



**UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO**

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al
turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte

TUTOR:

Ing. Francisco Xavier Dueñas Espinosa

AUTORES:

Enmanuel Ecuador Alcivar Toala

Junior Daniel Navia García

PORTOVIEJO – MANABÍ - ECUADOR

2020

Certificado del Tutor del Trabajo de Titulación.

Ing. Francisco Xavier Dueñas Espinoza, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados Alcívar Toala Enmanuel Ecuador y Navia García Junior Daniel, son autores de la Tesis de Grado titulada: **“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL TURISMO AGRÍCOLA EN EL SECTOR SAN JACINTO DE ROCAFUERTE”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Francisco Xavier Dueñas Espinoza

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del Tribunal Examinador.

Quienes suscriben, docentes miembros del tribunal de sustentación del Trabajo de Titulación: Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte, desarrollado de manera previa a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial, por los egresados Alcivar Toala Enmanuel Ecuador y Navia García Junior Daniel, certificamos que la misma ha cumplido con todo lo señalado en el reglamento interno de graduación, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Tribunal.

Ing. Andrea Lisette Ruíz Vélez
Coordinadora de la Carrera de
Gestión Empresarial.

Ing. Francisco Xavier Dueñas Espinosa
Tutor del Trabajo de Titulación.

Ing. Evelyn Jackeline Párraga Patiño
Miembro del Tribunal.

Ing. Galo Enrique Cano Pita
Miembro del Tribunal.

Declaración de Autoría.

El compromiso de la presente investigación, así como sus argumentos, análisis, procedimientos, ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones conciernen exclusivamente a sus autores, quien en un trabajo ligado con el Tutor del Trabajo de Titulación alcanzamos con éxito. Además, cedo mis derechos de autoría del presente Trabajo de Titulación, a favor de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Alcivar Toala Enmanuel Ecuador
Autor

Navia García Junior Daniel
Autor

Agradecimiento.

Yo Enmanuel Ecuador Alcivar Toala agradezco a mi madre, a mi familia han sido mi apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, a mi padre, a mi hermana, profesores que compartieron en mi vida profesional y mis compañeros de clase.

Este trabajo de investigación es también fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos estiman, sin el cual no tendríamos la fuerza y energía que nos anima a crecer como personas y como profesionales. Por tal razón yo Junior Daniel Navia García doy gracias a mi familia, a mis padres y a mi hermano, por su paciencia, comprensión y solidaridad. Sin su apoyo me sentiría vacío, también agradezco a mis compañeros de clase y profesores por los momentos vividos y por haberme acompañado en mi vida profesional

Dedicatoria.

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a mi madre Carlina Toala, y a mi hermana quienes han sido el pilar fundamental en mi vida.

A mi Esposa María José Ramírez Vera agradezco por todo el apoyo me ha brindado y me ha motivo a seguir adelante y mis amigos sinceros quienes en este arduo camino hacia el cumplimiento de mis metas profesionales y personales. Y a todas las personas que han sido partícipes de la realización de este trabajo de investigación, brindándome sus conocimientos, enseñanzas y aprendizajes para avanzar hacia el éxito.

Enmanuel Ecuador Alcivar Toala.

Dedicatoria.

Dedico esta tesis a mis padres quienes me apoyaron todo el tiempo a mi hermano por darme esa fuerza emocional a las personas que nos apoyaron a concluir esta tesis y que me inspiro para seguir adelante y jamás rendirme.

Junior Daniel Navia García.

Resumen.

Turismo agrícola, actividad de carácter territorial, cuya importancia se ratifica en el presente siglo por el desgaste de ofertas de turismo convencional. El mercado actual es cambiante y siempre está buscando algo nuevo por lo que se aprovechó una oportunidad con este Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el sector de San Jacinto de Rocafuerte. Esto surge por la demanda que existe en este mercado, ya que Manabí no existe competencia de empresas que se dediquen al turismo agrícola, es por ello se obtiene una ventaja considerable, puesto que este tipo de empresa permite realizar diferentes actividades a los turistas ya sea nacionales que internacionales, además con los estudios realizados se puede determinar los gustos y preferencias del cliente, la inconformidad que tienen por no tener un lugar diferente del turismo convencional. La realización de este estudio, permite concluir que la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola es viable tanto económica y como financiera.

Palabras claves: Turismo Agrícola, Pre-factibilidad, Sostenible, Desarrollo.

Abstract.

Agricultural tourism, an activity of a territorial nature, the importance of which is ratified in this century by the wear and tear of conventional tourism offers. The current market is changing and is always looking for something new, so an opportunity was taken with this Feasibility Study project for the creation of a company dedicated to agricultural tourism in the San Jacinto de Rocafuerte sector. This arises from the demand that exists in this market, since Manabí does not have great competition from companies that are dedicated to agricultural tourism, which is why a considerable advantage is obtained, since this type of company allows tourists to carry out different activities whether national or international, in addition, with the studies carried out, the tastes and preferences of the client can be determined, the dissatisfaction they have for not having a different place from conventional tourism. Carrying out this study allows us to conclude that the creation of a company dedicated to agricultural tourism is both economically and financially viable.

Keywords: Agricultural Tourism, Pre-feasibility, Sustainable, Development.

Introducción

El objetivo de este tema de investigación es difundir información sobre el funcionamiento y sus características de una empresa de agroturismo en el sector San Jacinto de Rocafuerte, a través del diseño de un proyecto de agroturismo con el objetivo de contribuir a la conservación de las culturas ancestrales de la zona.

El tema se divide en cinco capítulos, el primer capítulo presenta datos relevantes para la zona San Jacinto de Rocafuerte, los mismos que serán utilizados en el diseño del proyecto, el segundo capítulo contiene información sobre agroturismo el tercer capítulo contiene el tamaño de la muestra las encuestas realizadas el cuarto capítulo es el diseño del proyecto.

El proyecto se basa en el modelo de plan de negocios para tener una estructura clara y concisa y por último el quinto capítulo con información de datos financieros que deben tenerse en cuenta durante la ejecución del proyecto y para el diseño futuro de proyectos similares.

Tabla de contenido

Certificado del Tutor del Trabajo de Titulación.....	ii
Certificado del Tribunal Examinador.....	iii
Declaración de Autoría.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	x
Capítulo I.....	1
1 Problemática.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes generales.....	1
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Planteamiento del problema.....	3
1.5 Pregunta de la investigación.....	5
1.6 Delimitación del problema.....	5
1.7 Justificación.....	6
1.8 Objetivo.....	7
1.8.1 Objetivo general.....	7

1.8.2	Objetivo específico.....	7
Capitulo II.....		2
2	Contextualización.....	2
2.1	Marco teórico.....	2
2.2	Marco conceptual.....	11
2.3	Marco legal.....	13
2.4	Marco Ambiental.....	13
2.5	Variables.....	14
2.5.1	Variables dependientes.....	14
2.5.2	Variables independientes.....	14
2.6	Operacionalización de las variables.....	15
2.6.1	Variable dependiente: Turismo Agrícola.....	15
2.6.2	Variable independiente: Estudio de Prefactibilidad.....	16
Capitulo III.....		17
3	Marco metodológico.....	17
3.1	Plan de investigación.....	17
3.2	Tipos de investigación.....	17
3.3	Fuentes de investigación.....	18
3.4	Población.....	18
3.5	Tamaño de la muestra.....	18
Capitulo IV.....		21

