a las dimensiones identidad étnica, reconocimiento de los pueblos y rescate de tradiciones.

En el campo social la actividad del sector turístico se emplea a muchas personas que ayudan a la economía del país, según datos del Ministerio de Turismo este sector ocupa el 6,1% del total de empleados. En lo económico, para el 2019, se constituía como el principal contribuidor directo al PIB del Ecuador del 2,2% aproximadamente; de esa manera se registraron 24.257 establecimientos

turísticos y un total de 477.382 empleados en las actividades de alojamiento y servicio de comidas, dinamizando la economía. (Camino et al., 2021) estadístico que refleja el potencial que posee el turismo para lograr el desarrollo de los pueblos, aumentando el estatus o nivel de vida de la población local, lo cual se ve reflejado en la creciente inversión, además los datos muestran las ventajas numéricas que respaldan la creación de un proyecto turístico como el que se pretende crear, debido a que, el centro turístico aportaría al crecimiento local y la generación de empleo.

En el campo cultural, el aporte del turismo es fundamental debido a que se fortalece la identidad étnica de la región y en especial de la zona de influencia del proyecto, lo cual contribuye a la vez al reconocimiento de los pueblos, mediante el aprendizaje de sus costumbres y tradiciones, mismas que, se logran rescatar y son de interés para el turista extranjeros.

Factor Tecnológico

El impacto del uso de la tecnología en el ámbito del turismo es muy importante, estos impactan en diversas áreas, permiten la promoción de lugares turísticos que llegan a cualquier lugar; permite la comunicación para reservar o investigar sobre un determinado punto; además de que es parte del entretenimiento para las personas, y generalmente, es utilizado para acceder a redes sociales, campo laboral y educación, por ello, su disponibilidad juega un papel importante para el turista.

Aunque existe limitado financiamiento para este tipo de proyectos en la zona el Gobierno Autónomo Descentralizado de Bolívar (2021), ha hecho énfasis en la planificación de actividades que promuevan el turismo por medio de las tendencias sustentables en la tecnología con la finalidad de facilitar la gestión de las actividades turísticas, donde se prioriza un territorio digital, haciendo publicidad de los diferentes lugares turísticos con los que cuenta el cantón Bolívar, exponiendo los beneficios y ofertas que el lugar tenga para dar al turista en este caso se enfatiza la publicidad de Puerto Alto del cantón Bolívar.

Además, de la tecnología las nuevas tendencias de hacer marketing las personas que administran los lugares turísticos piensan en un marketing digital para el turismo, basado en las nuevas experiencias, mostrando actividades que pueden satisfacer las necesidades del turista y con ello conocer al cliente, con el uso de las redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp son una tendencia tanto para hacer marketing y comunicarse con diferentes personas y acceder al público turístico, además, con la llegada de la pandemia estas redes sociales se han maximizado su uso dando paso a la oportunidad para recuperar el turismo, porque es una vía recomendada hacia el futuro ya que las personas seguirán siendo dependientes de las nuevas tendencias de comunicación.

Factor Ecológico

Ecuador posee grandes problemas ecológicos, aun siendo uno de los países con mayor biodiversidad, se encuentran situaciones complicadas en el cuidado del ambiente, entre ellas se encuentra el desarrollo de las industrias petroleras; el incorrecto tratamiento de residuos sólidos y aguas residuales (de origen, agrícola, industrial y urbano); la deforestación es un aspecto con el cual existe una lucha desde hace años, pero aun así, los resultados no han sido notorios; el incremento de las actividades agrícolas, trae consigo la contaminación del suelo.

La diversidad natural y la riqueza cultural hace del Ecuador uno de los países recorrido por los turistas, porque tiene espacios propios en cuanto a los atractivos naturales, la riqueza natural que posee el Ecuador atrae a los turistas a explorar nuevos lugares que el país brinda, llegando a ser cómodos y acogedores y permite que el visitante se sienta como en casa. Es importante mencionar que el GAD municipal tiene un coordinador del turismo de su sector con inventarios de atractivos que el cantón tenga, con la finalidad de potencializar a través de la generación de productos turísticos con enfoque de sostenibilidad y competitividad, se realiza esta actividad para atraer a visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Factor Legal

En cuanto al campo legal, el turismo en Ecuador está normado por políticas,

leyes y reglamentos que rigen su accionar, entre estas se puede citar la Ley de Turismo (2002), el acuerdo ministerial N° 2021-011, añadido a ello aquellos que implementen actividades que intervengan directamente en la naturaleza, también deberán regirse a las leyes medioambientales establecidas a nivel nacional o local. Encontrándose entre estos el Código Orgánico del Ambiente, con registro del 12 de abril (2017), la Ley de Gestión Ambiental, y la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental. Cuerpos legales mediante los cuales deben regirse las actividades a desempeñar para tener un pleno funcionamiento del centro turístico, evitando cualquier contravención por incumplimiento.

4.1.2. Análisis del microentorno (5 fuerzas de PORTER)

A través del Análisis de las 5 fuerzas de Porter, se establece el estado de la competencia de las empresas. Permiten conocer la rentabilidad de un negocio, y es crucial para formular las estrategias y las ventajas para competir en un mercado. A continuación, se encuentra el modelo desarrollado por el Dr. Michael Porter, con las 5 principales fuerzas para diagnosticar la estructura competitiva en los mercados:

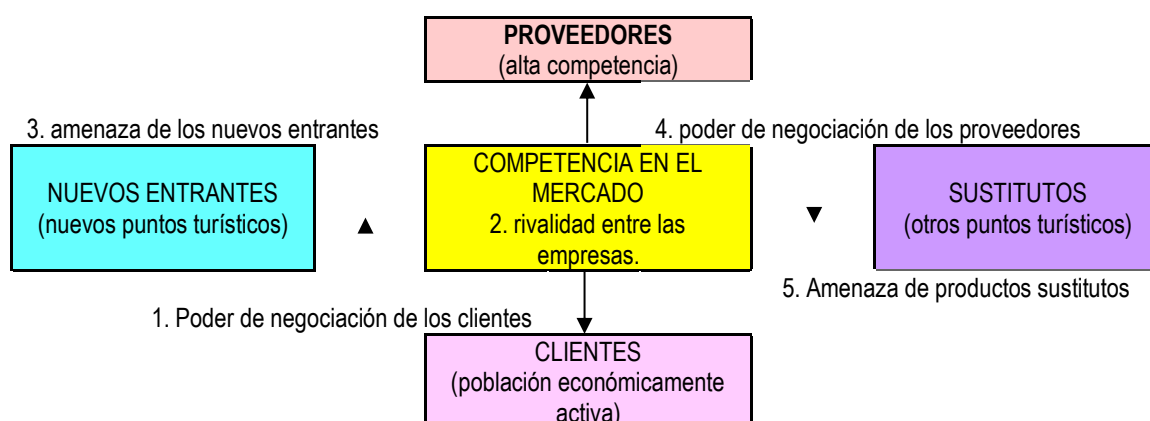


Figura 4.3. Análisis de las 5 fuerzas de Porter
Fuente: Matriz de las Cinco Fuerzas de Porter.

Amenaza de posibles competidores

Las barreras de entrada ante posibles competidores para el Centro turístico Puerto Alto, respecto a la implementación son altas, debido a la capacidad de financiamiento requerida para implementar este tipo de proyecto, factor que hace favorable la ejecución del proyecto, sin embargo, se debe tener en cuenta que en el cantón Bolívar existe competencia directa, entre los cuales se identifican:

- Finca Ecológica Oasis.
- City Camping.
- El Regocijo.

Amenaza de productos sustitutos

Respecto a los productos sustitutos, estos tienen una elevada presencia, correspondiendo aquellos que se ubican fuera del cantón Bolívar y gozan de una alta demanda a nivel provincial y nacional, entre estos se puede identificar los paseos grupales, familiares o individuales a playas de Manabí, visitas al Complejo Arqueológico cerros Hojas-Jaboncillo, ruta de diversidad por Manabí, Parque Nacional Machalilla, Rio Muchacho Organic Farm (Granjas), entre otros, variados y diversos centros recreacionales existentes a lo largo del territorio.

Poder de negociación de los compradores

Los compradores juegan un papel importante en este tipo de proyectos, viéndose su poder de negociación principalmente al momento de elegir los paquetes turístico o el interés de consumo que estos tendrían, relacionándose con aquellos clientes que buscan hacer uso de instalaciones principales para descansar como área de hotelería, aquellos que prefieren hacer uso de instalaciones específicas y aquellos que disfrutan de las actividades al aire libre que incluyen costos más elevados; añadido a ello, en cuanto a precios estos también se ven vinculados al tipo de visitas, sean grupos de excursión, asociaciones, organizaciones, instituciones educativas, empresariales, pudiéndose manejar precios con ofertas para garantizar el incremento de las visitas al centro turístico. Añadido a lo anterior, la demanda de los servicios estará limitada a la capacidad de pago del

demandante, razón por la cual, se cuenta con ofertas que atraigan un perfil de alta concurrencia.

Poder de negociación de los proveedores

En el sector turístico el poder de negociación de los proveedores es de suma importancia, en cuanto a productos y servicios requeridos para el centro turístico, en línea general, es necesario cumplir con aquellos fundamentales para el funcionamiento del centro turístico como servicios básicos: de energía eléctrica, agua potable, tazas municipales a cubrir, entre otros. Respecto al abastecimiento de agua, se contempla establecer convenio con la empresa EMARS, para el respectivo abastecimiento. Por otra parte, el proyecto también se encuentra vinculado al desarrollo de convenios con hoteles, rentadoras de autos, compañías de taxis y operadores turísticos, donde se tienen mayor amplitud para decidir sobre estos y con quienes establecer acuerdos de cooperación.

Así mismo, para las operaciones internas, se contempla, el acceso a diferentes proveedores:

Abastecimiento de combustible (Petroecuador).

Servicio de internet.

Servicio de telefonía (CNT, movistar, claro).

Indumentaria de seguridad.

Rivalidad en el mercado (nuevos entrantes)

Las barreras de ingresos del proyecto ante nuevos entrantes, es alta debido a la existencia de los costos de inversión requerido, añadido a ello, requiere de una planificación eficiente que le permita al proyecto la sostenibilidad adecuada. Sin embargo, la presencia de nuevos productos sustitutos es posible y variada como menciona Ricci (2017), el desarrollo de nuevos productos es una constante, en la medida que se va profesionalizando la gestión turística de los diversos atractivos presentes en los distintos destinos turísticos. Le pueden competir el turismo cultural, ecoturismo, turismo religioso, turismo de aventura, turismo

paleontológico, etnoturismo, entre otros.

4.1.3. MATRIZ FODA

La matriz FODA, corresponde al análisis interno y externo que afecta el proyecto de turismo en el sector Puerto Alto, para su desarrollo, en la etapa de evaluación a los expertos encargados de validar los instrumentos de diagnóstico, las entrevistas aplicadas a los profesionales y la observación del entorno por parte de las investigadoras, se procedió a realizar la síntesis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la tabla 4.1, se detalla el desarrollo de la actividad:

Tabla 4.1. Matriz FODA del Sector Puerto Alto

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El Sector Puerto Alto tiene un gran potencial turístico. • Localidad interesada en potenciar este sector como turístico. • Presencia de Bosques naturales. • Actividades recreativas como la pesca. • Cascadas de gran interés local y extranjero. • Los bosques, humedales naturales, lagunas, la represa y cascadas, representan atractivos que son de interés turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene condiciones favorables en el mercado debido a territorios que son de interés turístico. • Moradores del lugar interesados en trabajar en beneficio del Sector. • Apoyo por parte del estado al desarrollo de proyectos turísticos. • Capacidad del entorno para ampliar el alcance el proyecto.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de conocimientos y habilidades en el desarrollo de proyectos turístico. • Se requiere capitales de inversión elevados. • Se requiere de un periodo largo para recuperar la inversión. • Zona con presencia de otras ofertas turísticas ya posicionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducida organización e interés hacia este Sector. • Falta de políticas provenientes de organismos gubernamentales q fortalezcan el turismo rural. • Problemas ambientales, o catástrofes naturales, que afecten el cantón, la provincia y el país. • Cambio de políticas gubernamentales que afecten los proyectos turísticos. • Crisis económica y social que reducen los índices de confianza del consumidor.

Fuente: Entrevista aplicada a expertos y profesionales.

Elaborado por: Los Autores.

La identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, corresponde al análisis de los factores internos, para este fin se realizó la revisión de la matriz EFE y matriz EFI:

4.1.4. Matriz de factores internos (EFI)

Luego de determinar la matriz FODA, se procedió a evaluar los factores internos mediante la matriz EFI, consiste en enlistar las fortalezas y debilidades, para luego aplicar la valoración pertinente, tomando de referencia la establecida por Ponce (2007) y David (2013):

1. Enlistar las fortalezas y debilidades.
2. Asignar los pesos: 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante).
3. Realizar la calificación a cada elemento: 4 = fortaleza importante, 3 = fortaleza menor, 2 = debilidad menor y 1 = debilidad importante.
4. Multiplicar el peso de cada factor por la calificación generada, y,
5. Sumar las calificaciones ponderadas, para determinar el total ponderado de la matriz EFI.

Tabla 4.2. Matriz de factores internos EFI

Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Fortaleza			
F1. El Sector Puerto Alto tiene un gran potencial turístico.	0,10	4	0,40
F2. Localidad interesada en potenciar este sector como turístico.	0,10	3	0,30
F3. Presencia de Bosques naturales.	0,10	4	0,40
F4. Actividades recreativas como la pesca.	0,10	3	0,30
F5. Cascadas de gran interés local y extranjero.	0,10	4	0,40
F6. Los bosques, humedales naturales, lagunas, la represa y cascadas, representan atractivos que son de interés turístico.	0,10	4	0,40
Debilidades			
D1. Carencia de conocimientos y habilidades en el desarrollo de proyectos turístico.	0,10	1	0,10
D2. Se requiere capitales de inversión elevados.	0,10	1	0,10
D3. Se requiere de un periodo largo para recuperar la inversión.	0,10	2	0,20
D4. Zona con presencia de otras ofertas turísticas ya posicionadas.	0,10	2	0,20
Total	1		2,80

Fuente: Encuesta aplicada para estudio de mercado.

Elaborado por: los autores

Del análisis de los datos mostrados en la tabla 4.2, en relación con el criterio de David (2013), se establece que al generar un valor ponderado de 2,80, en la matriz EFI, al encontrarse por encima de la puntuación media (2,50), se puede interpretar que, con la ejecución del proyecto turístico en el sector Puerto Alto del cantón Bolívar, se puede aprovechar las fortalezas y los medios necesarios para reducir las debilidades vinculadas a la carencia de conocimientos y habilidades para desarrollar el sector y el cuidado e importancia que se le da al sector como zona turística.

4.1.5. Matriz de factores externos EFE

En cuanto al desarrollo de la matriz EFE, se aplicó el procedimiento referenciado por Ponce (2007) y David (2013), mismo que es similar al desarrollado en la matriz EFI, con variación en la valoración realizada en el paso 3 como se muestra a continuación:

1. Enlistar las fortalezas y debilidades.
2. Asignar los pesos: 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante).
3. Realizar la calificación a cada elemento: 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por encima del promedio, 2 = la respuesta es promedio y 1 = la respuesta es deficiente.
4. Multiplicar el peso de cada factor por la calificación generada, y,
5. Sumar las calificaciones ponderadas, para determinar el total ponderado de la matriz EFE.

Tabla 4.3. Matriz de factores externos EFE

Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
OPORTUNIDADES			
O1. Tiene condiciones favorables en el mercado debido a territorios que son de interés turístico.	0,15	4	0,60
O2. Moradores del lugar interesados en trabajar en beneficio del Sector.	0,10	3	0,30
O3. Apoyo por parte del estado al desarrollo de proyectos turísticos.	0,10	3	0,30
O4. Capacidad del entorno para ampliar el alcance el proyecto.	0,10	2	0,20
AMENAZAS			
A1. Reducida organización e interés hacia este Sector.	0,10	3	0,30
A2. Falta de políticas provenientes de organismos gubernamentales q fortalezcan el turismo rural.	0,10	3	0,30
A3. Problemas ambientales, o catástrofes naturales, que afecten el cantón, la provincia y el país.	0,15	4	0,60
A4. Cambio de políticas gubernamentales que afecten los proyectos turísticos.	0,10	2	0,20
A5. Crisis económica y social que reducen los índices de confianza del consumidor.	0,10	2	0,20
Total	1		3,00

Fuente: Encuesta aplicada para estudio de mercado.

Elaborado por: Los autores

Respecto al análisis de los factores externos expresados y valorados en la matriz referenciada en la tabla 4.3, de acuerdo con David (2013), al tener una valoración por encima de la media (2.50), equivalente a 3,00, esta calificación se puede interpretar como favorable, debido a que el proyecto está en capacidad de

aprovechar y afianzar las oportunidades existentes en el entorno, además de tener los medios necesarios para evadir o reducir el impacto de las amenazas.

4.1.6. Elaboración de la encuesta y la entrevista de acuerdo a las necesidades del proyecto

La elaboración de los instrumentos de investigación, fueron necesarios para obtener información de este proyecto, se inició con el cuestionario de la Encuesta (Anexo 1) y la Entrevista (Anexo 2), con preguntas importantes sobre el tema planteado, cómo la importancia del desarrollo del turismo para el Cantón Bolívar, sobre el potencial turístico, sobre la aceptación por parte de la población del Cantón Bolívar hacia el Sector Puerto Alto como punto turístico, las mejoras que permitiría este proyecto, entre otros.

Con la ayuda de estos instrumentos, se obtuvo mayor información para el desarrollo del proyecto, y así contribuir de manera veraz con cada respuesta estipulada.

4.1.7. Validación de instrumento mediante el método DELPHI

Para validar los instrumentos, se utilizó el Método Delphi, Escobar y Cuervo (2008) citado por Robles y Rojas (2015), expresan que las opiniones de personas que tienen experiencia o trayectoria en un determinado tema, pueden dar su opinión en relación a una información, evidencia, juicio y valoraciones sobre los instrumentos (Anexo 1 y 2). El proceso de validación (Anexo 3) se llevó a cabo mediante la caracterización de los expertos considerados para este proyecto especificados en la Tabla 4.4.

La valoración del nivel de conocimiento se ejecutó en una escala del 1 al 10 como se muestra en la tabla 4.5, en donde se identificó el nivel de conocimiento específico de los temas propuestos e involucrados en este proyecto. La tabla 4.7, se presenta el coeficiente de argumentación con respecto a los temas principales, en donde se obtuvo que 8 de 10 cumplen con los rangos

establecidos para la validación de los instrumentos.