4	Formulación del problema	21
4.1	Análisis e interpretación de resultados	21
4.2	Estudio de mercado	31
4.2.1	La oferta.....	36
4.2.2	La demanda.....	37
4.2.3	Demanda insatisfecha	38
4.2.4	Producto	40
4.2.5	Precio	41
4.2.6	Comercialización.....	42
4.2.7	Promoción	44
4.3	Estudio Técnico	45
4.3.1	Dimensión y característica del mercado	45
4.3.2	La tecnología del proceso productivo.....	50
4.3.3	Ingeniería del proyecto	51
4.4	Estudio administrativo.....	54
4.4.1	Formulación estratégica.....	54
4.4.2	Organigrama.....	59
4.4.3	Función de talento humano	60
4.5	Estudio legal	66
	Conclusiones.	69
	Recomendaciones.....	69

Capítulo V.....	54
5 La propuesta.....	54
5.1 Título de la propuesta.....	54
5.2 Autores de la propuesta.....	54
5.3 Empresa auspiciante.....	54
5.4 Área que cubre la propuesta.....	54
5.5 Fecha de presentación.....	54
5.6 Fecha de terminación.....	54
5.7 Duración del proyecto.....	71
5.8 Participantes del proyecto.....	71
5.9 Objetivo general de la propuesta.....	71
5.10 Objetivo específico.....	71
5.11 Beneficiarios directos.....	71
5.12 Beneficiarios indirectos.....	72
5.13 Impacto de la propuesta.....	72
5.14 Descripción de la propuesta.....	72
5.14.1 Ingresos.....	74
5.14.2 Costos materiales directos.....	76
5.14.3 Préstamo del proyecto.....	88
5.14.4 Estados financieros.....	90
5.14.5 Flujo de efectivo.....	93

5.14.6	Evaluación económica	95
5.14.7	Evaluación financiera	96
5.14.8	Ratios financieras	99
5.15	Importancia	104
5.16	Metas del proyecto.....	104
5.17	Finalidad de la propuesta	104
	Referencias.....	105
	Apéndice	107

Lista de tabla

Tabla 1 <i>Turismo Agrícola</i>	15
Tabla 2 <i>Estudio de Pre-factibilidad</i>	16
Tabla 3 <i>Turismo agricola</i>	21
Tabla 4 <i>Nivel economico</i>	22
Tabla 5 <i>Turismo agricola</i>	23
Tabla 6 <i>Atractivo turístico</i>	24
Tabla 7 <i>Beneficios</i>	25
Tabla 8 <i>Desarrollo de la actividad turística</i>	26
Tabla 9 <i>Turismo agricola</i>	27
Tabla 10 <i>Turistas locales</i>	28
Tabla 11 <i>Comidas tradicionales Manabitas</i>	29
Tabla 12 <i>Destino turístico agrícola</i>	30
Tabla 13 <i>Demanda total de habitantes</i>	38
Tabla 14 <i>Demanda insatisfecha</i>	39
Tabla 15 <i>Estimulación de la demanda a atender(Nicho)</i>	40
Tabla 16 <i>Plan de servicio (Precio)</i>	42
Tabla 17 <i>Cuadro de Inversión 1</i>	52
Tabla 18 <i>Cuadro de Inversión 2</i>	52
Tabla 19 <i>Mano de Obra</i>	53
Tabla 20 <i>Análisis Situacional</i>	54
Tabla 21 <i>Objetivo Estratégico</i>	58
Tabla 22 <i>Organigrama</i>	59
Tabla 23 <i>Datos del Emprendimiento</i>	72
Tabla 24 <i>Descripción de la tasa</i>	73

Tabla 25 <i>Producción(en cantidad mensual)</i>	74
Tabla 26 <i>Proyección de Ingresos(en USD)</i>	75
Tabla 27 <i>Costos y Gastos(materia prima)</i>	76
Tabla 28 <i>Sueldos y Salarios</i>	77
Tabla 29 <i>Gasto Mensual de la Mano de Obra</i>	78
Tabla 30 <i>Servicios Básicos</i>	78
Tabla 31 <i>Estado de Costos de producción Proyectados</i>	79
Tabla 32 <i>Gastos Totales</i>	81
Tabla 33 <i>Depreciación y Amortización</i>	82
Tabla 34 <i>Inversión</i>	83
Tabla 35 <i>Inversión</i>	84
Tabla 36 <i>Capital Trabajo</i>	85
Tabla 37 <i>Estructura del Costo Total</i>	85
Tabla 38 <i>Financiamiento</i>	86
Tabla 39 <i>Financiamiento</i>	86
Tabla 40 <i>Préstamo</i>	88
Tabla 41 <i>Resumen tabla de amortización</i>	89
Tabla 42 <i>Estado de situación financiera proyectado</i>	90
Tabla 43 <i>Estado de resultados proyectado</i>	91
Tabla 44 <i>Flujo de fondo proyectado</i>	93
Tabla 45 <i>Fujjo de fondos proyectado</i>	96

Lista de figura

Figura 1 <i>Turismo Agrícola</i>	21
Figura 2 <i>Nivel Económico</i>	22
Figura 3 <i>Dedicada al Turismo Agrícola</i>	23
Figura 4 <i>Atractivo Turístico</i>	24
Figura 5 <i>Beneficios</i>	25
Figura 6 <i>Lugares turísticos</i>	26
Figura 7 <i>Ofrezcan Turismo Agrícola</i>	27
Figura 8 <i>Turistas locales</i>	28
Figura 9 <i>Comidas Tradicionales Manabitas</i>	29
Figura 10 <i>Destino Turístico Agrícola</i>	30
Figura 11 <i>Logotipo Finca Agroturística Amelia</i>	43
Figura 12 <i>Recorrido Turístico</i>	47
Figura 13 <i>Planta Arquitectónica</i>	48
Figura 14 <i>Mapa de la Provincia de Manabí</i>	49
Figura 15 <i>Localización Micro del Proyecto</i>	50
Figura 16 <i>Ingeniería del Proyecto</i>	51
Figura 17 <i>Inversión</i>	84
Figura 18 <i>Financiamiento</i>	86
Figura 19 <i>Punto de equilibrio</i>	95
Figura 20 <i>Encuesta realizada a estudiantes</i>	108
Figura 21 <i>Encuesta realizada a estudiante de la UTM</i>	108
Figura 23 <i>Encuesta realizada a estudiante de la UTM</i>	108
Figura 22 <i>Encuesta realizada a estudiantes</i>	108

Capítulo I

1 Problemática

1.1 Tema

Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte.

1.2 Antecedentes generales

El agroturismo en el Ecuador y su importancia en el sector rural, Ecuador puede explotar este tipo de turismo de manera muy eficaz ya que tiene una riqueza del suelo excepcional.