4.1.8. Caracterización de los candidatos que conformarán el equipo de expertos

Tabla 4.4. Candidatos que conformarán el equipo de expertos

CARACTERIZACIÓN DE CANDIDATOS A EXPERTOS					
N° expertos	Grado académico	Ocupación actual	Años de experiencias, Ocupación actual	Profesión	Área de experiencia profesión
1	Superior	Arquitecto	3	Arquitecto	Diseño, construcción, remodelación de vivienda
2	Cuarto nivel	Docente	12	Master en gestión turística	Turismo, servicio, administración
3	Cuarto nivel	Servidor público	1 año 6 meses	Ing. en turismo	Departamento de turismo GAD Bolívar
4	Cuarto nivel	Docente	5	Magister en planificación y gestión de proyectos agroturísticos y ecológicos	Docente investigadora
5	Tercer nivel	Emprendedora	2	Ingeniera en turismo	
6	Magister	Docente	7	Ingeniero en turismo	Planificación, innovación turística, Comercio electrónico, emprendimiento turístico y EFL
7	Tercer nivel	Guardaparque	14	Ingeniero en administración de empresas turísticas	Guía local, guardaparque, responsable del programa uso público y turismo en el AP. PACOCHE, gerente de la cabaña restaurante los corrales marinos J.L y presidente de la operadora Monkeys Tour.
8	Tercer nivel	1. Gerente ASOPROPESMA RLI, 2. Socio Monkeys Tour 3. Analista de Proyectos Turísticos	1. 4 años 2. 10 meses 3. 2 años	Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas	Ministerio de Ambiente y Agua (Guía, Guardaparque) Teniente Político Departamento de turismo Manta
9	Tercer nivel	Especialista 4 Turismo, Cultura, Patrimonio y Deporte	7	Licenciatura	Biblioteca, Avalúos y Catastros, Dirección de Gestión Social, Turismo
10	Tercer nivel	Negocios en bienes Raíces	15	Licenciatura en Marketing	Docente de la Universidad Católica

Fuente: Equipo de Expertos

Elaborado por: Autores.

La evaluación de el “juicio de expertos”, es un método de validación que es muy utilizado en investigación “consiste, básicamente, en solicitar a una serie de personas la demanda de un juicio hacia un objeto, un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto” Cabero y Llorente, 2013).

Para realizar el cálculo del “coeficiente de conocimiento o información” representado por “Kc”, se marca con una cruz en una escala creciente del 1 al 10, el valor que corresponde al grado de conocimiento para el tema de estudio, estos valores serán promediados y se multiplicarán por 0,1. Se considera que “1” indica absoluto desconocimiento y “10” pleno conocimiento de la temática que se evalúa en la interrogante (Hernández y Robaina, 2017).

Ecuación 4.1. *Fórmula para el coeficiente de conocimiento o información*

$$Kc = \left(\frac{c1 + c2 + c3 + c4 + c5 + c6 + c7}{7} \right) * 0,1$$

$$Kc1 = \left(\frac{4 + 7 + 9 + 7 + 6 + 5 + 6}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{44}{7} \right) * 0,1 = 0,63$$

$$Kc2 = \left(\frac{10 + 9 + 10 + 10 + 10 + 9 + 10}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{68}{7} \right) * 0,1 = 0,97$$

$$Kc3 = \left(\frac{5 + 6 + 9 + 10 + 6 + 5 + 10}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{51}{7} \right) * 0,1 = 0,73$$

$$Kc4 = \left(\frac{8 + 8 + 9 + 9 + 10 + 8 + 10}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{62}{7} \right) * 0,1 = 0,89$$

$$Kc5 = \left(\frac{6 + 6 + 8 + 8 + 8 + 8 + 8}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{52}{7} \right) * 0,1 = 0,74$$

$$Kc6 = \left(\frac{8 + 8 + 10 + 10 + 10 + 9 + 10}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{65}{7} \right) * 0,1 = 0,93$$

$$Kc7 = \left(\frac{10 + 10 + 10 + 9 + 9 + 0 + 9}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{57}{7} \right) * 0,1 = 0,81$$

$$Kc8 = \left(\frac{10 + 9 + 9 + 10 + 10 + 8 + 10}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{66}{7} \right) * 0,1 = 0,94$$

$$Kc9 = \left(\frac{5 + 5 + 5 + 5 + 5 + 5 + 5}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{35}{7} \right) * 0,1 = 0,50$$

$$Kc10 = \left(\frac{10 + 10 + 10 + 10 + 10 + 10 + 5}{7} \right) * 0,1 = \left(\frac{65}{7} \right) * 0,1 = 0,9$$

Tabla 4.5. Determinación de Coeficiente de Conocimiento de Expertos.

DETERMINACIÓN DE COEFICIENTE DE CONOCIMIENTO DE EXPERTOS										
Conocimientos específicos	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Experto 7	Experto 8	Experto 9	Experto 10
C1. Administración de empresas	4	10	5	8	6	8	10	10	5	10
C2. Estudio de factibilidad	7	9	6	8	6	8	10	9	5	10
C3. Estructuración de proyectos	9	10	9	9	8	10	10	9	5	10
C4. Estudio de diagnóstico situacional	7	10	10	9	8	10	9	10	5	10
C5. Estudio de Mercado	6	10	6	10	8	10	9	10	5	10
C6. Análisis económico – financiero	5	9	5	8	8	9	0	8	5	10
C7. Oferta Turística	6	10	10	10	8	10	9	10	5	5
SUMATORIA	44	68	51	62	52	65	57	66	35	65
TOTAL Kc	0,63	0,97	0,73	0,89	0,74	0,93	0,81	0,94	0,50	0,93

Fuente: Equipo de Expertos

Elaborado por: Autores.

Para realizar el cálculo del coeficiente de argumentación o fundamentación representado por “Ka” de los expertos, se toma en consideración la valoración señalada por los mismos expertos Hernández y Robaina (2017). En la tabla 4.6 se aprecian los valores dados para cada conocimiento de los expertos en relación al tema de investigación.

Tabla 4.6. Patrón estándar para calcular el Coeficiente de Argumentación.

COEFICIENTE DE ARGUMENTACIÓN			
PATRÓN ESTÁNDAR PARA CALCULAR (Ka)			
FUENTES DE ARGUMENTACIÓN O FUNDAMENTACIÓN	ALTO	MEDIO	BAJO
Análisis teóricos realizados por usted	0,3	0,2	0,1
Su experiencia obtenida	0,5	0,4	0,2
Trabajos de autores nacionales	0,05	0,05	0,05
Trabajos de autores extranjeros	0,05	0,05	0,05
Su conocimiento en desarrollo de proyectos de turismo	0,05	0,05	0,05
Su intuición	0,05	0,05	0,05

Fuente: (Hernández y Robaina, 2017)

Tabla 4.7. Determinación de Coeficiente de Argumentación

Fuentes de Argumentación o Fundamentación	Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	Expe rto 4	Expe rto 5	Expe rto 6	Expe rto 7	Expe rto 8	Expe rto 9	Expe rto 10
Análisis teóricos realizados por usted	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2
Su experiencia obtenida	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
Trabajos de autores nacionales	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Trabajos de autores extranjeros	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Su conocimiento en desarrollo de proyectos de turismo	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Su intuición	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
SUMATORIA	0,8	0,9	1	0,8	1	1	1	0,8	0,7	0,9

Elaborado por: Autores.

Con los resultados correspondientes del Coeficiente de Conocimiento de Expertos y el Coeficiente de Argumentación, se procede a realizar el cálculo del Coeficiente para cada uno de los expertos con la siguiente fórmula:

Ecuación 4.2. Fórmula del coeficiente de expertos

$$k = \frac{kc + ka}{2}$$

$$k1 = \frac{0,63 + 0,8}{2} = \frac{1,43}{2} = 0,72$$

$$k2 = \frac{0,97 + 0,9}{2} = \frac{1,87}{2} = 0,94$$

$$k3 = \frac{0,73 + 1}{2} = \frac{1,73}{2} = 0,87$$

$$k4 = \frac{0,89 + 0,8}{2} = \frac{1,69}{2} = 0,85$$

$$k5 = \frac{0,74 + 1}{2} = \frac{1,74}{2} = 0,87$$

$$k6 = \frac{0,93 + 1}{2} = \frac{1,93}{2} = 0,97$$

$$k7 = \frac{0,81 + 1}{2} = \frac{1,81}{2} = 0,91$$

$$k8 = \frac{0,94 + 0,8}{2} = \frac{1,74}{2} = 0,87$$

$$k9 = \frac{0,50 + 0,7}{2} = \frac{1,20}{2} = 0,60$$

$$k10 = \frac{0,93 + 0,9}{2} = \frac{1,83}{2} = 0,92$$

Con estos resultados se toma en consideración la tabla 4.8 para realizar la calificación de los expertos de acuerdo con su nivel de competencia:

Tabla 4.8. Nivel de competencia de los expertos

K	COMPETENCIA
$0,80 < K \leq 1$	Alta
$0,70 < K \leq 0,80$	Media
$0,50 < K \leq 0,70$	Baja

Fuente: (Burguet et al., 2019)

Ecuación 4.3. Fórmula para el cálculo de cada experto

$$Kp = \frac{\sum kj}{n}$$

$$Kp = \frac{0,72 + 0,94 + 0,87 + 0,85 + 0,87 + 0,97 + 0,91 + 0,87 + 0,6 + 0,92}{10} = \frac{8,52}{10}$$

$$Kp = 0,85$$

La obtención de Kp, permite identificar el valor de cada experto y este se establecerá en el rango establecido en la tabla 4.8, así se seleccionaron aquellos expertos que evaluaron los instrumentos de investigación.

De los diez expertos seleccionados inicialmente, ocho obtuvieron la calificación adecuada para evaluar los instrumentos de investigación (encuesta y la entrevista). Cabe destacar que de las evaluaciones realizadas, tres validaron la totalidad del instrumento, mientras que tres emitieron juicios sobre la forma de la redacción de las preguntas, enfoque hacia el problema, importancia del tema y utilización de los términos adecuados; por otra parte, los dos profesionales restantes no facilitaron las calificaciones de los modelos, sustentando que debido a la limitada disponibilidad de tiempo al encontrarse en actividades laborales y familiares, no fue posible realizar su diagnóstico.

Para la encuesta, las puntuaciones por preguntas fueron:

Tabla 4.9. Puntuación de los expertos para la encuesta.

PREGUNTA		PUNTUACIÓN EXPERTOS PARA ENCUESTA							SUMA	PROMEDIO
n.º	Evaluación	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 5	Experto 6	Experto 8			
1	Adecuación	10,00	10,00	8,00	10,00	10,00	8,50	56,50	9,42	
	Pertinencia	10,00	10,00	8,00	10,00	10,00	9,00	57,00	9,50	
2	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25	

	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17
3	Adecuación	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	8,50	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17
4	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	9,00	56,00	9,33
5	Adecuación	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	8,50	55,00	9,17
	Pertinencia	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
6	Adecuación	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	8,50	55,00	9,17
	Pertinencia	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
7	Adecuación	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	8,50	55,00	9,17
	Pertinencia	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
8	Adecuación	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	8,50	55,00	9,17
	Pertinencia	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
9	Adecuación	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	8,50	55,00	9,17
	Pertinencia	10,00	8,50	8,00	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
10	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	9,00	56,00	9,33
11	Adecuación	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	8,50	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17
12	Adecuación	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	8,50	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17
13	Adecuación	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	8,50	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17
14	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	9,00	56,00	9,33
15	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	9,50	8,00	10,00	10,00	9,00	56,50	9,42
16	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	9,00	55,00	9,17

Fuente: Equipo de Expertos

Elaborado por: Autores.

En el caso de la entrevista, la puntuación fue la siguiente:

Tabla 4.10. Puntuación de los expertos para la entrevista.

PREGUNTA		PUNTUACIÓN EXPERTOS PARA ENTREVISTA							SUMA	PROMEDIO
n.º	Evaluación	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 5	Experto 6	Experto 8			
1	Adecuación	10,00	7,00	7,50	10,00	10,00	8,00	52,50	8,75	
	Pertinencia	10,00	10,00	9,00	10,00	10,00	10,00	59,00	9,83	
2	Adecuación	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	8,50	55,50	9,25	
	Pertinencia	10,00	9,00	8,00	10,00	10,00	9,00	56,00	9,33	
3	Adecuación	10,00	8,00	8,00	10,00	10,00	8,50	54,50	9,08	

	Pertinencia	10,00	7,00	8,00	10,00	10,00	9,00	54,00	9,00
4	Adecuación	10,00	9,00	9,00	10,00	10,00	8,00	56,00	9,33
	Pertinencia	10,00	9,00	9,00	10,00	10,00	8,00	56,00	9,33
5	Adecuación	10,00	8,50	9,00	10,00	10,00	9,00	56,50	9,42
	Pertinencia	10,00	8,50	9,00	10,00	10,00	9,00	56,50	9,42
6	Adecuación	10,00	9,00	8,50	10,00	10,00	8,00	55,50	9,25
	Pertinencia	10,00	9,00	8,50	10,00	10,00	8,00	55,50	9,25
7	Adecuación	10,00	8,00	8,50	10,00	10,00	8,00	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,50	10,00	10,00	9,00	55,50	9,25
8	Adecuación	10,00	8,00	8,50	10,00	10,00	8,00	54,50	9,08
	Pertinencia	10,00	8,00	8,50	10,00	10,00	8,00	54,50	9,08
9	Adecuación	10,00	8,00	9,00	10,00	10,00	9,00	56,00	9,33
	Pertinencia	10,00	8,00	9,00	10,00	10,00	10,00	57,00	9,50
10	Adecuación	10,00	9,00	8,50	10,00	10,00	9,00	56,50	9,42
	Pertinencia	10,00	9,00	8,50	10,00	10,00	10,00	57,50	9,58
11	Adecuación	10,00	7,00	8,00	10,00	10,00	8,00	53,00	8,83
	Pertinencia	10,00	7,00	8,00	10,00	10,00	8,00	53,00	8,83

Fuente: Equipo de Expertos

Elaborado por: Autores.

Luego de realizar las correcciones emitidas por los expertos, se procedió a aplicar estos instrumentos, la encuesta a la población económicamente activa del cantón Bolívar y la entrevista a un docente de la Carrera de Turismo de la ESPAM, y al Gerente de la Finca Ecológica Oasis.

4.1.9. Aplicación de entrevista a profesionales para el diagnóstico del estado del sector turístico Puerto alto

La entrevista (Anexo 2) fue aplicada al Licenciado Iván Sarmiento Gerente de la Finca Ecológica Oasis (Anexo 2.1) y a la Ing. Yadira Párraga, Docente de la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL (Anexo 2.2), ambas personas tienen la capacidad, preparación y experiencia para aportar información sobre el tema planteado en este proyecto, cómo es el estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

Cabe destacar que ambos entrevistados conocen el Sector Puerto Alto, y consideran que es un lugar con muchos atractivos, puesto que tiene lagunas y

montañas además de otros recursos naturales que pueden ser potenciados para el turismo, sobre todo porque es ideal para vacacionar en esta comunidad.

Considerando que el Sitio Puerto Alto se encuentra en la Zona Rural del Cantón Bolívar, los entrevistados consideran que los sectores rurales han tomado fuerza donde se permite el agroturismo, siendo la nueva tendencia, además este sitio promueve emprendimientos con grandes beneficios para la comunidad turística. Un aspecto importante es que este sector tiene mucho que dar para el turismo, sobre todo por la diversidad de atracción que posee.

Los estudios de factibilidad son un aspecto elemental e indispensable para cualquier empresa de turismo que desee invertir, puesto que permite conocer si es o no viable la inversión, además de que garantiza una buena relación con la comunidad y buen ambiente a la sociedad, los negocios y el crecimiento económico del mismo.

La comunidad rural del cantón Bolívar se vería beneficiada con la implementación de un proyecto turístico, sobre todo en el aspecto económico, social y laboral, porque será necesario el uso de mano de obra, las visitas de turistas generan ganancias económicas, no solo para un atractivo, sino para cualquier otro tipo de emprendimiento (o negocio) cercano a este lugar. Entonces el turismo es muy importante para la reactivación económica, debido a que genera fuentes de ingresos y también empleo.

El Sector Puerto Alto tiene como principal atractivo turístico la Represa, esta permitiría realizar diversos deportes acuáticos, además de las cascadas que son ideales para hacer rutas de caminatas con la finalidad de llegar a estar, en sí lo programas pueden ser creados con diversas finalidades, desde acampar hasta con zonas para hospedarse y disfrutar de la naturaleza.

Al desarrollarse este tipo de proyectos, se beneficia con tres aspectos básicos: contribución económica, creación de empleos y nuevos negocios o emprendimientos, pues es indiscutible la reactivación económica si este tipo de

proyectos son factibles, siendo el trabajo con la comunidad indispensable para el crecimiento y desarrollo de las actividades.

Para que este tipo de proyectos pueda ser implementado en el Sector Puerto Alto, es necesario que existan los estudios correspondientes, además se debe de proyectar de forma planificada todos los servicios, actividades que se van a ofrecer, además del lugar exacto donde se desea desarrollar las actividades pues, no es deseable que se desee implementar nuevos servicios y no pueda ser posible por la incorrecta planificación.

Por este motivo se deben de considerar diversos aspectos, como son la acogida comercial, la viabilidad técnica, legalidad a nivel de ubicación y prestación de servicios turísticos, factibilidad económica y organizacional, factibilidad ambiental. Considerando que es un proyecto turístico, es indispensable que existan regulaciones que beneficien a la inversión, a la comunidad y al cantón.

4.2. FASE 2: APLICACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO.

En el este Capítulo se encuentra definida la segmentación del mercado se presentan los resultados obtenidos con la ejecución del estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar, a continuación, se muestra lo establecido en la metodología:

4.2.1. Segmentación del mercado

Considerando Ko et al. (2007) la segmentación como una de las técnicas más utilizadas para responder a las necesidades de los grupos que comparten estilos de vida, valores y pautas de comportamiento; y atendiendo lo expresado por García (2021), en el presente apartado, es empleada para conocer las características de las partes interesadas, como la demografía, geográfica y

psicográfica, para hacer la valoración de los perfiles y conocer el destino o área de ejecución del proyecto. Para identificar el mercado al cual está enfocado el proyecto turístico en el Sector Puerto Alto, se plantea la siguiente segmentación de mercado:

Tabla 4.11. Segmentación del mercado para la implementación del proyecto turístico Puerto Alto.

VARIABLES	GENERALES	
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	País Provincia Cantones	Ecuador Manabí Bolívar.
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	Edad Género Nivel económico	Más de 18 años y menores de edad bajo supervisión de adultos. Femenino – Masculino – Otro Ingresos bajos, medios y altos.
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	Estilo de vida Rasgos de la personalidad Clases sociales	Deportistas, turistas, y para personas que busquen pasar vacaciones. Para todo tipo de personalidades. Clase social baja, media y alta.

Elaborado por: Los Autores.

A través de la tabla 4.11, se considera que el estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector de Puerto Alto, se enfoca en la segmentación geográfica, considerando a turistas extranjeros y nacionales, además se centra en atraer visitas los diferentes cantones más cercanos de Bolívar, como lo son Tosagua, Junín, Chone, Manta y Portoviejo.

En la segmentación demográfica, se estableció que el proyecto está direccionado para mayores de 18 años, menores de edad con supervisión de adultos, familias, grupos institucionales, docentes o asociaciones, sin importar el género o el nivel económico.

En la segmentación psicográfica, se encuentra enfocado en personas con un estilo de vida aventurero, deportistas, turistas y personas que busquen vacacionar, para todo tipo de persona con interés de disfrutar actividades al aire libre.

4.2.2. Aplicación y análisis de la encuesta

Para realizar el estudio de la factibilidad para la implementación del proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar, se aplicó una encuesta a la población económicamente activa, mediante un muestreo aleatorio simple para conocer su opinión y el nivel de aceptación. Los resultados se los puede observar a continuación:

1. Datos demográficos de la población económicamente activa encuestada:

A. Edad:

Tabla 4.12. Tabulación edad de la población económicamente activa.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Entre 20 y 29 años	171	46,00
b) Entre 30 y 39 años	104	28,00
c) Entre 40 y 49 años	37	10,00
d) Entre 50 y 59 años	45	12,00
e) Más de 60 años	15	4,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Citando a Baca y Herrera (2016), no es lo mismo trabajar con adultos, mujeres, hombres, jóvenes o niños, resultando de esta forma, crucial reconocer los diferentes segmentos de edad que corresponden a la muestra evaluada en el estudio de mercado, ello permitió ampliar la información obtenida, convirtiéndose de utilidad para aplicar estrategias durante la prestación de servicios, en concordancia con los diferentes rangos de edades.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 46% de la población económicamente activa que fue encuestada, el 46% se encuentran en una edad entre los 20 y 29 años; el 28% se encuentra entre los 30 y 39; el 12% se encuentra entre los 50 y 59 años, el 10% se encuentra entre los 40 y 49 años y el 4% tiene más de 60 años. Considerando estos porcentajes, la diferencia con respecto a la edad entre 20 y 29 años es superior a la de más de 69 años, debido a que hoy en día existen mejores oportunidades para emprender.