En los servicios turísticos ha avanzado a lo largo de los tiempos, razón por la cual el favoritismo por actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo vivencial y agroturismo han aumentado rápidamente, a raíz de la constante preocupación por la defensa del medio ambiente, enfatizándose en participar en actividades que impliquen el cuidado del entorno natural, que se denomina gestión sostenible. Esta nueva generación de turistas busca aproximar a la naturaleza de un modo más respetuoso y quieren ver cómo el dinero que invierten cuando viajan, se vuelve un beneficio económico del lugar visitado. (Sandoval S., 2006).

El turismo da oportunidades a las comunidades cercanas bríndale un beneficio económico local, en el desarrollo de las economías regionales, se promueve de las diferentes alternativas de turismo, bajo un desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, turismo científico y turismo cultural. Estas forman diferentes modalidades de la nueva tendencia de turismo alternativo.

El turismo a desarrollo, aporta valores como la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los representantes envueltos en el sector, tanto públicos como privados. El turismo es una alternativa de negocio y desarrollo económico y sobre todo social, en donde se fomenta criterios de sostenibilidad, donde se benefician toda la comunidad involucrada, que sea viable económicamente y equitativo, comercialmente rentable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que proporcione un valioso valor de satisfacción al turista.

Este trabajo contribuirá al adelanto turístico de esta comunidad y los sectores cercanos a ésta. Las bondades que ofrece la finca agroturística permitirán que los turistas tengan nuevos sitios para visitar, con una mentalidad de conservación del medio ambiente.

La zona de San Jacinto Rocafuerte cuenta con la capacidad de invertir en un amplio espacio para una actividad agroturística. Este proyecto tendrá un impacto económico que beneficiará tanto al sector agrícola y gastronómico.

Esta actividad ofrece un área para poner en práctica las reflexiones teóricas y académicas sobre los beneficios de visualizar el desarrollo rural, la actividad rural va más allá de lo agropecuario, valorar la calidad de los empleos e ingresos no agrícolas, y percibir la importancia de la identificación, caracterización, explotación y preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales. (Riveros, H; Blanco, M., 2003)

La actividad del agroturismo ha tomado fuerza en las entidades públicas y privadas como estrategia para activar el desarrollo de las zonas rurales, ofrecer capacidad de beneficiar de ingresos agregados a los productores agropecuarios y pequeños agro procesadores. (Riveros, H; Blanco, M., 2003)

La investigación aparece por la falta de aprovechamiento de los espacios, Paraíso Bajo la Luna. La actividad agroturística en el sector San Jacinto Rocafuerte es favorable por las rutas que componen el área geográfica para el turismo y las tradiciones de la región.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la pre-factibilidad de crear una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte?

1.4 Planteamiento del problema

El desarrollo turístico sustentable, es una posibilidad de generar recursos económicos y se sitúa entre las iniciativas de producción y productividad, por su diversidad natural y cultural. La finca agroturística se considera un proyecto innovador la cual es atravesada por un canal de agua natural y hermoso paisajes con lo que ofrece al turista un ambiente agradable y acogedor. El problema de este proyecto es la falta de conocimiento de los turistas nacionales.

El agroturismo como una de las actividades complementaria agrícolas que realiza el pequeño productor donde genera una alternativa de empleo y a su vez de mejorar su ingreso económico, y contribuye a la conservación de su hábitat y la preservación de la experiencia y saberes patrimoniales agropecuarios, visión que la acoge el Ministerio de Turismo a través del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo (PLANDETUR 2020). Ecuador en sus 11 líneas de productos turísticos, identificando a uno de ello al agroturismo como como un producto prioritario y potencial en el cual se incluyen a las haciendas y plantaciones.

En Manabí el agroturismo tiene mucho potencial, dada la gran variedad productiva que poseen los suelos de esta provincia. La presente investigación busca aprovechar ese potencial a través de la estructuración de ofertas agroturísticas alrededor de diferentes rutas de sembrío. El agroturismo simboliza una verdadera oportunidad para que las comunidades locales diversifiquen sus ingresos aprovechando la producción de varios sembríos.

La metodología inicia con la identificación de productos turísticos existentes basados en el gran sembrío, luego se estructuraron fichas y poder inventariar las finca y comunidades con producción de sembríos que tengan potencial agroturístico, para identificar posibles oportunidades y aprovechamientos para la actividad turística.

La investigación pretende contribuir al desarrollo de operaciones turísticas locales, difundiendo los resultados entre los operadores turísticos de la provincia de Manabí; esto permitirá la elaboración de productos turísticos vivenciales de alta calidad, generadores de experiencias.

Adicionalmente en trabajo conjunto entre el Consejo Provincial de Manabí y los municipios de los cantones inmersos, contribuirán con la difusión de los resultados obtenidos y la puesta en valor de la finca, que le permitirá diversificar sus ingresos mediante la actividad turística.

Actualmente en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte no existen empresas dedicadas al agroturismo solo al área de recreación, con este proyecto las personas conocerán la producción de los sembríos y la cultura de la región.

1.5 Pregunta de la investigación

¿Cómo un estudio de mercado ayuda a determinar la potencialidad de un proyecto de turismo agrícola?

¿De qué manera un estudio técnico nos permitirá conocer el sector de turismo agrícola?

¿Cómo influye un estudio organizacional y legal en la implementación de un proyecto de turismo agrícola?

¿Cómo un estudio económico-financiero ayuda a determinar la viabilidad de un proyecto de turismo agrícola?

1.6 Delimitación del problema

Campo: Empresarial

Área: Pre-factibilidad

Aspecto: Turismo agrícola

Problema: ¿Cuál es la pre-factibilidad de crear una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte?

Tema: Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte.

Delimitación espacial: San Jacinto de Rocafuerte

Delimitación temporal: La investigación se realizará mayo- septiembre 2020

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7 Justificación

Una empresa dedicada al desarrollo turístico de una zona netamente agrícola, y que se encuentra ubicada estratégicamente en una zona central hacia otros destinos turísticos de la provincia. Aprovechando el patrimonio agrícola y la experiencia para el desarrollo económico, y disfruten de un recorriendo turístico y dar uso de sus actividades.

El gran potencial turístico de la zona, que permite la implementación del proyecto de prefactibilidad de una finca agroturística, principalmente la promoción y turística, cultural. El objetivo de la finca agroturística brindar un lugar en el que los turistas puedan disfrutar de actividades al aire libre, donde impliquen esfuerzo físico en algún grado, además de una caracterización con la naturaleza, parte dispuesta del entorno sin provocar impactos negativos o contaminantes a este tipo de turismo.

El agroturismo como estudio, adicional de las actividades agrícolas, basada en desarrollo turístico y en la utilización adecuada de los espacios agrícolas y aprovechamiento de su entorno natural del sector San Jacinto Rocafuerte, buscando mejorar los ingresos económicos y calidad de vida.

Este proyecto aprovecha los recursos naturales propios de la zona y de la gran historia cultural de los pueblos y sus tradiciones, siendo un atractivo para todo aquel que lo visita. Valiendo el creciente interés por esta alternativa turística y desea aplicarla en comunidades que poseen gran potencial, ya que ofrecen el contacto directo con la naturaleza.

En el sector no existe un proyecto de agroturismo o alguna actividad turística por lo cual este estudio es realizable para el desarrollo turístico de la zona, la cual

tiene gran viabilidad, y puede servir de modelo para que otros lo efectúen y cuando la eficacia propuesta en este estudio sea la óptima.

El proyecto mejorara desarrollo social y económico de la zona mediante actividades, y que en general provee de ingresos económicos sin la necesidad de dañar el medio ambiente y cultural, sino que los conservan los atractivos principales de los diferentes destinos turísticos.

1.8 Objetivo

1.8.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte.

1.8.2 Objetivo específico

- Desarrollar un estudio de mercado para potenciar la comercialización del sector agrícola en el desarrollo turístico de la finca.
- Establecer un estudio técnico relacionándolo con el proyecto de turismo agrícola.
- Realizar un estudio organizacional y legal para el impulso de un proyecto de turismo agrícola.
- Definir la viabilidad económica y financiera relacionándolo con el proyecto de turismo agrícola.

Capítulo II

2 Contextualización

2.1 Marco teórico

Estudio de mercado en una empresa de turismo agrícola es fundamental conocer las características del producto de la competencia, el precio con el que puede competir y determinar su mercado objetivo. El Agroturismo sus diferentes actividades organizadas por agricultores, a las cuales se invita a los turistas observar y participar en sus actividades, con lo cual se le explica cada proceso de producción y comercialización.

El turismo campesino acoge a los turistas y enseña su factor de desarrollo sostenible, que avala la calidad de los productos que ofrece y mejora la calidad de vida de los campesinos que participan en esta actividad. El agroturismo se complementa con diferente tipo de actividades turísticas, el Ecoturismo se da a través de la creación de senderos donde se observa la flora y fauna típicas de su región

La diversidad es una de las características esenciales de Ecuador, no solamente en el ámbito natural y geográfico, la Constitución como “plurinacional, intercultural y mega diversa, que hace referencia a la riqueza histórica, humana y cultural, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural.

Ecuador tiene el potencial de posicionarse en su calidad del país más mega biodiverso del planeta, cuenta con la más grande biodiversidad de superficie a escala mundial. Esta mega biodiversidad se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas.

- Bajo el desarrollo Sostenible del Ecuador contempla en el ámbito de conservación y aprovechamiento sostenible del capital natural.
- Estimula la inversión turística en áreas protegidas, especialmente en el mejoramiento de los servicios
- Estimula el establecimiento de sistemas de certificación de actividades turísticas sostenibles.
- Despliega un sistema de información y capacitación en actividades de turismo de naturaleza, encaminadas a fortalecer la participación de las poblaciones locales.

La Organización Mundial Turismo define así los principios del turismo sostenible:

Los capitales naturales y culturales se guardan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios; el desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales la calidad ambiental; se ha elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y los beneficios del turismo se promedian ampliamente entre toda la sociedad el modelo de desarrollo adoptado por los países.

El desarrollo sostenible tiene su aplicación en varios sectores y uno de ellos es el turismo en donde la sostenibilidad es una necesidad de ser entendido y puesto en práctica para una mejor conservación de los recursos existentes y su progreso socio económico, turismo sostenible, las necesidades de los turistas actuales y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro, respetando al

mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Lamor, 2015)

El desarrollo sostenible en el turismo comunitario, forma un mecanismo de mejora continua en los procesos de gestión, innovación, capacitación donde se ha determinado la relación sobre sus impactos en el desarrollo socioeconómico. (Lamor, 2015)

El turismo rural se le da a conocer a los visitantes un contacto directo, de brindarles la oportunidad de recrearse del entorno físico y humano de las zonas rurales, en donde puedan participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. (Lamor, 2015)

El agroturismo, es un segmento de mercado del turismo rural bien definido, que permite a los agricultores diversificar sus actividades, añadiendo al mismo tiempo valor a sus productos, representa una pequeña parte del turismo rural.

El turismo rural permite diversificar los componentes de las economías rurales, serían condenadas a desaparecer. Asimismo, proteger e incluso potenciar nuestro patrimonio y bienes culturales. (Rural, Desarrollo Turismo, 2020)

El Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)

El desarrollo de la pequeña agricultura del país. En un esfuerzo por diversificar e incrementar los ingresos de los pequeños productores agrícolas y sus familias, donde se implementa el Programa Nacional de Turismo Rural, donde se genera nuevas alternativas de empleo y desarrollo capacidades emprendedoras del pequeño agricultor, así que el Turismo Rural, pone valor las costumbres y tradiciones campesinas. Según lo expuesto por el ministerio de (Turismo, 2020)

Turismo cultural

Recursos culturales y su valor atrae al turista local y provecha los recursos del patrimonio cultural de la Ciudad. Muestra nuestro patrimonio tangible e intangible. Un viaje turístico motivado por observa y comprender, disfrutar con elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales

La cultura es un mecanismo indispensable en los viajes, donde el visitante se motiva a conocer lugares mágicos y turísticos donde se encuentre el patrimonio material e inmaterial, con el interés de conocer otras culturas, gastronomía, artesanías, música, bailes. (Juan Ignacio Pulido, Manuel de la Calle, 2013)

2.2 Marco conceptual

Turismo: La actividad turística cuenta con un gran crecimiento económico y la inversión a nivel local, oportunidades de empleo, otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. (Morillo Moreno, 2011)

Mercado: Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de canje. (C., 2004)

Tareas agropecuarias: Es una actividad que el turista que visita a la empresa donde se vuelve en actor-espectador, por realizar las actividades agroturísticas.

Ecoturismo. Es una actividad de forma selectiva diferenciada donde se visita un área natural en específico, historia y cultura local.

Actividades productivas: Es una actividad que se complementa con el agroturismo, este proceso tiene que ver con actividades agropecuarias.

Sostenible: Las necesidades de la población actual y local, sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

Servicio: Las actividades que se lleva a cabo internamente una empresa

Producto turístico: El conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado.

Oferta: Productos, bienes, servicios, que se ofrecen en un mercado a un valor definitivo.

Factibilidad: Un producto turístico comunitario, que las directrices técnicas y necesarias para su ejecución que permita certificar la inversión.

Turismo comunitario: El turismo comunitario es una modalidad de operación, la oferta gestionada y controlada por la misma comunidad.

Turismo de aventura

Se relaciona las siguientes diferencias de producto tales como Deportes terrestres, Deportes fluviales, Deportes Aéreos.

Turismo agrícola

El turismo está compuesto por una comunidad receptora; una sociedad en transición, en continuo cambio, que se transforma día a día y que experimenta las consecuencias de los hechos del turismo, completada por un territorio, infraestructura, patrimonio, planta turística, pero sobre todo por la población local. (Aguilar, 2011).

2.3 Marco legal

Ministerio de turismo

Art. 12 según el artículo de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos;

Elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de turismo comunitario, cuya intención es brindar un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros

El Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y cultural de la región que se presta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones convenientes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los bienes derivados de la actividad turística.

2.4 Marco Ambiental

- (Marco normativo ambiental Ecuador, 2020) Un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente neutral y respetuoso de la diversidad cultural, ayuda a la conservación de la biodiversidad y ayuda a la regeneración natural del ecosistema, y testifique la satisfacción de las necesidades.

- La política de gestión ambiental se utilizará de carácter transversal y serán de necesario el cumplimiento por parte del Estado, tanto las personas naturales y jurídicas del territorio nacional.
- El Estado avalará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la organización, ejecución, y control de toda acción que genere impactos ambientales.