B. Sexo

Tabla 4.13. Tabulación de la población económicamente activa.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Hombre	208	56,00
b) Mujer	163	44,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Comprendiéndose de acuerdo a Baca y Herrera (2016) que la condición de género de las beneficiarias y beneficiarios puede ser una limitante o fracaso para aquellos proyectos que no incorporen la perspectiva de género en sus análisis, la identificación de los mismos es fundamental, procediendo en concordancia con lo descrito, los datos identificados en la tabla 4.13, muestran el porcentaje de encuestados de acuerdo al género, encontrándose que un 56%, correspondiente a 208 individuos, son hombres, mientras el 44% restante fueron mujeres, encontrándose un balance en los resultados al emplearse una muestra balanceada entre el grupo de individuos estudiados.

C. Nivel académico

Tabla 4.14. Tabulación de la población económicamente activa.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Primaria	0	0,00
b) Bachiller	63	17,00
c) Tercer Nivel	215	58,00
d) Cuarto Nivel	89	24,00
e) Doctorado	4	1,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Identificar el perfil académico de la muestra es crucial para conocer a los diferentes grupos a los cuales se dirige el proyecto y a quienes abarca el estudio, para crear estrategias eficientes, entendiéndose, además, según lo expresado por Baca y Herrera (2016) que, para elaborar el perfil de los beneficiarios es importante captar, mediante cuestionarios, características como género, edad, estado civil, nivel de escolaridad, entre otras.

En cuanto a los datos generados en la investigación el Nivel Académico de la población económicamente activa, se obtuvo el 58% tiene un grado de tercer nivel, el 24% cuarto nivel, el 17% es bachiller, el 1% posee doctorado. Datos que identifican una muestra concentrada en jóvenes y adultos.

D. Ocupación

Tabla 4.15. Tabulación ocupación de la población económicamente activa.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Profesional	142	40,00
c) Estudiante	89	24,00
d) Emprendedor	89	24,00
e) Comerciante	22	6,00
f) Actividades agropecuarias	15	4,00
g) Otro	7	2,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el objetivo de conocer la ocupación de la población económicamente activa que participó en este estudio, se obtuvo que: el 40% son profesionales, el 24% para Estudiantes, el 24% para Emprendedor, y el 10% para profesional del sector privado, el 6% para comerciantes, el 4% se dedican a actividades agropecuarias, y el 2% para otro. Lo que significa que la población económicamente activa del Cantón Bolívar tiene diversas ocupaciones.

La muestra de mercado analizada es diversificada en cuanto a la ocupación, donde principalmente se compone de profesionales, grupo con alta relevancia para el proyecto debido al poder adquisitivo que estos poseen para acceder a diferentes servicios como el que se plantea en la presente investigación, además se observa, un alto número de encuestados correspondientes a estudiantes y emprendedores, lo cual debido a la diversidad de la muestra analizada, genera mayor fiabilidad en los resultados, comprendiéndose además que, el mero hecho de reconocer el sector en el cual se desenvuelve la muestra según Baca y Herrera (2016), es fundamental para caracterizar a los beneficiarios en la medida que ayuda a perfilar (construir y reconocer) al “sujeto”, recabando información sobre su condición sociodemográfica, económica y, en general establecer el perfil.

2. ¿Conoce usted el Sector Puerto Alto?

Tabla 4.16. Tabulación sobre el conocimiento del Sector Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Si conozco este sitio	163	44,00
b) Lo identifiqué, pero no le he visitado	171	46,00
c) No conozco este sitio	37	10,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con la finalidad de conocer si las personas encuestadas tienen conocimiento del Sector Puerto Alto se aplicó la pregunta 2, misma que de acuerdo con los datos mostrados en la tabla 4.16, se obtuvieron los siguientes resultados: un 44% conoce el sitio, 46% ha escuchado, pero no lo ha visitado, mientras el 10% no conoce este sitio.

Si bien para Baca y Herrera (2016) la ubicación geográfica del proyecto implica elaborar un acotamiento o recorte del espacio-lugar donde se llevará a cabo éste, es esencial considerar la naturaleza de la problemática por atender en el territorio, siendo una fuente de información importante la muestra evaluada que conoce la zona de ejecución del proyecto, debido a que, pueden generar apreciaciones realista respecto al análisis de mercado aplicado en Bolívar, en la identificación del potencial turístico del Sector Puerto Alto. Añadido a ello, a través del resultado generado en la pregunta 2, se aprecia que la mayor parte de la población tiene conocimiento sobre este sitio, lo cual permite tener un criterio fidedigno de la zona de influencia del proyecto.

3. ¿Le gustó el sector Puerto Alto?

Tabla 4.17. Tabulación sobre el Sector Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Me gusta mucho	68	18,00
b) Me gusta	87	24,00
c) Me gusta poco	8	2,00
d) No me gusta	0	0,00
e) No lo he visitado	171	46,00
f) No lo conozco	37	10,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el propósito de conocer si a la población encuestada le resulta de su agrado

el sector Puerto Alto, se aplicó la pregunta tres identificada en la tabla 17, donde un 18% respondió gustarles mucho, a un 24%, le gusta, para el 2% es poco de su agrado, se debe tener en cuenta que un 46% no ha visitado el lugar, mientras un 10% no lo conoce.

Entendiéndose de acuerdo a Baca y Herrera (2016), que la localización del proyecto y sus beneficiarios conlleva instaurar criterios para determinar su viabilidad territorial, que puede realizarse a partir de los intereses y conveniencias del proyecto, en el caso del plan para crear el centro turísticos debe vincularse a un alto nivel de preferencia por parte de la demanda potencial, criterio que guarda relación con el 46% de la muestra encuestada, debido a que, estos tienen una perspectiva positiva del Sector Puerto Alto, que contribuye a identificar la zona como idónea por sus características turística y el potencial percibido para desarrollarse.

4. ¿Tiene conocimiento de algún punto turístico que funcione en este sector?

Tabla 4.18. Puntos turísticos en el Sector Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Si tengo conocimiento	148	40,00
c) No tengo conocimiento	52	14,00
b) No he visitado el sector.	171	46,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el propósito de conocer si los encuestados tienen conocimiento de algún punto turístico que funcione en el Sector Puerto Alto, se planteó la pregunta cuatro, de acuerdo a la tabla 4.18, se obtuvo que: el 40% si tiene conocimiento, el 14% no lo tiene, mientras el 46% no ha visitado el lugar, desconociendo la existencia de algún centro. Esto implica que, en este Sitio del Cantón Bolívar, existen otros puntos dedicados al turismo y que son conocidos por la población encuestada.

Identificar la existencia de otros puntos turísticos en la zona, permite conocer la oferta de mercado, y la competencia directa e indirecta a la cual se enfrentará el

proyecto de inversión en el Sector Puerto Alto, añadido a ello, conociendo según Donawa (2018) que los competidores son organizaciones que compiten por los mismos clientes, su identificación se vuelve crucial para la supervivencia y el establecimiento de estrategias que le permitan lograr la sostenibilidad necesaria en el mercado, además de crear alguna ventaja competitiva sobre sus competidores, que le permita crear características distintivas al centro turístico, para fidelizar los potenciales clientes o tener una imagen fuerte sobre los productos sustitutos.

5. ¿Ha visitado algún lugar turístico en este sector?

Tabla 4.19. Tabulación sobre las visitas a Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muchas veces	62	17,00
b) Varias veces	95	25,00
c) Pocas veces	6	2,00
d) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Para conocer si la población encuestada ha visitado algún lugar turístico en el Sector Puerto Alto se planteó la pregunta 5, obteniéndose en concordancia con la tabla 4.19 que las visitas se dan en un 17% muchas veces, 25% varias veces, un 2% pocas veces mientras el 56% no conoce o no a visitado el lugar. A través de estos datos se puede observar que la mayoría de la población que se ha encuestado, ha visitado algún lugar turístico en el Sector Puerto Alto.

Los factores de atracción del turista según Bruwer et al. (2018) y García (2021), se consideran atributos que forman la imagen del destino en la mente de los visitantes sobre la base de sus expectativas y percepciones del mismo, razón por la cual conocer la preferencia de la población para visitar proyectos similares en la zona y la frecuencia en que lo hacen es crucial, para determinar la factibilidad de mercado del mismo, el nivel de competitividad, la valoración del destino y la satisfacción del turista, además se posibilita el establecimiento de estrategias de marketing.

6. ¿Cómo considera el potencial turístico del Sector Puerto Alto?

Tabla 4.20. Tabulación sobre el potencial turístico del Sector Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy alto	79	21,00
b) Alto	29	8,00
c) Ni alto ni bajo	55	15,00
d) Bajo	0	0,00
e) Muy bajo	0	0,00
f) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

La pregunta seis corresponde al análisis del potencial turístico del Sector Puerto Alto, de acuerdo a la tabla 4.20 se obtuvo que, el 21% considera es muy Alto, seguido de un 8% alto, mientras un 15% lo percibe como alto ni bajo, añadido a ello, se identificó que un 56% no conoce el lugar y, por lo tanto, se reserva de generar una opinión se positiva o negativa.

De acuerdo a los datos se observa la existencia de una expectativa positiva por parte de la muestra estudiada, respecto a la implementación de proyectos turísticos en el Sector Puerto Alto, lo cual eleva la fiabilidad del estudio y su ejecución, más aún si se analiza lo mencionado por Hsu et al. (2010) referenciado por García (2021) quienes afirman que la motivación de las personas para realizar una actividad, está condicionada a su expectativa de que será capaz de realizar dicha actividad y obtener un resultado deseado.

7. ¿Está de acuerdo que en el sector Puerto Alto se puede realizar actividades de turismo como el camping?

Tabla 4.21. Tabulación sobre las actividades a realizar en Puerto Alto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy de acuerdo	119	32,00
b) De acuerdo	36	10,00
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,00
d) En desacuerdo	0	0,00
e) Muy en desacuerdo	0	0,00
f) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el fin de analizar la percepción de los encuestados respecto al desarrollo de

actividades de turismo, en la tabla 4.21, se identifica que: el 32% está Muy de acuerdo, el 10% de acuerdo, y un 2% respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, se debe considerar que existe un porcentaje considerable de la población que desconoce el sector, correspondiendo a un 56%.

Los datos respecto a si la zona se aprecia con las condiciones para instalar un campamento turístico en el Sector Puerto Alto son favorables de acuerdo a las respuestas de la muestra estudiada, lo cual se puede percibir como una intención positiva de al menos un 42% de los encuestados en considerar acceder a este tipo de servicios, además, la relevancia de los datos se evidencia, debido a que, para Muñoz (2015), para el manejo adecuado de los destinos turísticos es importante considerar la fase de desarrollo de cada uno de estos destinos, considerándose entre estas las posibilidades que proporciona la zona para ser explotadas dentro de un marco legal y operativo que procure un turismo sustentable y que agrade a la demanda potencial.

8. ¿Considera que el Sitio Puerto Alto es de su interés para actividades de turismo por poseer montañas, ríos y bosques naturales?

Tabla 4.22. Tabulación sobre el interés de Puerto Alto por sus atractivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy de acuerdo	110	30,00
b) De acuerdo	45	12,00
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,00
d) En desacuerdo	0	0,00
e) Muy en desacuerdo	0	0,00
f) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el propósito de conocer si los encuestados consideran el sitio Puerto Alto es de interés por poseer montañas, ríos y bosques naturales, se planteó la pregunta 8, misma que, en relación a los datos mostrados en la tabla 4.22, se obtuvo que, el 30% está muy de acuerdo, el 12% está de acuerdo, y un 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, además, se observa que un 56% no conoce o no a visitado el lugar.

A través de la información obtenida, se observa que el Sector Puerto Alto, al

tener recursos naturales, que son de interés para un porcentaje considerable de la población encuestada, aumenta el atractivo para la puesta en marcha, entendiéndose de esta forma que segmentar correctamente a la demanda potencial es crucial, debido a que esta, de acuerdo a García (2021), permite identificar varias características turísticas como la demografía, los factores socioeconómicos, la ubicación geográfica y las características de comportamiento relacionadas con el producto, compra y consumo, así como las actitudes hacia las atracciones, experiencias y servicios, que posibilitan realizar un mejor diagnóstico para determinar el interés real del usuario sobre el proyecto.

9. ¿En este sector se puede ofrecer gastronomía variada, tanto propias del Cantón Bolívar y la Provincia, cómo de todo el país?

Tabla 4.23. Tabulación sobre la gastronomía

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy de acuerdo	112	30,00
b) De acuerdo	25	7,00
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	7,00
d) En desacuerdo	0	0,00
e) Muy en desacuerdo	0	0,00
f) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con el objetivo de conocer si los encuestados consideran que, en el Sector Puerto Alto, se puede ofrecer gastronomía variada, tanto propias del cantón Bolívar, la Provincia y del país, se obtuvo que en el 30% está Muy de acuerdo, el 7% está de acuerdo, el 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 56% no conoce o no a visitado el lugar.

En la zona de influencia del proyecto es posible brindar una gastronomía variada y atractiva para los visitantes, dato relevante, considerando lo expresado por Félix et al. (2021) quienes mencionan que se estaría contribuyendo a rescatar los platos típicos, mantener y aumentar la cultura alimentaria, además una de los factores que influye es que ahora la forma en que los turistas aprecian la comida ha sufrido cambios estructurales dado que buscan un vínculo con sus raíces mediante los sabores y olores del arte culinario.

10. ¿Cuál es el nivel de aceptación de las actividades turísticas en el Sector

Puerto Alto?

Tabla 4.24. Nivel de aceptación de las actividades turísticas en el sector

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Total aceptación	74	20,00
b) Mucha aceptación	59	16,00
c) Mediana aceptación	30	8,00
d) Poca aceptación	0	0,00
e) Nula aceptación	0	0,00
f) No conozco o no he visitado el lugar	208	56,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

En referencia a la tabla 4.24, el nivel de captación de las actividades turísticas en el sector Puerto Alto, del total de encuestados un 20% expresó goza de total aceptación, seguido de un 16% de mucha aceptación y un 8% mediana aceptación. En cuanto al 56% restante, corresponde a aquellos que no conocen o no han visitado el lugar.

Los datos evidencian que la población económicamente activa encuestada, considera que existe una alta aceptación para proyectos de tipo recreativos, lo cual es favorable para la investigación. Además, considerando lo referenciado por Mullo et al. (2019), resulta relevante la implementación de actividades turística, prueba de ello es que, en la mayoría de países de Latinoamérica, incluido Ecuador asumen que el turismo puede convertirse en un medio desde el que es posible cambiar los modos de vivir en las comunidades al convertirse en una alternativa para la reivindicación y autogestión de la relación con la naturaleza de las comunidades, el Estado y en el mercado.

11. ¿Con qué frecuencia realizaría visitas a un sector que posee atractivos naturales, donde se pueden realizar diversas actividades con familiares y amigos?

Tabla 4.25. Tabulación sobre la frecuencia de visitas a un atractivo turístico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy frecuentemente	74	20,00
b) Frecuentemente	135	36,50
c) Ocasionalmente	135	36,50
d) Raramente	26	7,00
e) Nunca	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Respecto a la frecuencia de visitas que podría tener el centro turístico en Puerto

Alto, en correspondencia con la tabla 4.25, el 36,50% expresó lo realizaría frecuentemente, el 36,50% ocasionalmente, el 20% muy frecuentemente, el 7% raramente y el 0% nunca. Los datos reflejan que a pesar de haber una muestra alta que no conoce el sector Puerto Alto, si tienen interés en visitar lugares con condiciones donde puedan distraerse con familiares o amigos.

La relevancia de los datos radica en lo expuesto por Mullo et al. (2019), al exponer que la característica fundamental del turismo está asociada a la selección del destino hacia el que se traslada el cliente el cual encierra en sí mismo el propósito de poder disfrutar del lugar y de los servicios diferentes a los de su lugar de origen. Por tanto, las motivaciones de los turistas, las características de los destinos turísticos y las peculiaridades de cada producto turístico dan lugar a la existencia de distintos tipos de turismo y como en el caso del estudio se puede aprovechar el interés de la muestra por realizar actividades de tipo grupal como se observa en la tabla 4.25, para favorecer la estructuración de un plan estratégico que aproveche este nicho de mercado.

12. ¿El turismo en la comunidad rural, mejoraría las condiciones sociales y económicas de las familias?

Tabla 4.26. *Aporte del turismo rural a las condiciones laborales, económicas y sociales de las familias*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy probablemente	223	60,00
b) Probablemente	136	37,00
c) Medianamente probable	13	3,00
d) Poco probable	0	0,00
e) Nada probable	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

La perspectiva de los encuestados respecto al aporte del turismo rural a las condiciones laborales, económicas y sociales de las familias del sector, en la tabla 4.26, se identifica que para un 60% es muy probable, el 37% es probable y para un 3 considera es medianamente probable. De acuerdo a la percepción de la muestra la actividad turista, permite mejorar las condiciones de las personas que intervienen.

Añadido a lo anterior considerando los criterios de Mullo et al., (2019) en Ecuador en el ámbito rural se pueden combinar atractivos escénicos, paisajísticos o naturales; históricos, arqueológicos y/o culturales, para acentuar la imagen del turismo campestre; añadido a ello, Solís (2007) menciona que este tipo de proyectos permite a las familias locales diversificar su economía y mejorar su calidad de vida, además de contribuir a la conservación y fortalecimiento de su diversidad étnica, social y cultural. Lo cual sirve de sustento para atribuir una favorable oportunidad de mejora a las condiciones actuales del Sector Puerto Alto.

13. ¿Está de acuerdo con el desarrollo de proyectos turísticos para aprovechar su potencial en el cantón Bolívar?

Tabla 4.27. Tabulación sobre otros sectores del Cantón Bolívar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy de acuerdo	243	66,00
b) De acuerdo	117	31,00
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	3,00
d) En desacuerdo	0	0,00
e) Muy en desacuerdo	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Con la finalidad de conocer la opinión de la muestra de encuestados respecto a la aceptación que esta tiene respecto al desarrollo de proyectos turísticos en el cantón Bolívar y determinar la viabilidad, se planteó la pregunta 13, donde se encontró que un 66% lo percibe como favorable, el 31% está de acuerdo, y un 3% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

De los datos obtenidos se puede analizar que en un futuro darse las condiciones necesarias para ampliar el proyecto hacia otras zonas del cantón Bolívar goza del interés de la población como se observa en la tabla 4.27. Añadido a ello, la implementación de este tipo de actividades es fundamental de acuerdo a Mullo et al. (2017), aparte de diversificar la economía local y mejorar la calidad de vida de la población, se le atribuye al turismo campestre siendo esta la principal actividad a desarrollar mediante el presente proyecto, el beneficio de preservar la memoria cultural colectiva, fortaleciendo el manejo sostenible del medio ambiente.