2.5 Variables

Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte.

2.5.1 Variables dependientes

Turismo agrícola

2.5.2 Variables independientes

Estudio de prefactibilidad

2.6 Operacionalización de las variables

2.6.1 Variable dependiente: Turismo Agrícola.

Tabla 1 *Turismo Agrícola.*

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumento
El agroturismo en Manabí cuenta con mucho potencial, dada la gran variedad productiva que poseen los suelos de esta provincia.	Comercialización	Nivel comercialización	¿Usted ha visitado lugares que ofrezcan turismo agrícola?	
	Turismo Agrícola	Nivel económico	¿De qué manera evalúa usted el nivel económico actual?	Encuesta dirigida a los habitantes de Portoviejo, que comprende edades entre los 18 y los 65 años
Modalidad de turismo se diferencia como una experiencia de visita a áreas naturales, historia natural y la cultura local.	Ecoturismo	Nivel de motivación	¿Le gustaría conocer los beneficios que da el agroturismo?	

2.6.2 Variable independiente: Estudio de Prefactibilidad.

Concepto	Categorías	Indicador	Ítems	Técnicas e instrumentación
Estudio de prefactibilidad es un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto.	Estudio de mercado	Cantidad de Beneficiarios	¿Le gustaría conocer los beneficios que da el agroturismo?	Encuesta dirigida a los habitantes de Portoviejo, que comprende edades entre los 18 y los 65 años
		Cantidad de demandantes	¿Usted ha visitado lugares que ofrezcan turismo agrícola?	
	Estudio técnico	Instalaciones físicas	¿Conoce usted lugares turísticos en el sector San Jacinto de Rocafuerte?	
	Estudio organizacional	% De estrategias implementadas por el personal	¿Qué atractivo turístico desea que tenga la empresa agrícola?	
	Estudio Financiero	% Ingreso	¿De qué manera evalúa usted el nivel económico actual?	

Tabla 2 *Estudio de Pre-factibilidad.*

Capítulo III

3 Marco metodológico

3.1 Plan de investigación

Es una herramienta muy útil en una investigación de este tipo, ya que permite conocer y analizar gustos, preferencias y necesidades de los turistas que visitan y visitaran una zona específica, y con esta información poder sacar conclusiones que determinan la pre-factibilidad del proyecto en cuanto a la demanda.

3.2 Tipos de investigación

“La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. (Carlos Sabino, 2020)

Nivel analítico

Se usará la investigación analítica para contrastar el objetivo principal del proyecto y proponer teorías que confirmen la viabilidad.

Nivel estadístico

Método se espera obtener, representar, analizar, interpretar, y proyectar por medio de variable numéricas los datos más relevantes a utilizar con el fin de demostrar su factibilidad

3.3 Fuentes de investigación

Fuentes primaria

Se recopiló información utilizando la técnica de encuestas, donde fueron encuestada 384 personas y con el fin de conseguir información confiable.

Fuente secundaria

Se recabo información de trabajos investigativos de universidades, tesis, información Ministerio de Turismo, información publicada en libros, artículos científicos.

3.4 Población

Estudiamos a los diferentes tipos de personas que gozan del turismo dentro de la provincia de Manabí, dentro de esta se estudió a la población económicamente activa que es 203.002 habitantes.

3.5 Tamaño de la muestra

El objetivo principal es que los resultados que se obtengan sean muy precisos, en donde se trabaja en un diseño muestral adecuado al estudio en el cual conocemos que la población económicamente activa es de 203.002.

El tamaño de la muestra se definió utilizando la siguiente formula.

$$n = \frac{N \cdot q \cdot p \cdot Z^2 \cdot x/2}{(N - 1) x^2 + Z^2 \cdot x/2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{203\ 002 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}{(203\ 002 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{194\,963.12}{507.50 + 0.9604}$$

$$n = \frac{194\,963.12}{508.4654}$$

$$n = 384$$

n= 384 personas a encuestar

Capítulo IV

4 Formulación del problema

Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector San Jacinto de Rocafuerte

4.1 Análisis e interpretación de resultados

1. Su interés por el turismo agrícola es:

Tabla 3

Turismo Agrícola.

Variable	Frecuencia	%
Alta	83	22%
Media	244	64%
Baja	57	15%
Total	384	100%

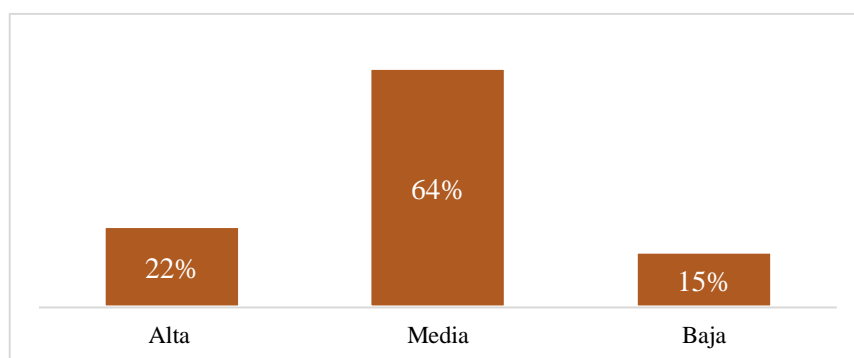


Figura 1. Turismo Agrícola.

Análisis: Del total de las personas encuestadas el 64% muestra un gran interés en el turismo agrícola **mientras** que el 22% muestra un interés medio y el 15 % muestra muy poco interés a dicho turismo.

Interpretación: Con los resultados obtenidos el proyecto de agroturismo puede elaborarse de manera correcta por el interés que muestra las personas en la provincia de Manabí, ya que dando a conocer dicho turismo el capital de la provincia aumentaría de forma masiva.

2. ¿De qué manera evalúa usted el nivel económico actual?

Tabla 4

Nivel Económico.

Variable	Frecuencia	%
Alta	83	22%
Media	72	19%
Baja	229	60%
Total	384	100%

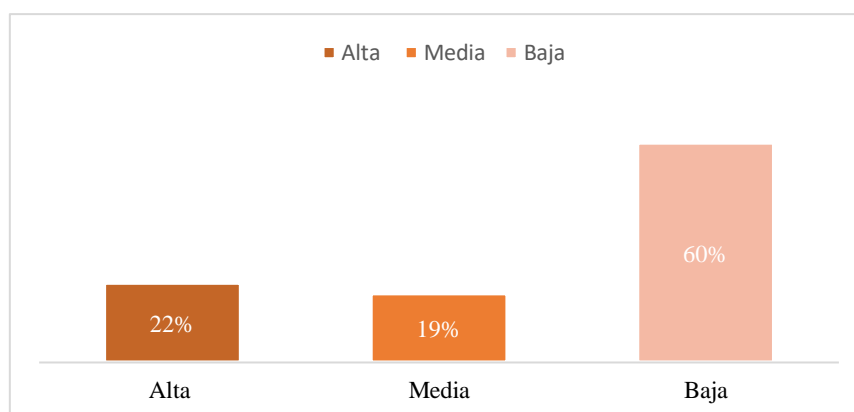


Figura 2. Nivel Económico.