14. ¿Es importante el apoyo de la ciudadanía en las actividades turísticas del Sector Puerto Alto y el cantón en general?

Tabla 4.28. Tabulación sobre el apoyo de la ciudadanía en las actividades turísticas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy importante	256	69,00
b) Importante	115	31,00
c) Medianamente importante	0	0,00
d) Poco importante	0	0,00
e) Nada importante	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Respecto a la tabla 4.28, con porcentajes de respuesta correspondiente a un 69% en la opción muy importante y 31% importante, se determina que la población encuestada considera relevante el apoyo de la ciudadanía a las actividades turísticas del sector Puerto Alto y el cantón en general debido al potencial turístico existente.

Al referenciar el apoyo de la ciudadanía al desarrollo turístico es fundamental para potencializar el crecimiento del turismo local en el Sector Puerto Alto, el cual en concordancia con Mullo (2019) se identifica como una oportunidad para concretar el principio de equidad en la distribución de los beneficios locales. Añadido a ello, en virtud de lo referido por Narváez et al. (2018), y el vínculo que tiene la ciudadanía en el fortalecimiento de las actividades turísticas, al forma parte del sector servicio y depender en gran medida de la disposición de cooperación de la comunidad anfitriona. La participación comunitaria puede conducir a aumentar la capacidad de carga social y su desarrollo.

15. ¿Qué tan importante es el desarrollo del Turismo para la población del Cantón Bolívar?

Tabla 4.29. Tabulación sobre el desarrollo del turismo para la comunidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy importante	263	71,00
b) Importante	93	25,00
c) Medianamente importante	15	4,00
d) Poco importante	0	0,00
e) Sin importancia	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Del análisis de la percepción de los encuestados respecto a la importancia del desarrollo turístico para la población del cantón Bolívar, se obtuvo que: el 71% lo considera muy importante, para el 25% es importante, a un 4% le parece medianamente importante. Valoraciones que muestran una percepción favorable en cuanto al aporte que tendría implementar el proyecto.

Los datos evidencian que el proyecto a ejecutar guarda relación positiva con la apreciación que tiene la ciudadanía del turismo como aporte para el desarrollo socioeconómico del cantón. Análisis vinculado a lo expuesto por Condor (2018), al mencionar que el turismo como fuente de desarrollo pretende no solo incrementar las oportunidades de generar riquezas económicas, sino; mejorar la calidad de vida de la población local, mediante la protección del medio de vida; es decir, el ambiente y el rescate del acervo patrimonial de la sociedad involucrada.

16. ¿Está de acuerdo que el Cantón Bolívar tiene atractivos para ofrecer al área de turismo?

Tabla 4.30. Tabulación sobre los atractivos turísticos del Cantón Bolívar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a) Muy de acuerdo	288	77,60
b) De acuerdo	73	19,80
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	2,60
d) En desacuerdo	0	0,00
e) Muy en desacuerdo	0	0,00
TOTAL	371	100,00

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa del Cantón Bolívar

Para conocer si los encuestados consideran que el cantón Bolívar tiene atractivos para ofrecer al área del turismo, en la tabla 4.30 se puede observar que: el 77,60% está muy de acuerdo, el 19,80% de acuerdo, y un 2,60% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Valoraciones que pueden ser consideradas como favorables dentro del estudio para el diagnóstico del proyecto.

Mediante estos resultados se aprecia que la mayoría de la población activa participante en el estudio, consideraron que si existen atractivos para practicar turismo en el Sector Puerto Alto. Valoración relevante al relacionar la información

con los criterios de Almeida (2018) y García (2021) quienes afirman que, en la literatura actual sobre turismo, una gran cantidad de estudios utilizan las motivaciones como un criterio de segmentación del mercado, debido a que, la percepción de la imagen del destino turístico juega un papel crucial en la decisión de visitar el destino

4.2.4. Determinación de la oferta y demanda insatisfecha

Para la determinación de la oferta y la demanda, se consideró en primera instancia la población económicamente activa del Cantón Bolívar como demanda potencial. Considerando que la población del Cantón Bolívar, de acuerdo con el Censo 2010 de Población y Vivienda es de 10398 en correspondencia a los datos obtenidos del INEC (2010), como se detalla en la tabla 4.31.

Tabla 4.31. Población del Cantón Bolívar

SECTOR	PEA
Calceta (parroquia urbana)	6.001
Quiroga (parroquia rural)	4.397
Membrillo (parroquia rural)	
TOTAL	10.398

Fuente: INEC 2010

Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha del proyecto, se hace una revisión de los datos provenientes de la encuesta aplicada para efecto del estudio de mercado, en el instrumento se contempló una pregunta específica para el respectivo análisis, correspondiendo a la pregunta 8, donde se evalúa si los encuestados consideran el sitio Puerto Alto es de su interés para actividades de turismo por poseer montañas, ríos y bosques naturales. De los datos obtenidos se identifica que al unir la variable muy de acuerdo (30%) y de acuerdo (12%), encontrándose con una potencial demanda insatisfecha que equivale al 42%, porcentaje que al ser relacionado con la PEA de Bolívar correspondería a un total de 4367.16.

Oferta

En cuanto al análisis de la oferta existente en el sector de Puerto Alto, se pudo identificar dos competidores directos en la zona, datos que son contrastados con la pregunta 4 de la encuesta aplicada en el estudio de mercado, donde se verificó que un 40% reconocen la existencia de centros turísticos y recreacionales, pudiéndose citar entre estos el centro turístico OASIS y Represa la Esperanza.

Puerto Alto como sector turístico a pesar de no ser un lugar visitado y conocido por las personas del cantón, cuenta con servicios de alojamiento que dan seguridad al turista, además en la zona hay servicio de restaurantes con platos típicos del país para brindar a sus visitantes, mismos que, buscan degustar de platos distintos y tradicionales, en cuanto a los servicios de recreación y de entretenimiento necesita avanzar en infraestructura para brindar mejor servicio en los diferentes lugares que existen actualmente y es donde el proyecto pretende crear una ventaja competitiva.

4.3. FASE 3: ESTABLECER UN ESTUDIO TÉCNICO PARA LA DETERMINACIÓN DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO TURÍSTICO EN EL SECTOR PUERTO ALTO

4.3.1. Identificación de la localización del proyecto

El proyecto turístico en el Sector Puerto Alto, se encontrará en el Cantón Bolívar de la Provincia de Manabí de la Región Costa del Ecuador, con área total de 35 943 m², situada geográficamente entre las coordenadas 0° 52' 39" Latitud Sur y 80° 3' 26" Longitud Oeste a una altitud de 105 msnm. El acceso a esta área se encuentra en el km. 6 vía a Quiroga-Membrillo.

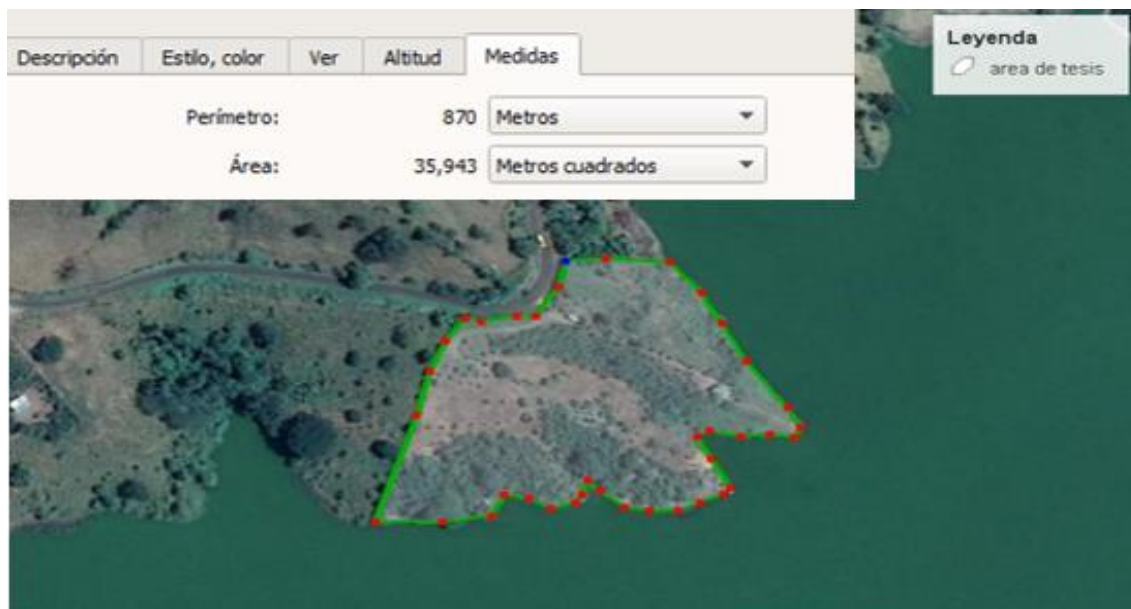


Figura 4.4. Localización del Sector Puerto Alto

Fuente: Google Maps

4.3.2. Descripción del tamaño del proyecto

Considerando que el proyecto turístico en el Sector Puerto Alto, tiene un área total de 35 943 m², y teniendo en cuenta que el servicio brindando se encuentra organizado por paquetes, esto implica que la administración debe de organizar y distribuir a los guías con respecto a las actividades a realizarse, y por los paquetes seleccionados por los turistas. Teniendo en cuenta todos los servicios y las actividades que se brindan, se espera tener una capacidad de atención para máximo 100 personas al día, divididas entre 5 diferentes actividades o menos.

Debido a que el área es lo suficientemente grande, el espacio de la infraestructura será diseñada de acuerdo al ambiente, por lo que tendrá una apariencia rústica. Desde la cual se podrán acceder a las actividades infantiles, las actividades recreacionales y familiares, espacio de descanso, pesca y demás actividades acuáticas.

4.3.3. Determinación de la Ingeniería del proyecto turístico

En este proyecto de turismo, se contarán con equipamiento, muebles y enseres, diseño de la planta y proceso de atención al cliente.

Tabla 4.32. Equipamiento, Muebles y Enseres

EQUIPAMIENTO, MUEBLES Y ENSERES	
DETALLE	CANTIDAD
RECEPCION	
ESCRITORIO	1
MACETAS CON FLORES	10
ANAQUEL	1
TELEFONO	1
OFICINA	
ESCRITORIO	1
SILLA	3
IMPRESORA	1
LAPTOP	1
COCINA	
COCINA	1
MESAS DE LAUREL	2
MANTELES	2
SILLAS	12
PLATOS Y CUCHARAS	20
OLLAS DE BARRO	3
JARRAS	4
MANDILES	3
HORNOS	1
HABITACIONES	
FORRO, SOBRECAMAS, COLCHAS	9
TOALLAS	6
ALMOHADAS	6
TOLDOS	3
ALFOMBRAS	3
COLCHONES	3
CAMAS	3
BAÑOS	
INODORO Y LAVAMANOS	3
DUCHAS	3
KIT DE LIMPIEZA	3
EQUIPOS A USAR DENTRO DE LAS INSTALACIONES	
KAYAK	3
ESQUÍ ACUÁTICO	1
BOTE DE FIBRA CON MOTOR	1
CAÑA DE PESCA	5
CARPAS PARA CAMPING	8
ARQUITECTURA Y ESTRUCTURA DEL COMPLEJO TURÍSTICO	
PLANOS ESTRUCTURALES	1
EJECUCION DE PLANOS	1
TRANSPORTE	
FURGONETA	1

Elaborado por: Los Autores.

El Complejo también requiere de otros aspectos importantes para su funcionamiento que se detallan a continuación:

Tabla 4.33. Gastos en mantenimiento de equipos

MANTENIMIENTO DE EQUIPO			
Descripción	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Mantenimiento de Equipos	5	\$10,00	\$50,00

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.34. Gastos en publicidad

PUBLICIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Publicidad escrita, radial e internet	1	\$30	\$360
TOTALES		\$30	\$360

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.35. Gastos en Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Luz	1	\$50	\$600
Agua	1	\$10	\$120
Internet	1	\$35	\$420
TOTALES		\$165	\$1.140

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.36. Gastos en Suministro de oficina

SUMINISTRO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	P. Unitario	P. Total
Resma de papel	2,00	\$4,00	\$8,00
Lapiceros	3,00	\$0,25	\$0,75
Lápiz	2,00	\$0,15	\$0,30
Clip	1,00	\$0,50	\$0,50
Corrector	1,00	\$0,75	\$0,75
TOTAL			\$10,30

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.37. Gastos en Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	P. Unitario	P. Total
Escritorio	2	\$100,00	\$200,00
Macetas con flores	10	\$5,00	\$50,00
Anaqueles	1	\$95,00	\$95,00
Teléfono	1	\$30,00	\$30,00
Silla	3	\$15,00	\$45,00
Impresora	1	\$240,00	\$240,00
Laptop	1	\$500,00	\$500,00
TOTAL			\$1.160,00

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.38. Gastos en Equipos y Enseres

EQUIPOS Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kayak	3	\$650,00	\$1.950,00
Esquí acuático	1	\$210,00	\$210,00
Bote de fibra con motor	1	\$16.000,00	\$16.000,00
Caña de pesca	5	\$40,00	\$200,00
Carpas para camping	8	\$105,00	\$840,00
TOTAL			\$19.200,00

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.39. Gastos de Infraestructura del Complejo Turístico

GASTOS DE INFRAESTRUCTURA DEL COMPLEJO TURÍSTICO			
DETALLE	CANTIDAD	P.U	P. TOTAL
COCINA			
COCINA	1	\$250,00	\$250,00
MESAS DE LAUREL	2	\$125,00	\$250,00
MANTELES	2	\$5,00	\$10,00
SILLAS	12	\$5,00	\$60,00
PLATOS Y CUCHARAS	20	\$1,00	\$20,00
OLLAS DE BARRO	3	\$15,00	\$45,00
JARRAS	4	\$2,00	\$8,00
MANDILES	3	\$1,00	\$3,00
HORNO	1	\$130,00	\$130,00
HABITACIONES			
FORRO, SOBRECAMAS, COLCHAS	9	\$20,00	\$180,00
TOALLAS	6	\$5,00	\$30,00
ALMOHADAS	6	\$5,00	\$30,00
TOLDOS	3	\$10,00	\$30,00
ALFOMBRAS	3	\$10,00	\$30,00
COLCHONES	3	\$70,00	\$210,00
CAMAS	3	\$150,00	\$450,00
BAÑOS			
INODORO Y LAVAMANOS	3	\$65,00	\$195,00
DUCHAS	3	\$15,00	\$45,00
KIT DE LIMPIEZA	3	\$8,00	\$24,00
ARQUITECTURA Y ESTRUCTURA DEL COMPLEJO TURÍSTICO			
PLANOS ESTRUCTURALES	1	\$2.000,00	\$2.000,00
EJECUCION DE PLANOS	1	\$40.000,00	\$40.000,00
TRANSPORTE			
FURGONETA	1	\$25.000,00	\$25.000,00
		TOTAL	\$69.000,00

Elaborado por: Los Autores

Tabla 4.40. Gastos en personal

CARGO	# DE TRABAJADORES	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	1	\$550,00	\$550,00	\$45,83	\$35,42	\$51,98	\$579,28	\$6.951,30
Jefe de Operaciones	1	\$475,00	\$475,00	\$39,58	\$35,42	\$44,89	\$505,11	\$6.061,35
Chofer	1	\$425,00	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$40,16	\$455,67	\$5.468,05
Personal de Limpieza	1	\$425,00	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$40,16	\$455,67	\$5.468,05
Jefe de Restauración	1	\$475,00	\$475,00	\$39,58	\$35,42	\$44,89	\$505,11	\$6.061,35
Chef	1	\$450,00	\$450,00	\$37,50	\$35,42	\$42,53	\$480,39	\$5.764,70
Ayudante de Cocina	1	\$425,00	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$40,16	\$455,67	\$5.468,05
Jefe Administrativo	1	\$475,00	\$475,00	\$39,58	\$35,42	\$44,89	\$505,11	\$6.061,35
Asistente	1	\$425,00	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$40,16	\$455,67	\$5.468,05
Recepcionista	1	\$425,00	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$40,16	\$455,67	\$5.468,05
TOTALES							\$4.853,36	\$58.240,30

Elaborado por: Los Autores.

Para el funcionamiento de este Centro de Turismo, también es necesario conocer los gastos en mantenimiento de equipo, publicidad, Servicios Básicos y personal, considerando que son necesarios para su funcionamiento y brindar un buen servicio a los turistas, motivo por el cual se plantea la siguiente estructura organizacional con la cual se establece el modelo jerárquico para facilitar la dirección y administración de las actividades.

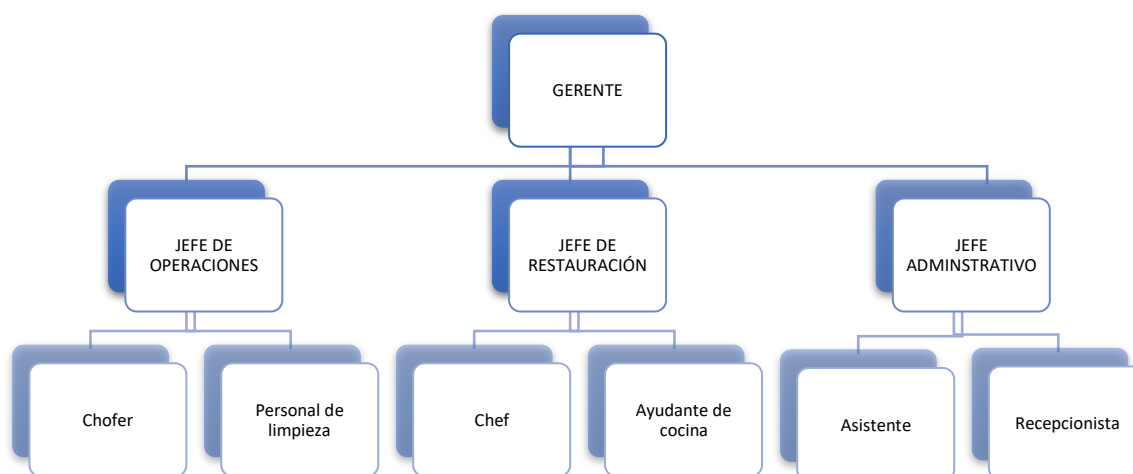


Figura 4.5. Estructura organizacional para el proyecto turístico

Elaborado por: Los Autores.

A través de este organigrama, se propone una estructura organizacional descentralizada, para que los jefes de cada área puedan tomar decisiones que beneficien al proyecto turístico sin consultar constantemente con su superior, así mismo, estos son responsable de sus áreas de trabajo. La relevancia de su identificación se fundamenta de acuerdo con Brume (2019) en que define los elementos y características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.

En el caso de la estructura del complejo turístico, se contará con la siguiente descripción para cada puesto:

Gerente: Administrar los recursos del Centro Turístico y orientar la toma de decisiones a alcanzar las metas propuestas, también coordinará y supervisará todas las áreas del complejo, con la finalidad de planificar, dirigir y controlar las operaciones realizadas por sus subordinados. Por lo tanto, la persona que estará en este puesto, debe de cumplir con requisitos como tener preparación académica superior en las áreas administrativas y/o contables, así como también tener una buena relación con las demás personas.

Jefe de Operaciones: Es quien tiene la finalidad de organizar, dirigir y planificar cada uno de los recursos con el fin de lograr los objetivos trazados. Controla las actividades diarias de la organización y que estas sean llevadas a cabo de manera adecuada. Los requisitos para este puesto es la experiencia en Jefe de Operaciones o puestos similares, que tenga habilidad en liderazgos además tener conocimientos de los principios financieros y comerciales, experiencia mínima de un año.