Análisis. Del total de las personas encuestadas el 60% de las personas tienen un ingreso económico bajo el resto está entre 19% medio y el 22% alto.

Interpretación: Mediante estos resultados se determina que las personas tienen un ingreso económico bajo por lo cual es necesario elaborar precios muy accesibles, así la mayoría de las personas podrían invertir y disfrutar del turismo agrícola.

3. ¿Según su criterio, existen empresas dedicada al turismo agrícola en la zona de Rocafuerte?

Tabla 5

Dedicada al Turismo Agrícola.

Variable	Frecuencia	%
Si	96	25%
No	288	75%
Total	384	100%

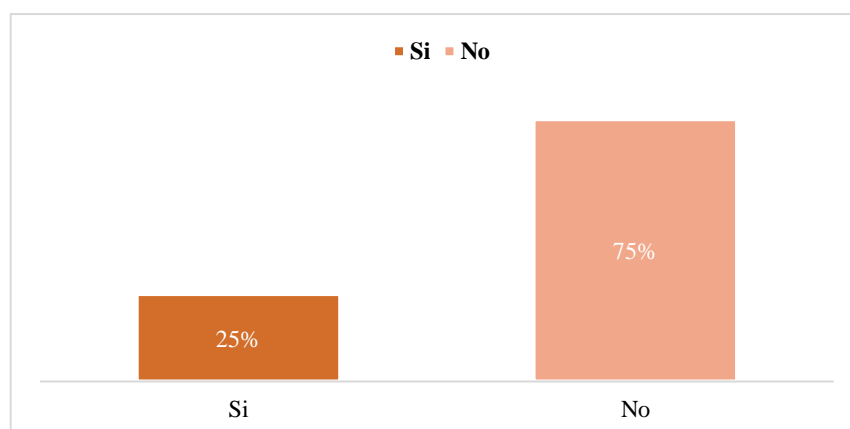


Figura 3. Dedicada al Turismo Agrícola.

Análisis.: El total de las personas encuestadas el 75% asegura que no conoce empresas de turismo agrícola mientras que el 25% restante si conoce.

Interpretación: En la provincia de Manabí las personas conocen solo áreas recreativas por lo cual es importante darles a conocer una nueva forma de turismo donde sea participes de nuevas actividades, así de esta manera se daría a conocer otros lugares como mucha actividades y nuevas gastronomías.

4. ¿Qué atractivo turístico desea que tenga la empresa de turismo agrícola?

Tabla 6

Atractivo turístico.

Variable	Frecuencia	%
Comidas tradicionales	272	71%
Caminatas largas	60	16%
Juegos tradicionales	52	14%
Total	384	100%

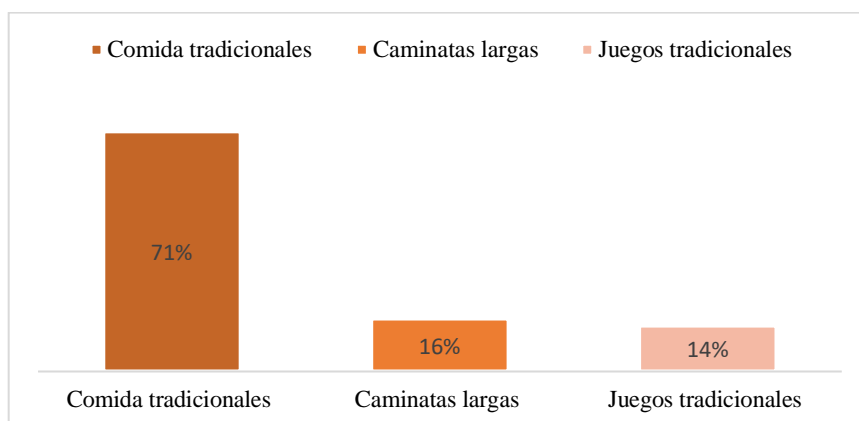


Figura 4. Atractivo Turístico.

Análisis: En las encuestas realizadas podemos observar que el 71% desea comidas tradicionales mientras que el 16% prefiere caminatas largas y para finalizar el 14% sugiere jugar a juegos tradicionales.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se demuestra que la mayoría de las personas prefieren comer algo tradicional y disfrutar de dicha comida antes que caminar o jugar.

5. ¿Le gustaría conocer los beneficios que da el agroturismo?

Tabla 7

Beneficios.

Variable	Frecuencia	%
Si	294	77%
No	90	23%
Total	384	100%

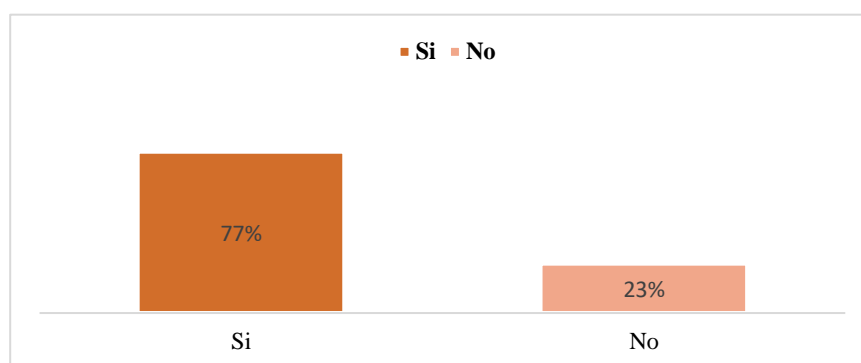


Figura 5. Beneficios.

Análisis: A través de las encuestas realizadas un 77% de la persona les gustaría conocer los beneficios y un 23% rechaza dicha propuesta.

Interpretación: Este proyecto de turismo agrícola dará a conocer las tradiciones y culturas de la zona a sus potenciales clientes además aprenderán diferentes procesos dentro de la empresa agro turística y una experiencia inolvidable.

6. ¿Conoce usted lugares turísticos en el sector San Jacinto de Rocafuerte?

Tabla 8

Lugares turísticos.

Variable	Frecuencia	%
Si	293	76%
No	91	24%
Total	384	100%

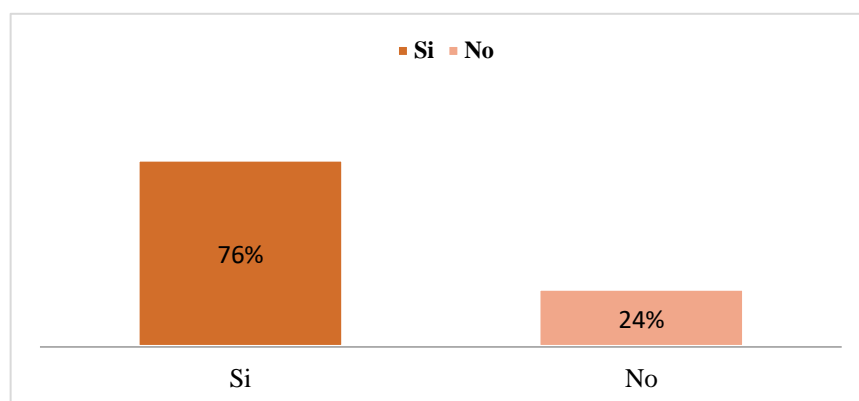


Figura 6. Lugares turísticos.

Análisis: Mediante el total de las personas encuestadas el 76% afirma conocer la existencia de atractivos turísticos en la región, mientras el 24% restante indica desconocer la existencia de los mismos.

Interpretación: Con los resultados obtenidos es indispensable aprovechar cada recurso y tradición de la zona san Jacinto de Rocafuerte con la finalidad de demostrar todas las oportunidades que tiene que ofrecer la zona.

7. ¿Usted ha visitado lugares que ofrezcan turismo agrícola?

Tabla 9

Ofrezcan Turismo Agrícola.

Variable	Frecuencia	%
Si	86	22%
No	298	78%
Total	384	100%

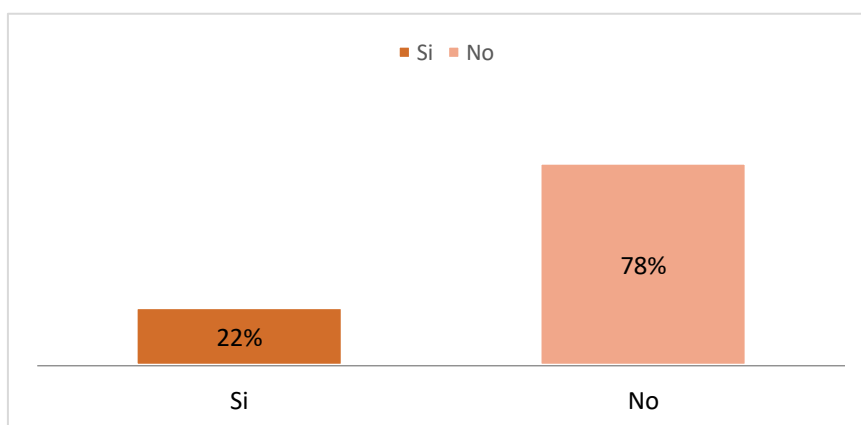


Figura 7. Ofrezcan Turismo Agrícola.

Análisis: En el siguiente gráfico podemos observar que el 22% de los entrevistados dijeron que sí mientras que el 78% respondieron que no.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos en la provincia de Manabí sus habitantes solo conocen turismo tradicional (playas), por lo que es importante desarrollar este proyecto ya que así se dará a conocer que existen nuevos turismos alternativos para la distracción de las personas.

8. ¿Considera usted que existe interés de los turistas locales por este tipo de destinos turísticos?

Tabla 10

Turistas locales.

Variable	Frecuencia	%
Si	96	25%
No	288	75%
Total	384	100%

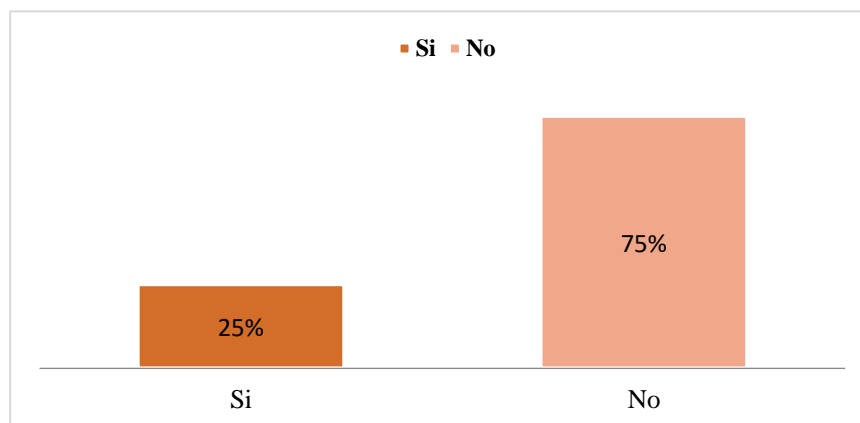


Figura 8. Turistas locales.

Análisis: Considerando el total de las personas encuestadas se afirma que el 25% si tiene el conocimiento y la existencia de este sector turístico sin embargo el 75% desconoce dicho sector.

Interpretación: Con los datos recolectados el sector de agroturismo se ve afectado por la falta de turistas locales, por tal razón es necesario realizar grandes publicidad y ofertas para que la gente se sienta atraída.

9. ¿Le gustaría participar activamente en proceso de preparación de comidas tradicionales Manabitas, junto a campesinos de la zona?

Tabla 11

Comidas Tradicionales Manabitas.

Variable	Frecuencia	%
Si	306	80%
No	78	20%
Total	384	100%

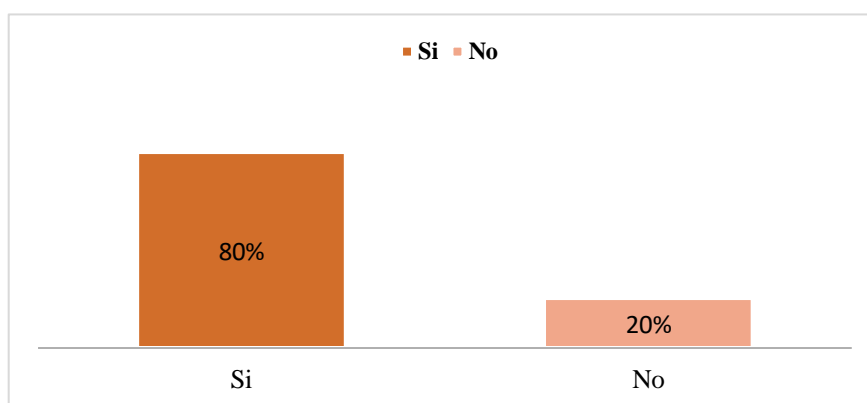


Figura 9. Comidas Tradicionales Manabitas.

Análisis: Examinando dichas encuestas se asegura que el 80% de los turistas están de acuerdo en participar en la preparación de la comida tradicional mientras que el 20% se niega.

Interpretación: En el sector del turismo agrícola uno de sus puntos más fuertes es que involucra a las personas dentro de sus actividades para poder conocer todos sus procesos gastronómicos.

10. ¿Le gustaría realizar paseos a caballo, como parte de la oferta de un destino turístico agrícola?

Tabla 12

Destino Turístico Agrícola.

Variable	Frecuencia	%
Si	323	84%
No	61	16%
Total	384	100%

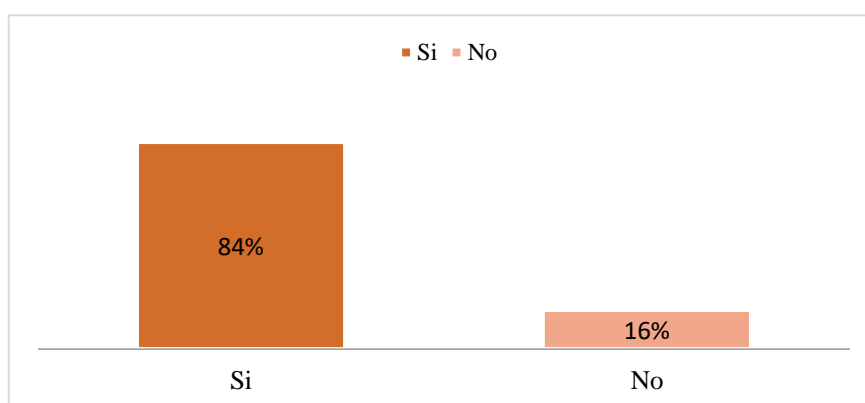


Figura 10. Destino Turístico Agrícola.