Chofer: Estará bajo la jerarquía directa del Jefe de Operaciones, es quien se encarga de transportar a los pasajeros en los diferentes tipos de vehículos dependiendo del cliente ya sea por tierra o por agua. Tiene por objetivo velar por la seguridad de los clientes. Sus funciones son transportar, guiar y mantener el orden durante el recorrido. Para el puesto se requerirá una persona con licencia

tipo “C”, buenas relaciones personales, responsable y no es necesaria la experiencia.

Personal de Limpieza: Su objetivo es mantener las instalaciones en orden y limpias, sus funciones dentro de las instalaciones se verán reflejadas en limpiar, organizar y mantener arregladas las habitaciones de las cabañas con eficiencia y eficacia, trabajar de acuerdo con las normas establecidas, velar por los intereses del complejo turístico mediante el cuidado del mismo. No se necesita experiencias, pero se requiere disponibilidad para el puesto.

Jefe de Restauración: Se encarga de supervisar el buen desenvolvimiento del personal del restaurante. Supervisará la cocción diaria de los alimentos, llevará el control de pedidos y manejo de inventarios de los productos utilizados dentro del mismo. Los requisitos para el puesto es tener empatía, buen control de estrés y comprender muy bien a los clientes.

Chef: tiene por objetivo crear el menú para los visitantes y preparar los platos ofertados en el mismo. Además, debe de cumplir con las funciones de preparar su lugar de trabajo, mantener la higiene de los alimentos, equipos y utensilios, estará a cargo de adquirir la materia prima, materiales e insumos necesarios para la preparación de los platos.

Ayudante de cocina: atender a los clientes, dar sugerencias de los platos, recibir las solicitudes e informar al chef. Sus funciones se extienden a ayudar en la preparación de los platos, mantener la higiene del comedor y las mesas, observar y analizar la satisfacción de los comensales. Para el puesto se requerirá una persona con experiencia mínima de seis meses, tener buenas relaciones personas y habilidades de organización.

Jefe Administrativo: Administrar el Talento Humano de la empresa, debe controlar y coordinar a cada una de las personas que dependen de esta área. Las funciones que realizará dentro del puesto es seleccionar al personal que trabajará dentro del complejo, elaborar programas de capacitación para los

empleados, deberá resolver conflictos laborales. Los requisitos para el puesto es contar con un título de tercer nivel en Administración de Empresas, algunos conocimientos generales sobre el mercado turístico, además tener experiencia en el campo laboral de un año.

Asistente: Realizará tareas de atención al público, facturar y recibir dinero procedente de las actividades del complejo turístico. Receptar y controlar comunicaciones tanto internas como externas, llevar registros, archivar y manejar la documentación correspondiente. Los requisitos para este puesto son conocimientos generales de secretariado, experiencia mínima de seis meses, tener buenas relaciones humanas.

Recepcionista: Ejecutar tareas de redacción, atención al público, llevar un manejo correcto de facturas y así mismo tener buen control monetario. Realizar documentaciones para la empresa, receptar comunicaciones tanto interna como externas de la empresa, llevar el detalle de los visitantes del complejo turístico, facturar y recibir dinero correspondiente a las actividades del proyecto. Los requisitos para el cargo, contar con título en secretario ejecutivo, tener buenas relaciones personales, conocimiento de mercado turístico, y experiencia mínima de un año en actividades afines.

A continuación, se presenta la implantación del complejo turístico, Plano de Detalle de Cabañas y Plano de Detalle de Edificio de Administración:

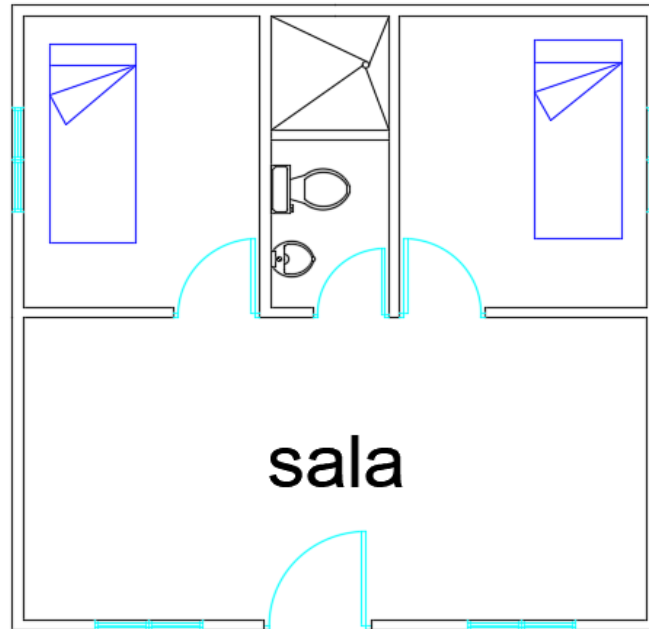


Figura 4.6. Plano de Detalle de Cabañas
Elaborado por: Los Autores

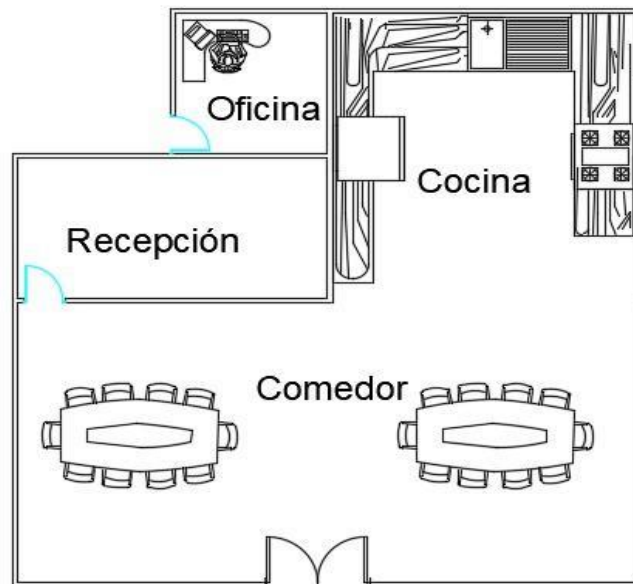


Figura 4.7. Plano de Detalle de Edificio de Administración
Elaborado por: Los Autores

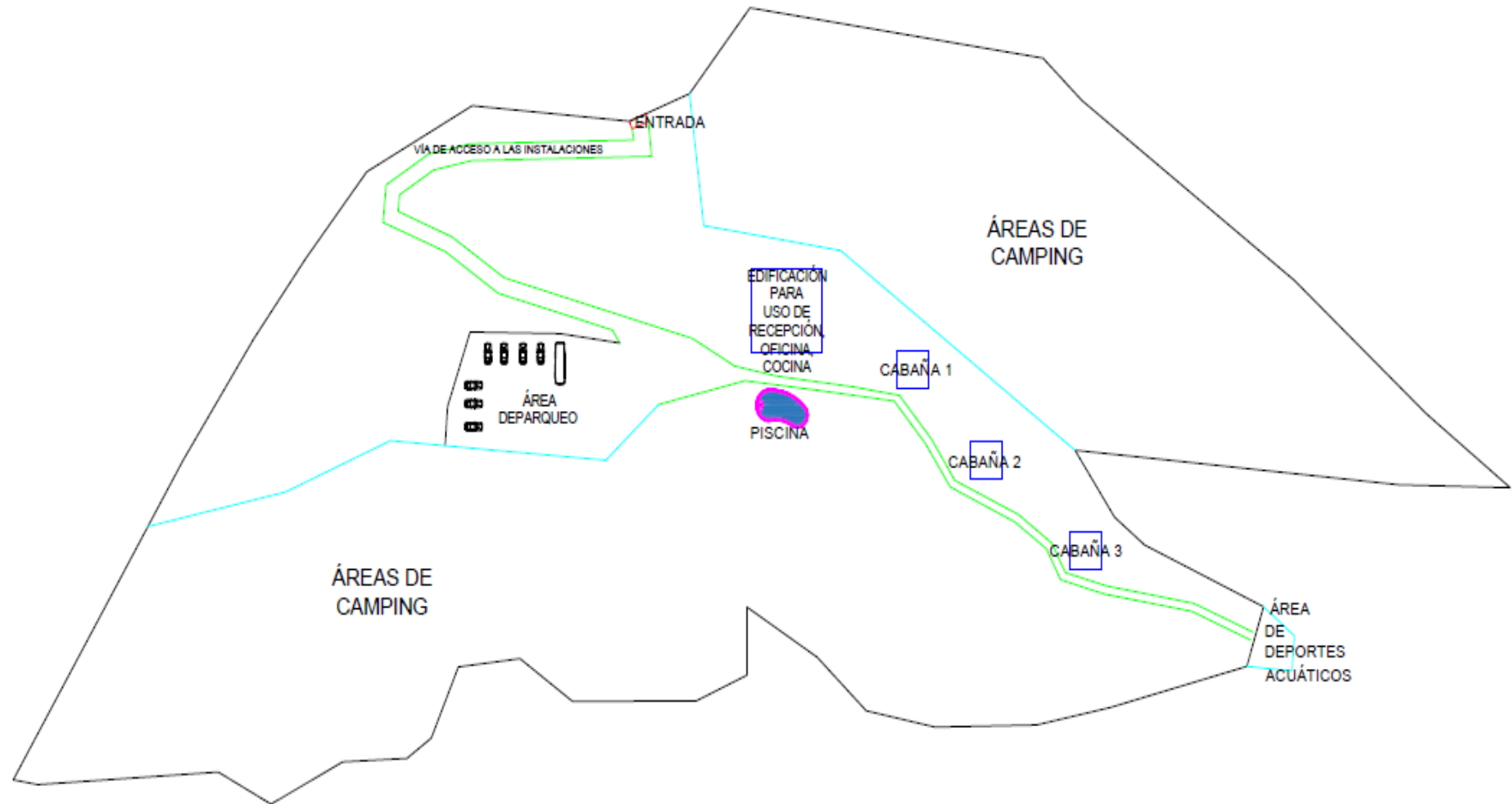


Figura 4.8. *Implantación del Complejo Turístico.*
Elaborado por: Los Autores

Considerando que se brinda un servicio de turismo mediante guía, será necesario el siguiente proceso de prestación de servicio:

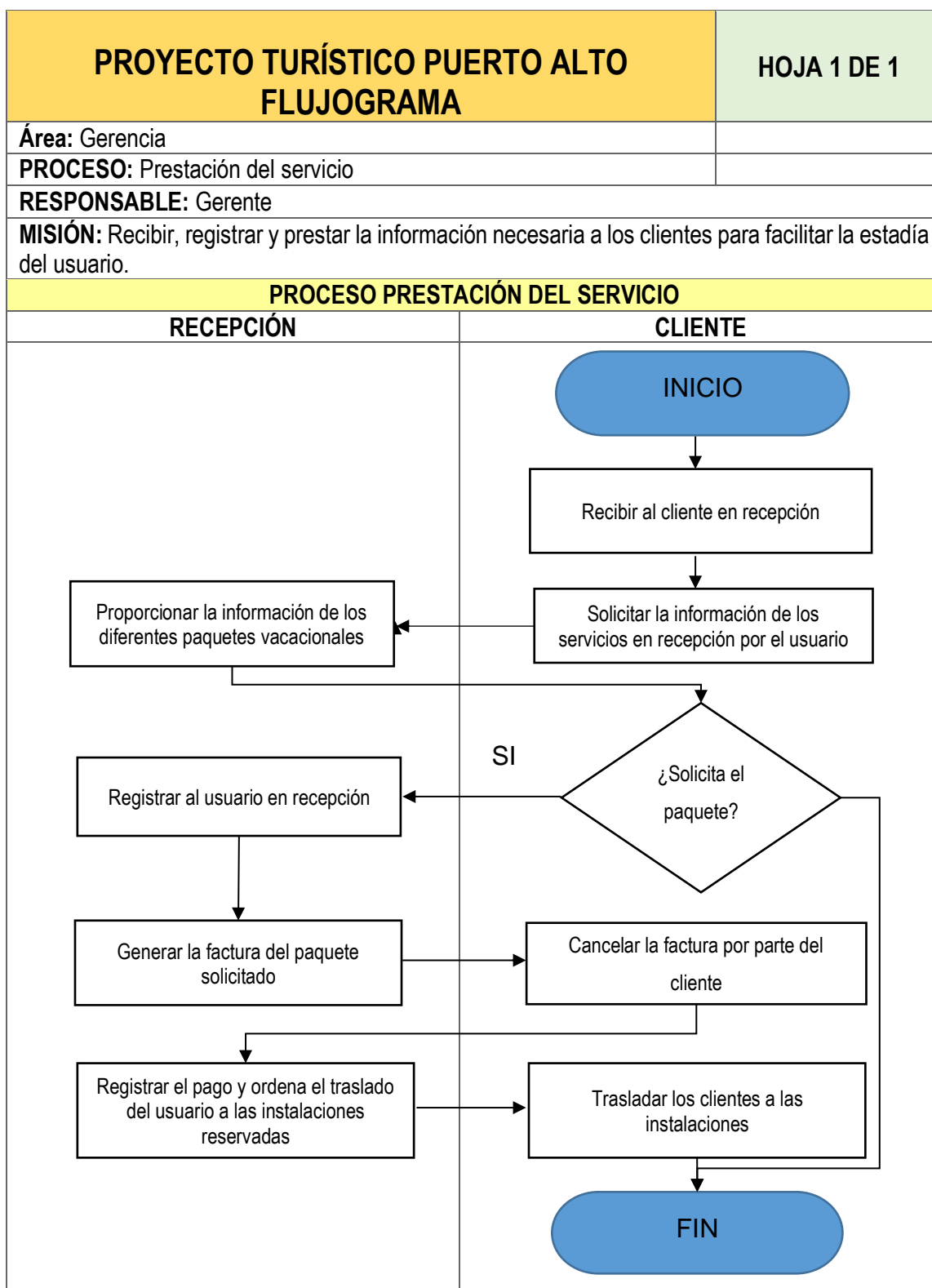


Figura 4.9. Diagrama de flujo del proceso de prestación de servicio turístico

Elaborado por: Los Autores.

Cabe recalcar que el complejo de turismo en Puerto Alto:

- Tiene una capacidad máxima de 100 personas distribuidas en todas las áreas del mismo.
- Tiene 3 habitaciones con capacidad para 4 personas, dando un total de 12 personas diariamente.
- El restaurante posee una capacidad de máximo 40 personas.
- Existen varios paquetes para el disfrute de los clientes: actividades infantiles, las actividades recreacionales y familiares, espacio de descanso, pesca y demás actividades acuáticas.
- La vida útil del proyecto es de 20 años, considerando la vida útil de los activos en línea recta, pero la misma se puede extender teniendo en cuenta las adecuaciones en las instalaciones.
- El sector Puerto Alto cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, teléfono convencional y servicio de internet.
- El Sector también es un punto agrícola y comercial, por lo tanto, si existe un buen abastecimiento de materias primas para el proyecto turístico, además de que los proveedores realizan sus entregas a domicilio. En caso de otros productos que sean requeridos, se los puede realizar mediante transporte propio o privado.

4.4. FASE 4: DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA QUE DETERMINE LOS COSTOS ASOCIADOS AL PROYECTO

Para determinar la rentabilidad del proyecto, es indispensable realizar el análisis correspondiente, esto implica conocer el presupuesto, conocer el equipo y materiales para oficinas, establecer la inversión del proyecto, e indicar las fuentes de financiamiento para el mismo.

4.4.1. Descripción del presupuesto

Para determinar el presupuesto para este proyecto de inversión se establecerá principalmente los valores, artículos publicitarios y materiales POP, con la finalidad que la población económicamente activa del Cantón Bolívar, conozca sobre el servicio de turismo brindado en el Sector Puerto Alto.

Tabla 4.41. Valores, artículos publicitarios y materiales POP

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
<i>Valla publicitaria</i>	1	\$120,00	\$120,00
<i>Material POP</i>	50	\$1,50	\$75,00
<i>Volantes full color</i>	3000	\$0,35	\$1.050,00
<i>Gigantografía</i>	5	\$30,00	\$150,00
TOTAL			\$1.395,00

Elaborado por: Los Autores.

Así mismo, para el desarrollo del proyecto se requiere de una inversión la cual se resume en la siguiente tabla:

Tabla 4.42. Activos Fijos, Nominales y Capital de trabajo

ITEM	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$20.370,30
Muebles de Oficina	\$1.160,00
Suministros de oficina	\$10,30
Equipos y enseres	\$19.200,00
ACTIVOS NOMINALES	\$80.995,00
Infraestructura	\$69.000,00
Terreno	\$10.000,00
Valores, artículos publicitarios y materiales POP	\$1.395,00
Registro Sanitario	\$210,00
Patente	\$200,00
Permiso de funcionamiento	\$140,00
Permiso del cuerpo de bomberos	\$50,00
COSTOS INDIRECTOS	\$1.500,00
Publicidad	\$360,00
Servicios Básicos	\$1.140,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$14.560,08
Capital de Trabajo	\$14.560,08
TOTAL	\$117.425,38

Elaborado por: Los Autores.

Los rubros mencionados en la Tabla anterior, serán financiados de la siguiente forma:

Tabla 4.43. Cuadro de inversiones

INVERSIONES			
RUBRO	AÑO 0 (\$)	Fuentes de financiamiento (\$)	
		Recursos propios	Banco BanEcuador
ACTIVOS FIJOS	\$20.370,30		
Equipos de computación	\$1.160,00	\$1.160,00	
Suministros de oficina	\$10,30	\$10,30	
Equipos y enseres	\$19.200,00	\$19.200,00	
ACTIVOS NOMINALES	\$80.995,00		
Infraestructura	\$69.000,00	\$29.000,00	\$40.000,00
Terreno	\$10.000,00		\$10.000,00
Valores, artículos publicitarios y materiales POP	\$1.395,00	\$1.395,00	
Registro Sanitario	\$210,00	\$210,00	
Patente	\$200,00	\$200,00	
Permiso de funcionamiento	\$140,00	\$140,00	
Permiso del cuerpo de bomberos	\$50,00	\$50,00	
COSTOS INDIRECTOS	\$1.500,00		
Publicidad	\$360,00	\$360,00	
Servicios Básicos	\$1.140,00	\$1.140,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$14.560,08		
Capital de Trabajo	\$14.560,08	\$14.560,08	
TOTAL	\$117.425,38	\$67.425,38	\$50.000,00

Elaborado por: Los Autores.

Como se apreció en la tabla anterior, una parte de la inversión será financiada con fondos propios, con una inversión de USD 67 425,38, y a través del Banco BanEcuador, se accederá un préstamo de USD 50 000,00. A continuación, se encuentra el cálculo de la amortización mediante el Método Francés.

Tabla 4.44. Amortización del financiamiento bancario

INST. FINANCIERA	BANECUADOR
MONTO	\$ 50.000,00
TASA ANUAL	15,30%
TASA MENSUAL	1,28%
PERIODO	60
CUOTA	\$1.197,38

Tipo préstamo: MICROCRÉDITO

Facilidad: Emprendimiento

Forma de pago: Mensual

Tipo Amortización: Cuota Fija

Sector Económico:

Comercio y Servicio

TABLA DE AMORTIZACIÓN FRANCESA				
PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 50.000,00
1	\$1.197,38	\$ 637,50	\$559,88	\$ 49.440,12
2	\$1.197,38	\$ 630,36	\$567,02	\$ 48.873,09
3	\$1.197,38	\$ 623,13	\$574,25	\$ 48.298,84
4	\$1.197,38	\$ 615,81	\$581,57	\$ 47.717,26
5	\$1.197,38	\$ 608,40	\$588,99	\$ 47.128,28
6	\$1.197,38	\$ 600,89	\$596,50	\$ 46.531,78
7	\$1.197,38	\$ 593,28	\$604,10	\$ 45.927,67
8	\$1.197,38	\$ 585,58	\$611,81	\$ 45.315,86

9	\$1.197,38	\$ 577,78	\$619,61	\$ 44.696,26
10	\$1.197,38	\$ 569,88	\$627,51	\$ 44.068,75
11	\$1.197,38	\$ 561,88	\$635,51	\$ 43.433,24
12	\$1.197,38	\$ 553,77	\$643,61	\$ 42.789,63
13	\$1.197,38	\$ 545,57	\$651,82	\$ 42.137,81
14	\$1.197,38	\$ 537,26	\$660,13	\$ 41.477,69
15	\$1.197,38	\$ 528,84	\$668,54	\$ 40.809,14
16	\$1.197,38	\$ 520,32	\$677,07	\$ 40.132,07
17	\$1.197,38	\$ 511,68	\$685,70	\$ 39.446,37
18	\$1.197,38	\$ 502,94	\$694,44	\$ 38.751,93
19	\$1.197,38	\$ 494,09	\$703,30	\$ 38.048,63
20	\$1.197,38	\$ 485,12	\$712,26	\$ 37.336,37
21	\$1.197,38	\$ 476,04	\$721,35	\$ 36.615,02
22	\$1.197,38	\$ 466,84	\$730,54	\$ 35.884,48
23	\$1.197,38	\$ 457,53	\$739,86	\$ 35.144,62
24	\$1.197,38	\$ 448,09	\$749,29	\$ 34.395,33
25	\$1.197,38	\$ 438,54	\$758,84	\$ 33.636,49
26	\$1.197,38	\$ 428,87	\$768,52	\$ 32.867,97
27	\$1.197,38	\$ 419,07	\$778,32	\$ 32.089,65
28	\$1.197,38	\$ 409,14	\$788,24	\$ 31.301,41
29	\$1.197,38	\$ 399,09	\$798,29	\$ 30.503,12
30	\$1.197,38	\$ 388,91	\$808,47	\$ 29.694,65
31	\$1.197,38	\$ 378,61	\$818,78	\$ 28.875,87
32	\$1.197,38	\$ 368,17	\$829,22	\$ 28.046,65
33	\$1.197,38	\$ 357,59	\$839,79	\$ 27.206,86
34	\$1.197,38	\$ 346,89	\$850,50	\$ 26.356,36
35	\$1.197,38	\$ 336,04	\$861,34	\$ 25.495,02
36	\$1.197,38	\$ 325,06	\$872,32	\$ 24.622,70
37	\$1.197,38	\$ 313,94	\$883,45	\$ 23.739,25
38	\$1.197,38	\$ 302,68	\$894,71	\$ 22.844,54
39	\$1.197,38	\$ 291,27	\$906,12	\$ 21.938,43
40	\$1.197,38	\$ 279,71	\$917,67	\$ 21.020,76
41	\$1.197,38	\$ 268,01	\$929,37	\$ 20.091,39
42	\$1.197,38	\$ 256,17	\$941,22	\$ 19.150,17
43	\$1.197,38	\$ 244,16	\$953,22	\$ 18.196,95
44	\$1.197,38	\$ 232,01	\$965,37	\$ 17.231,57
45	\$1.197,38	\$ 219,70	\$977,68	\$ 16.253,89
46	\$1.197,38	\$ 207,24	\$990,15	\$ 15.263,74
47	\$1.197,38	\$ 194,61	\$1.002,77	\$ 14.260,97
48	\$1.197,38	\$ 181,83	\$1.015,56	\$ 13.245,42
49	\$1.197,38	\$ 168,88	\$1.028,51	\$ 12.216,91
50	\$1.197,38	\$ 155,77	\$1.041,62	\$ 11.175,29
51	\$1.197,38	\$ 142,48	\$1.054,90	\$ 10.120,39
52	\$1.197,38	\$ 129,03	\$1.068,35	\$ 9.052,04
53	\$1.197,38	\$ 115,41	\$1.081,97	\$ 7.970,07
54	\$1.197,38	\$ 101,62	\$1.095,77	\$ 6.874,30
55	\$1.197,38	\$ 87,65	\$1.109,74	\$ 5.764,57
56	\$1.197,38	\$ 73,50	\$1.123,89	\$ 4.640,68
57	\$1.197,38	\$ 59,17	\$1.138,22	\$ 3.502,46
58	\$1.197,38	\$ 44,66	\$1.152,73	\$ 2.349,74
59	\$1.197,38	\$ 29,96	\$1.167,43	\$ 1.182,31
60	\$1.197,38	\$ 15,07	\$1.182,31	\$ -0,00
TOTALES		\$21.843,08	\$ 50.000,00	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: (BanEcuador, 2022)

El Préstamo que nos otorgar la institución financiera fue de \$50.000,00, se calculó para un período de 60 meses plazo, cuya tasa anual es de 15,30%. Cabe recalcar que parte del presupuesto, está destinado a la adquisición del Terreno (tabla 4.43), considerando las otras necesidades de la infraestructura.

4.4.2. Descripción de los costos asociados a los paquetes turísticos

La tabla 4.45 resume los elementos que integran los costos asociados a cada paquete turístico, de los cuales se puede resumir que: el paquete escolar/infantil presenta un valor de \$8,00, el paquete recreacional \$11,00, el paquete familia y amigos \$11,00, paquete hospedaje \$20,00, paquete actividades más hospedaje \$18,00, el paquete pesca \$13,50, mientras el paquete especial presenta un costo de \$15,00.

Tabla 4.45. Costos asociados a los paquetes turísticos

Paquete escolar / infantil	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Menú Criollo	\$5,00	160	\$1.280,00
Helados	\$1,00		
Uso de instalaciones	\$2,00		
TOTAL	\$8,00		
Paquete recreacional	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel a Preferencia	\$1,50	96	\$1.056
Menú Criollo	\$5,00		
Paseo en Kayak	\$2,50		
Uso de instalaciones	\$2,00		
TOTAL	\$11,00		
Paquete familiar y amigos	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel a preferencia	\$1,00	96	\$1.056
Menú Criollo	\$5,00		
paseo en bote	\$3,00		
Uso de Instalaciones	\$2,00		
TOTAL	\$11,00		
Paquete de hospedaje	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel a Preferencia	\$1,50	144	\$2.880
Menú Criollo	\$5,00		
Uso de Instalaciones	\$2,00		
Meriendas	\$2,00		
Cabaña	\$7,00		

Paseo en Kayak	\$2,50		
TOTAL	\$20,00		
Paquete actividades + hospedaje	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel de preferencia	\$1,50	72	\$1.296
Uso de Instalaciones	\$2,00		
Menú Criollo	\$5,00		
Paseo en Kayak	\$2,50		
Uso de Esquí Acuático	\$3,00		
Recorrido por Sendero	\$1,00		
Carpa de Camping	\$3,00		
TOTAL	\$18,00		
Paquete pesca	Precio Unitario	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel de preferencia	\$1,50	60	\$810
Uso de Instalaciones	\$2,00		
Menú Criollo	\$5,00		
Caña de Pesca con carnadas	\$2,00		
Uso de Bote	\$3,00		
TOTAL	\$13,50		
Paquete Especial	Precio	# Paquetes vendidos al mes	Venta de cada mes
Coctel de preferencia	\$1,50	48	\$720
Bocaditos	\$2,00		
Platos a la carta	\$8,00		
Bebidas	\$1,00		
Uso de equipos acuáticos	\$2,50		
TOTAL	\$15,00		

Elaborado por: los autores

4.4.3. Análisis del flujo de caja proyectado

Considerando que se ha realizado un préstamo bancario de USD 50.000,00 en el Banco BanEcuador, es indispensable realizar el análisis de flujo de caja proyectado, con la finalidad de conocer la liquidez y proyectar las necesidades futuras de dinero. Además, su cálculo es indispensable, entendiendo según lo señalado por Dávila y Carvajal (2020), para poner en marcha el proyecto, el cual permite proyectar a varios años y saber el tiempo de reparación de la inversión.

En el año 2020, debido a la pandemia por Covid-19, la tasa de turismo en Ecuador, se vio reducida en gran medida, así se lo explica en los ítems anteriores, considerando el incremento que tuvo el 2021, en cuanto a turismo, se presentarán las tablas de proyección a 5 años.

Tabla 4.46. Análisis y proyección de ventas, de costos del servicio y de gastos de personal para el Año 1

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2022													
VENTA POR PAQUETE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL 1ER AÑO
Paquete escolar /infantil	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$15.360,00
Paquete recreacional	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$12.672,00
Paquete familiar y amigos	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$1.056,00	\$12.672,00
Paquete de hospedaje	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$34.560,00
Paquete actividades + hospedaje	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$1.296,00	\$15.552,00
Paquete pesca	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$810,00	\$9.720,00
Paquete Especial	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$8.640,00
TOTAL MESES	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$9.098,00	\$109.176,00
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE COSTOS DEL SERVICIO AÑO 2022													
COSTOS POR PAQUETE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL 1ER AÑO
Paquete escolar /infantil	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$1.920,00
Paquete recreacional	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$1.440,00
Paquete familiar y amigos	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$144,00	\$1.728,00
Paquete de hospedaje	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$3.888,00
Paquete actividades + hospedaje	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$1.512,00
Paquete pesca	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$1.080,00
Paquete Especial	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$2.304,00
TOTAL MESES	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$1.156,00	\$13.872,00
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE GASTOS DE PERSONAL AÑO 2022													
PERSONAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL 1ER AÑO
Gerente	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$579,28	\$6.951,30
Jefe de Operaciones	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$6.061,35
Chofer	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$5.468,05
Personal de Limpieza	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$5.468,05
Jefe de Restauración	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$6.061,35
Chef	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$480,39	\$5.764,70
Ayudante de Cocina	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$5.468,05
Jefe Administrativo	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$505,11	\$6.061,35
Asistente	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$5.468,05
Recepcionista	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$455,67	\$5.468,05
TOTAL MESES	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$4.853,36	\$58.240,30

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 4.47. Análisis y proyección de ventas, de costos del servicio y de gastos de personal a 5 años

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS						
VENTA POR PAQUETE	AÑO 2022	AÑO 2023 (incremento 2,38%)	AÑO 2024 (incremento 1,5%)	AÑO 2025 (incremento 1,3%)	AÑO 2026 (incremento 1,0%)	TOTAL
Paquete escolar /infantil	\$15.360,00	\$15.725,57	\$15.961,45	\$16.168,95	\$16.330,64	\$79.546,61
Paquete recreacional	\$12.672,00	\$12.973,59	\$13.168,20	\$13.339,38	\$13.472,78	\$65.625,95
Paquete familiar y amigos	\$12.672,00	\$12.973,59	\$13.168,20	\$13.339,38	\$13.472,78	\$65.625,95
Paquete de hospedaje	\$34.560,00	\$35.382,53	\$35.913,27	\$36.380,14	\$36.743,94	\$178.979,87
Paquete actividades + hospedaje	\$15.552,00	\$15.922,14	\$16.160,97	\$16.371,06	\$16.534,77	\$80.540,94
Paquete pesca	\$9.720,00	\$9.951,34	\$10.100,61	\$10.231,91	\$10.334,23	\$50.338,09
Paquete Especial	\$8.640,00	\$8.845,63	\$8.978,32	\$9.095,03	\$9.185,98	\$44.744,97
TOTAL MESES	\$109.176,00	\$111.774,39	\$113.451,00	\$114.925,87	\$116.075,13	\$565.402,39
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE COSTOS DEL SERVICIO A 5 AÑOS						
COSTOS POR PAQUETE	AÑO 2022	AÑO 2023 (incremento 2,38%)	AÑO 2024 (incremento 1,5%)	AÑO 2025 (incremento 1,3%)	AÑO 2026 (incremento 1,0%)	TOTAL
Paquete escolar /infantil	\$1.920,00	\$1.965,70	\$1.995,18	\$2.021,12	\$2.041,33	\$9.943,33
Paquete recreacional	\$1.440,00	\$1.474,27	\$1.496,39	\$1.515,84	\$1.531,00	\$7.457,49
Paquete familiar y amigos	\$1.728,00	\$1.769,13	\$1.795,66	\$1.819,01	\$1.837,20	\$8.948,99
Paquete de hospedaje	\$3.888,00	\$3.980,53	\$4.040,24	\$4.092,77	\$4.133,69	\$20.135,24
Paquete actividades + hospedaje	\$1.512,00	\$1.547,99	\$1.571,21	\$1.591,63	\$1.607,55	\$7.830,37
Paquete pesca	\$1.080,00	\$1.105,70	\$1.122,29	\$1.136,88	\$1.148,25	\$5.593,12
Paquete Especial	\$2.304,00	\$2.358,84	\$2.394,22	\$2.425,34	\$2.449,60	\$11.931,99
TOTAL MESES	\$13.872,00	\$14.202,15	\$14.415,19	\$14.602,58	\$14.748,61	\$71.840,53
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE GASTOS DE PERSONAL A 5 AÑOS						
PERSONAL	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	TOTAL
Gerente	\$6.951,30	\$6.951,30	\$6.951,30	\$6.951,30	\$6.951,30	\$34.756,50
Jefe de Operaciones	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$30.306,75
Chofer	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$27.340,25
Personal de Limpieza	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$27.340,25
Jefe de Restauración	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$30.306,75
Chef	\$5.764,70	\$5.764,70	\$5.764,70	\$5.764,70	\$5.764,70	\$28.823,50
Ayudante de Cocina	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$27.340,25
Jefe Administrativo	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$6.061,35	\$30.306,75
Asistente	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$27.340,25
Recepcionista	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$5.468,05	\$27.340,25
TOTAL MESES	\$58.240,30	\$58.240,30	\$58.240,30	\$58.240,30	\$58.240,30	\$291.201,50

Elaborado por: Los Autores.

Considerando los aspectos antes mencionados, también es importante considerar la depreciación de los activos:

Tabla 4.48. Depreciación de activos.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS										
Detalle	Costo	%	Vida útil en años	Valor Residual	Valor Depreciación Anual	Deprec. 2022	Deprec. 2023	Deprec. 2024	Deprec. 2025	Deprec. 2026
Furgoneta	\$25.000,00	0,1	15	\$3.333,33	\$21.666,67	\$1.444,44	\$1.444,44	\$1.444,44	\$1.444,44	\$1.444,44
Impresora	\$240,00	0,4	5	\$96,00	\$144,00	\$28,80	\$28,80	\$28,80	\$28,80	\$28,80
Laptop	\$500,00	0,4	5	\$200,00	\$300,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Kayak	\$650,00	0,2	10	\$130,00	\$520,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00
Esquí acuático	\$210,00	0,2	10	\$42,00	\$168,00	\$16,80	\$16,80	\$16,80	\$16,80	\$16,80
Bote de fibra de motor	\$16.000,00	0,2	10	\$3.200,00	\$12.800,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00	\$1.280,00
Caña de pesca	\$40,00	0,2	10	\$8,00	\$32,00	\$3,20	\$3,20	\$3,20	\$3,20	\$3,20
Carpas para camping	\$105,00	0,2	10	\$21,00	\$84,00	\$8,40	\$8,40	\$8,40	\$8,40	\$8,40
TOTALES				\$7.030,33	\$35.714,67	\$2.893,64	\$2.893,64	\$2.893,64	\$2.893,64	\$2.893,64

Elaborado por: Los Autores.

4.4.3. Desarrollo de la evaluación financiera

Para conocer la utilidad neta de la inversión, se realizó el estado de resultados donde constan los valores de los primeros 5 años:

Tabla 4.49. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
Saldo Inicial Caja	AÑO 0	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026
Ingresos						
+ Ventas		109.176,00	111.774,39	113.451,00	114.925,87	116.075,13
Egresos						
- Costos Directos		13.872,00	14.202,15	14.415,19	14.602,58	14.748,61
-Costos indirectos		1.500,00	1.535,70	1.558,74	1.579,00	1.594,79
- Gastos de Personal		58.240,30	58.240,30	58.240,30	58.240,30	58.240,30
- Gasto de financiamiento		7.158,25	5.974,32	4.595,98	2.991,33	1.123,20
- Depreciaciones		2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64
UAI		25.511,81	28.928,28	31.747,15	34.619,01	37.474,58
Utilidad antes de Participación Trabajadores e Impuestos						
- Participación Trabajadores 15%		3.826,77	4.339,24	4.762,07	5.192,85	5.621,19
- Impuestos 25%		6.377,95	7.232,07	7.936,79	8.654,75	9.368,65
Utilidad Neta		15.307,09	17.356,97	19.048,29	20.771,40	22.484,75

Elaborado por: Los Autores.

Luego se procedió a realizar la evaluación financiera, donde “se caculo el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Beneficio/Costo (B/C), indicadores financieros necesario para establecer las utilidades dentro del periodo en análisis económico de la empresa” (Poma, 2019 referenciado por

Dávila y Carvajal, 2020).

Tabla 4.50. Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026
Inversión inicial	117.425,38					
(+) Ingresos		109.176,00	111.774,39	113.451,00	114.925,87	116.075,13
(-) Egresos		80.770,55	79.952,47	78.810,21	77.413,22	75.706,90
(-) Depreciación		2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64
Utilidad antes de impuesto		25.511,81	28.928,28	31.747,15	34.619,01	37.474,58
Impuesto causado						
(+) Depreciación		2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64	2.893,64
TOTAL	-117.425,38	28.405,45	31.821,92	34.640,80	37.512,65	40.368,23
VAN	\$4.707,50					
TIR	14%					
RBC	1,44					
FLUJO 0	-117.425,38					
FLUJO 1	28.405,45	-89.019,92				
FLUJO 2	31.821,92	-57.198,00				
FLUJO 3	34.640,80	-22.557,20				
FLUJO 4	37.512,65	14.955,45				
FLUJO 5	40.368,23	55.323,68				

Elaborado por: Los Autores.

La evaluación financiera detallada en la tabla 4.50, muestra un VAN equivalente a \$ 4.707,50; TIR con el 14%, además se debe considerar una relación costo beneficio (RBC), equivalente a \$ 1,44, que atendiendo la interpretación de Dávila y Carvajal (2020) se puede decir que, por cada dólar invertido, se tendrá una utilidad de \$ 0,44 centavos de dólar, con un periodo de recuperación de la inversión equivalente a cuatro años.

En correspondencia con los resultados de los indicadores analizados, se puede concluir, que resulta viable la ejecución del proyecto. Razón por la cual, poner en marcha el plan de inversión turístico en el Sector Puerto Alto, es también favorable, al direccionarse a prácticas de turismo local como menciona Mullo (2019) asumiría un papel fundamental en el desarrollo económico local, y la sostenibilidad social y del medio ambiente; además de aumentar el reconocimiento del cantón Bolívar en el desarrollo de este campo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Mediante el diagnóstico del estado actual del proyecto turístico en el sector Puerto Alto, se determinó que el área de ejecución de la investigación es una zona importante para el desarrollo del mismo, encontrándose oportunidades para aprovechar la biodiversidad ecológica del sector, la expectativa de los moradores, además de ventajas competitivas para explotar el potencial turístico al contar con las condiciones adecuadas para este tipo de actividades.

El estudio de mercado aplicado a la población económicamente activa del cantón Bolívar, permitió determinar mediante los datos obtenidos que la muestra estudiada tiene un nivel alto de aceptación del proyecto infiriendo en la pertinencia y el potencial de éxito del proyecto, al encontrarse una demanda potencial idónea para su ejecución.

El análisis de la ingeniería del proyecto, para la creación del centro turístico en el sector Puerto Alto, precisa la instalación de la infraestructura necesaria con capacidad para áreas de parqueadero, administración, zonas de camping, rutas de excursión y deportes acuáticos, añadido a ello, se identificó la preferencia de la muestra encuestada por estructuras con características rústicas, además los resultados muestran viabilidad en el estudio técnico, el cual busca satisfacer los requerimientos de los clientes.

El proyecto turístico en el sector Puerto Alto, luego de aplicar el estudio económico y financiero mediante el plan de inversión programado para cinco años, contempla una capacidad de recuperación de la misma estimada en cuatro años, en cuanto a los indicadores de rentabilidad, muestran resultados favorables que determinan la factibilidad de ejecución del proyecto.

5.2. RECOMENDACIONES

Comprendiendo la relevancia de aplicar el diagnóstico situacional se sugiere su aplicación para el proyecto turístico Puerto Alto de forma permanente, con frecuencia de desarrollo de al menos una vez al año, con el propósito de establecer un plan estratégico que permita contribuir a las fortalezas, aprovechar las oportunidades, reducir las debilidades y establecer las ventajas competitivas que permitan reducir o evadir las amenazas presentes en este tipo de inversión.

Con relación al estudio mercado es recomendable aplicar un análisis semestral que permita aumentar de forma progresiva la capacidad de las instalaciones, aprovechando el desarrollo de programas promocionales para potencializar la oferta y atraer turistas con el fin de captar la demanda insatisfecha del sector y de los cantones más cercanos.

Considerando el estudio técnico, es factible realizar un seguimiento de las instalaciones y la capacidad instalada, que permita el diagnóstico oportuno de los espacios a disposición con el propósito de realizar mantenimientos preventivos y realizar la implementación de adecuaciones pertinentes considerando la opinión de los visitantes, además de ampliar la oferta turística cuando las condiciones económicas y de mercado sean oportunas.

Teniendo en cuenta que el estudio financiero es importante para cualquier proyecto de inversión, se sugiere realizar el seguimiento mensual de las operaciones contables, aplicando los diferentes ratios de rentabilidad para conocer el estado económico del proyecto, la rentabilidad del mismo y la eficiencia de las estrategias de mercado, análisis técnicos y control administrativo y contable del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Alciva, B., Márquez, J., Realpe, I., y Zambrano, Y. (2021). Diagnóstico al fomento de la economía popular y solidaria realizada en las cadenas supermercados grandes y medianas de la ciudad de Calceta. *Boletín de Coyuntura*. 28, 32-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8489003>
- Aguilar, A. (2017). *Diseño de infraestructura de nueva planta para la línea de producción de los modelos Buller y Linner 12 en Dina camiones*. (Tesis de Maestría, CIATEQ). <http://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1020/93>
- Aguilera, R. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología Estudios políticos. *Estudios políticos (México)*, (28), 81-103. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162013000100005
- Álava, M. (2018). *El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí*. (Tesis posgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10795>
- Amaya, A., y Troncoso, C. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 65(2), 329-332. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Antonietti, B. (01 de septiembre de 2017). *Carreras de turismo y hotelería Universidad Tecnológica Nacional*. Obtenido de Servicios turísticos I. <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Apaza, R. (15 de Enero de 2014). Clasificación de proyectos. <https://ruben-apaza.blogspot.com/2013/07/clasificacion-de-proyectos.html>
- Arevalo, J., Urrieta, G., Rodríguez, V., Marín, S., y Guerra, O. (2017). *Planificación de gestión de un proyecto*. https://issuu.com/juliocesararevaloalvarez/docs/concepto_de_factibilidad
- Arturo, K. (Enero de 10 de 2020). *La planeación estratégica: definición, importancia y procesos*. Obtenido de Crece Negocios: <https://www.crecenegocios.com/planeacion-estrategica/>

- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. McGraw-Hill. https://issuu.com/jazmindelacruz/docs/gabriel_baca_urbina-evaluacion_de_p
- Baca, N., y Herrera, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. *Convergencia*, 23(72), 69-87. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352016000300069&lng=es&tlng=es.
- Bastidas, V. (2018). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial*. (Tesis posgrado, Universidad Andina Simón Bolívar). <http://hdl.handle.net/10644/6233>
- Bataller, A. (2016). *La gestión de proyectos*. Universitat Oberta de Catalunya
- Bayly, K. (2019). *¿Qué es el Presupuesto de Capital para un Proyecto de Inversión?* Obtenido de IDESAA: <https://idesaa.edu.mx/blog/que-es-el-presupuesto-de-capital-para-un-proyecto-de-inversion/>
- Bencomo, G. (s.f). *Gastos de Venta: ¿Qué son?, Características, Ejemplos y más*. Obtenido de Tu mundo economía: <https://tumundoeconomia.com/contabilidad/gastos-de-venta/>
- Bermeo, J. (11 de Abril de 2011). *Investigación Aplicada al turismo*. . Obtenido de Fcevallos: https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/docentes_y_directivos/articulos/4955_Fcevallos_00009.pdf
- Brume, M. (2019). Estructura organizacional. Sello Editorial: Institución Universitaria Itsa. <https://www.itsa.edu.co/docs/estructura-organizacional.pdf>
- Bruwer, J., Prayag, G., y Disegna, M. (2018). Why wine tourists visit cellar doors: Segmenting motivation and destination image. *International Journal of Tourism Research* , 20(3), 355-366. <https://doi.org/10.1002/jtr.2187>
- Burbano, J. (s.,f). Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos. 11. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>
- Burneo, S. D. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 305-312. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-5936201600300009

- Cánovas, V. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las prácticas de actividades f-ísicas de aventura en la naturaleza*. (Tesis doctoral, Universidad de Barcelona). <https://www.tdx.cat/handle/10803/586216?locale-attribute=es>
- Carvajal, G., y Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164
- Castro, A. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México. McGRAW-HILL
- Cevallos, M. (2020). Los espacios administrativos globales, legitimidad y eficacia de sus regulaciones. *Estudios sobre derecho y justicia*, 5(15), 113-141. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-51362020000200113&script=sci_arttext
- Chauvin, S. (s.,f). *El financiamiento de proyectos de inversión*. <http://www.mujeresdeempresa.com/el-financiamiento-de-proyectos-de-inversion/>
- Cobas, Y., y Argota, L. (2017). *Estudio de factibilidad económica*. 3C Tecnología. 6(4). 46 – 63. <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2017.v6n4e24.46-63>
- Condor, V. (2018). Turismo y desarrollo sostenible. Fundamentación teórica para la construcción de un modelo de desarrollo turístico. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 47-52. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200047&lng=es&tlng=es.
- Cordoba, M. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos*. ECOE Ediciones.
- Cruz, F. (2017). *Estudio de mercado para la comercialización de jugo de naranja en el cantón Esmeraldas*. (Tesis posgrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/985>
- Cuarin, J. (2016). *Definición de activo intangible*. <https://www.economiasimple.net/glosario/activo-intangible>
- Dávila, K., y Carvajal, H. (2020). Análisis de rentabilidad económica del camarón (*Litopenaeus vannamei*) en el sitio Balao Chico, provincia del Guayas. *Polo del Conocimiento*, 5(1), 450-476. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v5i01.1233>.

- Díaz, A. (23 de agosto del 2020). *El turismo en el mundo*.
<https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Donawa, Z., y Morales, E. (2018). Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector mipyme del distrito de Santa Marta -Magdalena, Colombia-. *Revista EAN*, 84, 97-108.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1919>
- Espinoza, F. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. *Conrado, Revista pedagógica de la Universidad de Cien Fuegos*, 14(65), 36-46. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Félix, Á., Vera, D., y Cevallos, J. (2021). Caracterización de corredores gastronómicos como elementos turísticos potenciales en zonas rurales. Caso de estudio: la zona central de Manabí-Ecuador. *Siembra*, 8(2),
<https://doi.org/10.29166/siembra.v8i2.2908>
- Flores, J. (s.f). *Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula*. Obtenido de Hubspot. es: <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Florido. (s.f). *Estudio de Impacto Ambiental*. Recuperado el 24 de Abril de 2021, de eib.org: <https://www.eib.org/attachments/registers/58413343.pdf>
- Galiana, P. (9 de Noviembre de 2020). *Descubre las 5 fuerzas de Porter y cómo aprovecharlas*. <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- Galindo, E., y Galindo, A. (2015). *Empleo*. Serie de Estudios Económicos.
<https://www.coursehero.com/file/44855343/201508-mexicoemploymentpdf/>
- Gallardo, D., y Maldonado, V. (2016). *Proyectos organizacionales*. MAIPUE.
<https://es.calameo.com/books/006187234a29ce1f3fc6b>
- García, G. (2020). *Qué son los activos intangible y como pueden ayudar tu empresa*. <https://www.sage.com/es-es/blog/activos-intangibles-ayudar-empresa/>
- García, L., y Narváez, C. (2019). *Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable y administrativo*. Visionario Digital.

- Gascó, T. (2019). *Costo operacional*. Obtenido de Nudea: <https://numdea.com/costo-operacional.html>
- Hamilton Wilson, M., y Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Editorial Convenio Andrés Bello. <https://isae.metabiblioteca.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=1654>
- Hernández, L. (2016). Entorno y Empresa. *Revista de Ciencias Sociales*. XXII(2), 6-7. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145001>
- Hernández, L., Gonzales, M., y Hernández, M. (2020). *Proyecto de inversión para un centro de nutrición integral en el municipio de metepepec, estado de México*. (Tesis de pregrado, UAEM). <http://hdl.handle.net/20.500.11799/63992>
- Hernández, M. (16 de febrero de 2020). *Qué es el flujo de efectivo y cómo calcularlo*. <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/controla-tu-negocio/que-es-el-flujo-de-efectivo-y-como-calcularlo/>
- Huerta, I. (26 de Enero de 2016). *Estudio de mercado en las empresas*. Obtenido de Tip empresarial: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las%20empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%20C3%ADfca%20que%20afrenta%20una%20organiza%20ci%20C3%B3n%20E2%80%9C>
- Huertas, T., Pilco, E., Suárez, E., Salgado, M., y Jiménez, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200070
- Jauregui, M. (23 de marzo de 2017). *Estado de resultados definición, estructura y características*. <https://aprendiendoadministracion.com/estado-de-resultados/>
- Jervis, T. (s,f). *Estructura de la entrevista ¿Cuál es la estructura de una entrevista?* Obtenido de Lifeder.com.
- Lanlagui, J., Espinoza, C., y Pérez, M. (2017). Turismo sostenible un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100021

- Llaurando, O. (12 de Diciembre de 2014). *La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla*, Nesquest. <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- López, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XXI*, 21(1), 17-40. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70653466002>
- López, D. (2020). *Depreciación*. <https://numdea.com/depreciacion.html>
- López, G., Mata, M., y Becerra, F. (2018). *Planificación de empresas*. <https://universosur.ucf.edu.cu/?p=975>
- López, P. (2015). *La encuesta*. España: Diposit Digital de Documents.
- Martín, J. (2019). *Los principios de Fayol y las funciones básicas de la empresa*. Obtenido de Cerem: <https://www.cerem.ec/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>
- Martínez, H. (2016). *Estudio de mercado y análisis de la demanda*. <http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/>
- Martínez, H. (2016). *Análisis de la oferta. Consultoría Estratégica directiva*. Obtenido de <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>
- Melara, M. (2019). *Qué es el balance general y para qué sirve*. Recuperado el 10 de junio de 2021, de contaestudio.com.
- Mendoza, C. (2017). *Presupuestos para empresas de manufactura*. UNINORTE. <https://editorial.uninorte.edu.co/gpd-presupuestos-para-empresas-de-manufactura.html>
- Mendoza, J., y Véliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia ECA. *Sinergia*, 2(9), 68-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726419>
- Ministerio de Turismo . (28 de Diciembre de 2018). *Ficha Informativa de Proyecto 2018*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/4-Proyecto-Desarrollo-de-Destinos-y-Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>

- Mogollón, J. (2020). Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos. *SciELO*, 3077. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01215051202000300063&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Molina, A. (2019). *¿Qué es lo que hace una PMO en el 2019?* <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/11/que-es-lo-que-hace-una-pmo-en-el-2019/>
- Moncayo, C. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. (Tesis pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10412>
- Montero, M. (2017). *Qué es el punto de equilibrio*. Recuperado el 13 de Julio de 2021, de *Emprende pyme*.
- Moya, N. (2016). La ética del profesional en turismo. Servicio hotelero innovador y sostenible. *open edition journals*, 33-34. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.9452>
- Muñoz, A. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos - Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 399-413. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000200012&lng=es&tlng=es.
- Muñoz, J. (2018). *¿Para qué sirve las técnicas de estudio?* <http://www.miperiodicodigital.com/2018/grupos/lunalugubre-256/para-sirven-tecnicas-estudio-818.html>
- Mullo, E., Vera, V., y Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178&lng=es&tlng=es.
- Narváez, M., Fernández, G., y Gutiérrez, C. (2018). Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local (Paraguaná – Venezuela). *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 106-120. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767007/html/>
- Narváez, J., & Narváez, J. (2017). *Presupuestos*. Ediciones de la U.

- Neffa, C., Panigo, D., y Persia, J. (2014). *¿Para qué sirven las técnicas de estudio?* Obtenido de CELL-CONICET: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/ceil-conicet/20171027042035/pdf_461.pdf
- Nuño, P. (2017). *Costes operativos*. Obtenido de *Emprende Pyme*: <https://www.emprendepyme.net/costes-operativos.html>
- Orgaz, F., y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31), https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 155-156. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008
- Pacheco, J. (2020). *Gastos financieros*. Recuperado el 01 de Julio de 2021, de *Web y empresas*: <https://www.webyempresas.com/gastos-financieros/>
- Paredes, M. (2019). *El proceso de investigación*. Obtenido de <https://freddyaliendre.files.wordpress.com/2019/02/3-el-proceso-de-investigacic393n.pdf>
- Parra, J., y La Madriz, J. (2017). Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar. *Revista Negotium*, 13(38), 33-48. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78253678003.pdf>
- Paz, M. (15 de Enero de 2015). *Crece mujer*. Obtenido de *¿Cuál es la importancia de la planificación en tu emprendimiento?: 2020*
- Pereda, V. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. (Tesis de Ingeniería, Universidad de Barcelona) <http://hdl.handle.net/10803/586216>
- Pérez, S. d. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(2), 164-183. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200164>
- Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1), 113-130. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>

- Reinoso, N. (2021). Segmentación por motivaciones y valoración del turismo interior en el destino Manta, Manabí, Ecuador. *Innovar* , 31(80), 57-72. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512021000200057&lng=en&tlng=es.
- Rodríguez, D. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *rev.fac.cienc.econ.*, Vol. XXVI (1), <https://doi.org/10.18359/rfce.3142>
- Rodríguez et al .2017. Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 82, 2017, pp. 1-26 Universidad EAN Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Rodríguez, M. (2013). Acerca de la investigación Bibliográfica y documental. Guía de tesis. Ecuador. <https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Robert et al. (2014). Depreciación probabilística y sus implicaciones para la depreciación de grupos *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(9), 171-183 <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802911.pdf>
- Romero, K. (2019). Importancia del estudio técnico en un proyecto de inversión. (Tesis de Ingeniería, UDMACH). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14826>
- Ruiz, C. (2015). Marco lógico de la investigación científica. http://www.economia.unam.mx/cedrus/descargas/Metodo%20Cientifico_2015_2.pdf
- Santiago, N. (2018). Formulación de presupuestos. Editorial PIO XII. <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202019/presupuesto.pdf>
- Salvador, L., Jurado, R., Rodríguez, P., Revelo, R., y Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*. <https://isbn.cloud/9789942288301/disen-y-evaluacion-de-proyectos-de-inversion/>
- Seco, M. (2007). *Análisis de inversiones y proyecto de inversión*. (Tesis pregrado, Escuela de Negocios). <https://static.eoi.es/savia/documents/componente45546.pdf>
- Solis Carrión, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador. Quito: Abya - Yala.
- Soriano, J., García, M., y Torrents, J. (2015). *Economía de la empresa*. *Universitat Politècnica de Catalunya*. <http://hdl.handle.net/2099.3/36776>

- Turismo, M. d. (2014). *Ley de turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Ley-de-turismo.pdf>
- Trenza, A. (19 de febrero de 2020). Análisis PESTEL: Qué es y para qué sirve-Ejemplo. At *anatrenza.miss Finanzas*. <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>
- Universidad de Alcalá. (2019). *Análisis de inversión y su vinculación con las finanzas*. <https://www.masters-finanzas.com/analisis-de-inversion-finanzas/>
- Vásquez, J. (2016). Contabilidad. El VAN y el TIR.
- Vásquez, I (2016). Tipos de estudio y métodos de investigación. <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Velásquez, J. (2017). Webquest como herramienta de apoyo para el proceso investigativo (En línea). Consultado el 24 de abr del 2021. Disponible en <file:///C:/Users/DRB0C5~1.PCS/AppData/Local/Temp/jvelazquez.pdf>
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad general*. McGraw-Hill Interamericana.
- Santamaría, E., y López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>
- Ley de Turismo del Ecuador (27 de dic, 2002). Capítulo I. Generalidades. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. GUÍA DE ENCUESTA

ENCUESTA

Responsables: Evelyn J. Quijije García y Luis A. Vargas Holguín

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar provincia de Manabí.

Instrucciones: El presente cuestionario está dirigido a la población económicamente activa del Cantón Bolívar con la finalidad de determinar la factibilidad de la implementación de un Proyecto turístico en el sector Puerto Alto. Por lo anterior, muy respetuosamente, se solicita responder con objetividad y sinceridad, para que los resultados puedan ser útiles a la hora de medir la aceptación del proyecto.

CUESTIONARIO:

1. Datos demográficos de la población económicamente activa encuestada:

a. EDAD:

- | | |
|-----------------------|--------|
| a) Entre 20 y 29 años | () |
| b) Entre 30 y 39 años | () |
| c) Entre 40 y 49 años | () |
| d) Entre 50 y 59 años | () |
| e) Más de 60 años | () |

b. SEXO:

- | | |
|-----------|--------|
| a) Hombre | () |
| b) Mujer | () |

c. NIVEL ACADÉMICO:

- | | |
|-----------------|--------|
| a) Primaria | () |
| b) Bachiller | () |
| c) Tercer Nivel | () |
| d) Cuarto Nivel | () |
| e) Doctorado | () |

d. OCUPACIÓN:

- | | |
|-----------------------------------|--------|
| a) Profesional del sector privado | () |
| b) Profesional del sector público | () |
| c) Estudiante | () |
| d) Emprendedor | () |
| e) Comerciante | () |
| f) Actividades agropecuarias | () |
| g) Otro _____ | () |

2. ¿Conoce usted el Sector Puerto Alto?

- a) Si conozco este sitio

- b) No conozco este sitio ()
 c) Nunca he escuchado de este lugar ()
- 3. ¿Le gustó el sector Puerto Alto?**
- a) Me gusta mucho ()
 b) Me gusta ()
 c) Me gusta poco ()
 d) No me gusta ()
- 4. ¿Tiene conocimiento de algún punto turístico que funcione en este sector?**
- a) Si tengo conocimiento ()
 b) Quizás tenga conocimiento ()
 c) No tengo conocimiento ()
- 5. ¿Ha visitado algún lugar turístico en este sector?**
- a) Muchas veces ()
 b) Varias veces ()
 c) Pocas veces ()
 d) Nunca he visitado ()
- 6. ¿Cómo considera el potencial turístico del Sector Puerto Alto?**
- a) Muy alto ()
 b) Alto ()
 c) Ni alto ni bajo ()
 d) Bajo ()
 e) Muy bajo ()
- 7. ¿Está de acuerdo que en este sitio se pueden realizar actividades al aire libre por los turistas?**
- a) Muy de acuerdo ()
 b) De acuerdo ()
 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
 d) En desacuerdo ()
 e) Muy en desacuerdo ()
- 8. ¿Considera que el sitio Puerto Alto es de interés por poseer montañas, ríos y bosques naturales?**
- a) Muy de acuerdo ()
 b) De acuerdo ()
 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
 d) En desacuerdo ()
 e) Muy en desacuerdo ()
- 9. ¿En este sector se puede ofrecer gastronomía variada, tanto propias del Cantón Bolívar y la Provincia, cómo de todo el país?**
- a) Muy de acuerdo ()
 b) De acuerdo ()

- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Muy en desacuerdo ()

10. ¿Qué tan fácil la comunidad local aceptará actividades turísticas en el sector puerto Alto?

- a) Muy fácil ()
- b) Fácil ()
- c) Ni fácil ni difícil ()
- d) Difícil ()
- e) Muy difícil ()

11. ¿Con qué frecuencia realizaría visitas a un sector que posee atractivos naturales, donde se pueden realizar diversas actividades con familiares y amigos?

- a) Muy frecuentemente ()
- b) Frecuentemente ()
- c) Ocasionalmente ()
- d) Raramente ()
- e) Nunca ()

12. ¿El turismo en una comunidad rural, mejoraría las condiciones sociales, económicas de las familias?

- a) Muy probablemente ()
- b) Probablemente ()
- c) Medianamente probable ()
- d) Poco probable ()
- e) Nada probable ()

13. ¿Está de acuerdo con el desarrollo de proyectos turísticos para aprovechar su potencial en el cantón Bolívar?

- a) Muy de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Muy en desacuerdo ()

14. ¿Es importante el apoyo de la ciudadanía en las actividades turísticas del Sector Puerto Alto?

- a) Muy importante ()
- b) Importante ()
- c) Medianamente importante ()
- d) Poco importante ()
- e) Nada importante ()

15. ¿Qué tan importante es el desarrollo del Turismo para la comunidad del Cantón Bolívar?

- a) Muy importante ()

- b) Importante ()
- c) Moderadamente importante ()
- d) De poca importancia ()
- e) Sin importancia ()

16. ¿Está de acuerdo con que el Cantón Bolívar tiene atractivos para ofrecer al área de turismo? ¿?

- a) Muy de acuerdo ()
- b) De acuerdo ()
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Muy en desacuerdo ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO. 2. ENTREVISTA



ESPAMMFL

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ” CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

Responsables: Evelyn J. Quijije García y Luis A. Vargas Holguín

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

Instrucciones: El presente cuestionario está dirigido al Gerente de la finca Ecológica Oasis y a un Docente de la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL, con la finalidad de conocer la opinión de personas con conocimiento en la factibilidad de la implementación de un Proyecto turístico en el sector Puerto Alto. Por lo anterior, muy respetuosamente, se solicita responder con objetividad y sinceridad, para que los resultados puedan ser útiles a la hora de medir la aceptación del proyecto.

CUESTIONARIO:

1. ¿Conoce usted el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar?
2. ¿Cómo considera este sector como atractivo turístico?
3. ¿Cuál es su opinión sobre los sectores rurales como atractivo turístico?
4. ¿Consideraría que el Sector Puerto Alto tendría aceptación turística para los habitantes del Cantón Bolívar, considerando que posee atractivos como bosques naturales, ríos, y montañas?
5. ¿Cómo considera el estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar?
6. ¿Cuál sería la contribución para el cantón Bolívar que aportaría la implementación de un proyecto turístico para una Comunidad Rural?
7. ¿A su criterio, cuáles son los atractivos con los que contaría el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar para atraer turistas?
8. Desde su punto de vista, Si se desarrolla un proyecto turístico en una comunidad rural, ¿Cuáles serían los beneficios para la misma?
9. ¿Qué beneficio podría tener el Sector Puerto Alto con este estudio de factibilidad?
10. De acuerdo a lo que conoce del sector rural del Cantón Bolívar, ¿Qué tan difícil sería implementar un proyecto turístico?
11. ¿Qué aspectos considera indispensable para la implementación de este Proyecto?
12. ¿Cómo considera este tipo de investigación para el Cantón?

ANEXO. 2.1. ENTREVISTA DIRIGIDA AL LICENCIADO IVÁN SARMIENTO DE LA FINCA ECOLÓGICA OSASIS



ESPAMMFL

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ” CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

Responsables: Evelyn J. Quijije García y Luis A. Vargas Holguín

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

Instrucciones: El presente cuestionario está dirigido a dos Docentes de la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL, con la finalidad de conocer la opinión de personas con conocimiento en la factibilidad de la implementación de un Proyecto turístico en el sector Puerto Alto. Por lo anterior, muy respetuosamente, se solicita responder con objetividad y sinceridad, para que los resultados puedan ser útiles a la hora de medir la aceptación del proyecto.

CUESTIONARIO:

1. **¿Conoce usted el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar? Si lo conoce, ¿Cómo considera este sector como atractivo turístico?**

Sí lo conozco, es un sector muy bonito que tiene muchos atractivos, lagunas, montañas, bastante atractivos para ser turísticos.

2. **¿Cuál es su opinión sobre los sectores rurales como atractivo turístico?**

Los sectores rurales en los últimos años han cogido bastante fuerza para hacer agroturismo, sobre todo, es muy bien además es la nueva tendencia.

3. **¿Consideraría que el Sector Puerto Alto tendría aceptación turística para los habitantes del Cantón Bolívar, considerando que posee atractivos como bosques naturales, ríos, y montañas?**

Sí, definitivamente tiene mucho que dar para el turismo.

4. **¿Cómo considera el estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar?**

Considero algo elemental que cualquier empresa turística tiene que hacer antes de invertir, porque gracias al estudio voy a saber si conviene o no conviene, es muy importante.

5. ¿Cuál sería la contribución para el cantón Bolívar que aportaría la implementación de un proyecto turístico para una Comunidad Rural?

De muchas formas contribuye con proyectos, como económicamente a las personas que participen del funcionamiento de este proyecto, como mano de obra, es decir económicamente, también traerá turismo y ganancias económicas a los otros negocios que están cerca de la zona y Calceta, porque los turistas al ir hacia allá, pasaran por otros sitios de la ciudad, y pueden realizar compras, y esto contribuye a la economía.

También en la mano de obra, las personas que trabajan en este tipo de proyectos, o sea gente de la zona.

6. ¿A su criterio, cuáles son los atractivos con los que contaría el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar para atraer turistas?

El principal atractivo turístico que yo le veo, es la represa, en sí, porque se puede realizar muchos deportes acuáticos, también las cascadas, el campo en sí es muy bueno.

7. Desde su punto de vista, Si se desarrolla un proyecto turístico en una comunidad rural, ¿Cuáles serían los beneficios para la misma?

Beneficio, directamente el ingreso que puede obtener esta comunidad, porque personas del mismo sector pueden estar aportando a este proyecto, o indirectamente también.

Ejemplo los canoeros, ellos ganan en el traslado de la gente, también la pesca, es un beneficio para el consumo.

8. ¿Qué beneficio podría tener el Sector Puerto Alto con este estudio de factibilidad?

Reactivación de la economía

9. De acuerdo a lo que conoce del sector rural del Cantón Bolívar, ¿Qué tan difícil sería implementar un proyecto turístico?

Difícil, claro está dependiendo el tamaño del proyecto que se quiera poner, para saber si es difícil o no, todo esto depende de la inversión, como se va a obtener el dinero para invertir en el proyecto.

Esa es la dificultad que se pueda presentar.

Quien va a financiar el proyecto

También está que no se pueda conseguir un terreno (ubicación) que alguien venda, siempre se debe examinar lo legal, porque no todas las tierras son legales para los tipos de proyectos.

El acceso puede ser difícil.

10. ¿Qué aspectos considera indispensable para la implementación de este Proyecto?

6 aspectos considero importante:

1. que tenga acogida comercialmente (demanda)
2. que sea viable técnicamente (tamaño y localización).que se pueda contar con todos los requerimientos técnicos para implementar el proyecto.
3. Que sea viable legalmente que cumpla con los requerimientos legales para el funcionamiento del proyecto. A veces son zonas protegidas que no pueden funcionar.
4. Factibilidad organizacional (fácil de contar con el personal calificado para operar el proyecto)
5. Factibilidad económica financiera
6. Factibilidad medio ambiental (amigable con el medio ambiente) que cumpla con todas las normas de calidad para funcionar, es un aspecto tomado mucho en cuenta.

11. ¿Cómo considera este tipo de investigación para el Cantón?

Excelente .

ANEXO. 2.2. ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ING. YADIRA PÁRRAGA, DOCENTE DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA ESPAM MFL



ESPAMMFL

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ” CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

Responsables: Evelyn J. Quijije García y Luis A. Vargas Holguín

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el sector Puerto Alto del Cantón Bolívar.

Instrucciones: El presente cuestionario está dirigido a dos Docentes de la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL, con la finalidad de conocer la opinión de personas con conocimiento en la factibilidad de la implementación de un Proyecto turístico en el sector Puerto Alto. Por lo anterior, muy respetuosamente, se solicita responder con objetividad y sinceridad, para que los resultados puedan ser útiles a la hora de medir la aceptación del proyecto.

CUESTIONARIO:

1. **¿Conoce usted el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar? Si lo conoce, ¿Cómo considera este sector como atractivo turístico?**
Sí lo conozco es un sitio de turismo para vacacionar considerado atractivo para la comunidad.
2. **¿Cuál es su opinión sobre los sectores rurales como atractivo turístico?**
El sector promueve una comunidad turística hacia los emprendimientos promoviendo grandes beneficios
3. **¿Consideraría que el Sector Puerto Alto tendría aceptación turística para los habitantes del Cantón Bolívar, considerando que posee atractivos como bosques naturales, ríos, y montañas?**
Claro que tendría buena aceptación para las comunidades posee grandes diversidades de atracción para los turistas
4. **¿Cómo considera el estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto turístico en el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar?**
Se considera que el estudio tendría un impacto favorable para el turismo dando buen ambiente a la sociedad y los negocios de crecimiento económico

5. ¿Cuál sería la contribución para el cantón Bolívar que aportaría la implementación de un proyecto turístico para una Comunidad Rural?

Contribuye para la reactivación económica para un buen progreso de las comunidades que los rodea para seguir con los trabajos y así mismo para la creación de empleo

6. ¿A su criterio, cuáles son los atractivos con los que contaría el Sector Puerto Alto del Cantón Bolívar para atraer turistas?

Programas turísticos
Parques de biodiversidad
Lugar para hospedarse y disfrutar el paisaje
Acampar
Juegos de la naturaleza

7. Desde su punto de vista, Si se desarrolla un proyecto turístico de una comunidad rural, ¿Cuáles serían los beneficios para la misma?

Contribución económica
Creación de empleos
Nuevos negocios emprendimientos se crean

8. ¿Qué beneficio podría tener el Sector Puerto Alto con este estudio de factibilidad?

Se conocería para tratar la factibilidad al momento de hacer un proyecto se haría un estudio cuales son los gastos y la viabilidad de entradas de utilidades por los servicios que e hacen, además de la comunidad que las personas puedan conocer el lugar, haciéndose conocido por

9. De acuerdo a lo que conoce del sector rural del Cantón Bolívar, ¿Qué tan difícil sería implementar un proyecto turístico?

Con un buen estudio y analizar la geografía del lugar con el movimiento de la ciudad con las comunidades no sería difícil implementando mas bien sería un plan hacia el turismo con la realización de buenos instrumentos

10. ¿Qué aspectos considera indispensable para la implementación de este Estudio?

Analizar el estudio de mercado, zona geográfica, la comunidad y sus negocios, poner servicios turísticos, hospedajes, hacer un buen análisis a las inversiones que se realizara que haya buen resultados al implementar el trabajo

11. ¿Cómo considera este tipo de investigación para el Cantón?

Estudio de investigación turística para la reactivación del cantón Bolívar con sus comunidades

ANEXO 3. PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE LOS EXPERTOS

1. Elaborar una lista de profesionales que puedan cumplir los requisitos para ser seleccionados como expertos en la investigación objeto de estudio, para lo cual se les emitió la solicitud correspondiente.

PERFIL DEL EXPERTO											
TEMÁTICA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO TURÍSTICO											
DATOS GENERALES:											
NOMBRE:		E-MAIL INSTITUCIONAL:									
APELLIDOS:		E-MAIL PERSONAL:									
GRADO ACADEMICO:		No. TELEFONO PERSONAL:									
OCUPACION ACTUAL:		DIRECCION DOMICILIARIA:									
NOMBRE DE LA INSTITUCION PARA LA QUE ACTUALMENTE LABORA:		PROFESION:									
DIRECCION DE TRABAJO:		AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL									
ANOS DE EXPERIENCIA EN LA OCUPACION ACTUAL:		ANOS DE EXPERIENCIA EN EJERCICIO DE PROFESION:									
NIVEL DE CONOCIMIENTOS											
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS											
INDICACIONES: Marque con una X, en una escala creciente del 1 al 10, el valor que se corresponde con el grado de conocimiento o información que tienen sobre los siguientes ítems:											
ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Administración de empresas											
Estudio de factibilidad											
Estructuración de proyectos											
Estudio de diagnóstico situacional											
Estudio de Mercado											
Análisis económico - financiero											
Oferta Turística											
FUENTES DE ARGUMENTACIÓN O FUNDAMENTACIÓN											
INDICACIONES: Marque con una X, el nivel de argumentación o fundamentación del tema a estudiar:											
ITEMS	ALTO	MEDIO	BAJO								
Análisis teóricos realizados por usted											
Trabajos de autores extranjeros											
Su conocimiento en desarrollo de proyectos de turismo											
Su intuición											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD:											
_____ INVESTIGADORA	_____ INVESTIGADOR	_____ EXPERTO									
ENTREGA:		FECHA DE RECEPCIÓN:									
_____ Evelyn J. Quijije García e-mail: evelyn.quijije@espam.edu.ec						_____ Luis A. Vargas Holguín e-mail: luis.varga@espam.edu.ec					

2. Elaborar una ficha denominada Perfil del Experto con tres secciones: a) Datos Generales ideal para conocer el perfil completo de los expertos; b)

Nivel de Conocimientos para realizar una valoración sobre el nivel de experiencia, criterios científicos sobre la materia; c) Firmas de responsabilidad para revestir de seguridad a la información proporcionada.

3. En la sección NIVEL CONOCIMIENTOS se realiza una valoración sobre el nivel de experiencia, evaluando de esta forma los niveles de conocimientos que

NIVEL DE CONOCIMIENTOS CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS										
INDICACIONES: Marque con una X, en una escala creciente del 1 al 10, el valor que se corresponde con el grado de conocimiento o información que tienen sobre los siguientes ítems:										
ÍTEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Administración de empresas										
Estudio de factibilidad										
Estructuración de proyectos										
Estudio de diagnóstico situacional										
Estudio de Mercado										
Análisis económico - financiero										
Oferta Turística										

poseen. Así mismo se realiza una pregunta de autoevaluación en conocimientos específicos. En esta pregunta se les pide que marquen con una X, en una escala creciente del 1 al 10, el valor que corresponde con el grado de conocimiento o información que tiene sobre los ítems descritos. A partir de eso datos se calcula el Coeficiente de Conocimiento o Información (Kc), a través de la ecuación siguiente.

$$Kc_j = n(0,1)$$

Dónde:

Kc_j: Coeficiente de Conocimiento o Información del experto “j”

n: Rango seleccionado por el experto “j”

4. Luego se realiza una segunda pregunta, en la que se solicita marcar con una X el nivel de argumentación o fundamentación del tema a estudiar, permitiendo valorar un grupo de aspectos que influyen sobre objeto de estudio.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN O FUNDAMENTACIÓN			
INDICACIONES: Marque con una X, el nivel de argumentación o fundamentación del tema a estudiar:			
ÍTEMS	ALTO	MEDIO	BAJO
Análisis teóricos realizados por usted			
Su experiencia obtenida			
Trabajos de autores nacionales			
Trabajos de autores extranjeros			
Su conocimiento en desarrollo de proyectos de turismo			
Su intuición			

Se establece la tabla patrón propuesta por Bravo (2018) citado por Murillo y Vélez (2019) donde se determinarán los aspectos de mayor influencia.

5. Identificados los profesionales a incluir en el equipo de expertos se procedió a validar el instrumento para este fin, se le entregó a cada profesional un borrador del modelo de encuesta terminado, para que procedieran a emitir sus diferentes criterios y así verificar la confiabilidad del mismo, para aplicar las correcciones de ser necesario, si así lo consideraran los expertos, el modelo aplicado se describe a continuación:

MODELO DE ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

Responsables: Evelyn J. Quijije García y Luis A. Vargas Holguín

Objetivo General: Realizar la evaluación del instrumento para su correspondiente validación a partir de las calificaciones que emitirá el profesional.

Instrucciones: El presente cuestionario está dirigido a los expertos seleccionados con la finalidad de determinar la factibilidad de las preguntas planteadas en la encuesta. Por lo anterior, muy respetuosamente, se solicita responder con objetividad y sinceridad, para mejorar el instrumento si es necesario y los resultados puedan ser útiles a la hora de medir la aceptación del proyecto.

CUESTIONARIO:

1. Datos demográficos de la población económicamente activa encuestada

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

2. ¿Conoce usted el Sector Puerto Alto?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

3. ¿Le gustó el sector Puerto Alto?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

4. ¿Tiene conocimiento de algún punto turístico que funcione en este sector?

5.

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

6. ¿Ha visitado algún lugar turístico en este sector?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

6. ¿Cómo considera el potencial turístico del Sector Puerto Alto?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

7. ¿Está de acuerdo que en este sitio se pueden realizar actividades al aire libre por los turistas?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

8. ¿Considera que el sitio Puerto Alto es de interés por poseer montañas, ríos y bosques naturales?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

9. ¿En este sector se puede ofrecer gastronomía variada, tanto propias del Cantón Bolívar y la Provincia, cómo de todo el país?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

10. ¿Qué tan fácil la comunidad local aceptará actividades turísticas en el sector puerto Alto?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

11. ¿Con qué frecuencia realizaría visitas a un sector que posee atractivos naturales, donde se pueden realizar diversas actividades con familiares y amigos?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

12. ¿El turismo en una comunidad rural, mejoraría las condiciones sociales, económicas de las familias?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

13. ¿Está de acuerdo con el desarrollo de proyectos turísticos para aprovechar su potencial en el cantón Bolívar?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

14. ¿Es importante el apoyo de la ciudadanía en las actividades turísticas del Sector Puerto Alto?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

15. ¿Qué tan importante es el desarrollo del Turismo para la comunidad del Cantón Bolívar?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

16. ¿Está de acuerdo con que el Cantón Bolívar tiene atractivos para ofrecer al área de turismo? ¿?

Adecuación		Pertinencia	
------------	--	-------------	--

ANEXO 4. EVOLUCIÓN ANUAL DE LA TASA DE INFLACIÓN EN ECUADOR DESDE 2015 HASTA 2027

Evolución anual de la tasa de inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2027