Análisis: En la siguiente encuesta podemos observar que el 84% de los turistas acceden a la posibilidad de realizar paseos en caballos no obstante el 16% se niegue hacer dicha actividad.

Interpretación: Según los datos agrupados se puede apreciar el interés sobre los paseos de caballos, ya que dicha actividad impulsaría bastante la economía del sector agrícola y ampliarían los recursos para añadir otras actividades relacionadas al turismo agrícola.

4.2 Estudio de mercado

El análisis del producto y la determinación de los clientes son parte fundamental para el desarrollo de un producto; el estudio de mercados tiene como objetivo establecer el aumento de bienes y/o servicios provenientes de la nueva unidad productora, que, bajo determinadas condiciones de precio y cantidad, la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades. Realizar el estudio de mercado en una empresa es fundamental para conocer las características de del producto de la competencia, el precio con el que puede competir y determinar su mercado objetivo.

Micro ambiente

El microambiente lo componen todos aquellos elementos con los que la empresa tiene que enfrentarse en el día a día durante su vida laboral. Los elementos básicos que componen el Microambiente de cualquier negocio se pueden agrupar de la siguiente forma:

- Clientes
- Competidores
- Proveedores

El análisis de los clientes conlleva el estudio tanto de todos aquellos usuarios habituales de los servicios que se propone ofrecer, como de los posibles clientes potenciales a los que se optaría una vez comenzada la actividad empresarial.

Consumidores

El servicio que brinda la empresa turismo agrícola está dirigido a los habitantes del cantón Portoviejo pertenecientes a una población económicamente

activa, que comprende edades entre los 15 y los 65 años pertenecientes a la zona urbana con el poder adquirir algún tipo de servicio que les permita mejorar su estilo de vida, como es el caso de poder disfrutar de un ambiente natural.

Los consumidores que se interesan por este tipo de actividades son como las escuelas, universidades, los ancianos, personas con algún tipo de discapacidad y además de que los precios son bastante asequibles para cualquier individuo trabajador medio, muestran interés por conocer lugar que mitigue el estrés y las tensiones a los que someten las grandes ciudades y, en definitiva, por la posibilidad de degustar platos auténticos y tradicionales.

Proveedores

Los proveedores son los encargados de la distribución de los materiales e insumos que requiere el establecimiento con el fin mejorar cada uno de sus servicios que ofrece, entre los principales proveedores están los siguientes:

- **Manta Travel.** - será la encargada de armar paquetes turísticos, está ubicado en la ciudad de Portoviejo.
- **Distribuidora Ceballos.** - se encarga de proveer productos de primera necesidad como: aceite, salsa de tomate, mayonesa, mostaza, huevos, maní, queso, está ubicado en la ciudad de Portoviejo.
- **Mega Flipper.** - se encarga de proveer todo tipo de marisco y pescado al establecimiento, está ubicado en la ciudad de Portoviejo.
- **Yangzhou Camilly Outdoor Products Co., Ltd.**- se encarga de proveer las tiendas de campaña.
- **Alfa-carpas.** - Alfa-carpas Quito Ecuador tiene una filosofía de superación en el servicio y calidad de sus productos, atiende oportunamente sus clientes

de carpas en Ecuador, con el propósito de generar satisfacción a los clientes tanto en servicio como encosto-calidad.

- **Delta plastic:** Es una empresa fundada en 1969, especializada en la producción de envases plásticos, preformas PET, tapas y agarraderas. Los productos y servicios cumplen con las normas internacionales de calidad, gracias a que cuentan con personal altamente capacitado, maquinarias de última tecnología y uso de materias primas de óptima calidad.

Competidores

Portoviejo, la capital manabita es un cantón netamente turístico, considerada como uno de los puntos llegan más turistas a conocer cada una de las actividades que se desempeña la provincia.

Competidores directos

- Hacienda Manantiales del Roció

Este competidor directo está ubicado 20 minutos de Puerto Cayo y a una hora de Montecristi, esta hacienda se divide en 3 secciones Ruta del café, Ruta de la Caña de Azúcar, Ruta del Cacao,

Competidores indirectos

- Finca Agroturística Paraíso Bajo la Luna

Viene hacer un competidor indirecto porque el establecimiento que se va crear va ser dentro del mismo, porque ofrece cosas similares de las que se va ofrecer la empresa de turismo agrícola.

Macro ambiente

El Macro-ambiente es todo aquello cuya organización de trabajo no varía excesivamente con el paso del tiempo, pero que cuando esto sucede las acciones ocasionadas pueden sobresaltar a la demanda del producto o servicio de forma suficiente demostrativa, esto es lo que acontece en la actualidad dónde la actividad turística en Ecuador se mantienen equilibrada con un importante desarrollo de idoneidad en los últimos años y que la sostenibilidad han incubando los nuevos líderes turísticos mundiales fundamentados en la innovación. Es preciso, abordar medidas que activen un punto de inflexión, deteniendo el declive y activando un crecimiento sobre las bases sólidas que permitan certificar el liderazgo y la competitividad de nuestro guía. Estos factores son los que forman el entorno de la empresa y son: factores tecnológicos, económicos, políticos y demográficos.

Factores tecnológicos

Ecuador considerado como un país de poca innovación tecnológica por ese motivo se presenta dificultades en el mercado y dentro de la industria es primordial analizar las tecnologías para la comunicación.

Dentro de la implementación de tecnología que se va utilizar:

Realidad virtual

Se utilizaría para mostrar a los turistas como va pasar su día dentro de la empresa, y viendo las actividades que realizarían, para así despertar interés y gana de visitar el lugar y su vez que se familiaricen como es el destino que van a visitar.

Atención automatizada

Esto serían los chatbots que facilita la atención al viajero y así aclarar todas las dudas de los clientes potenciales. Esto es un software capaz de responder a una conversación real.

Factores económicos

En el Ecuador se puede observar que el gobierno actual propuso una ley de fomento productivo y empleo neto, el cual incentiva a las empresas privadas a invertir dentro del país y a generar empleo, absolviendo así algunos años el pago al impuesto a la renta, según al sector al que correspondan lo cual resulta que tiene un gran beneficio el proyecto que avanza.

La economía de Ecuador, que enfrenta problemas que le han pasado a contraer deuda externa, creció en 0,4 % en el segundo trimestre de 2019 frente al mismo período de 2018, informó el Banco Central (BCE). Respecto al primer trimestre de este año, el crecimiento fue de 0,4 %. Dado a estos resultados, el Producto Interno Bruto (PIB) en el período de abril y junio de 2019 se situó en 17.988 millones de dólares", marcó la entidad en un comunicado. Gobierno Ecuatoriano en junio bajo un crecimiento económico de 1,4 % a 0,2 % para 2019. (universo, 2019)

Factores políticos

Lenin Moreno se ha desvalijado de todo ropaje "progresista", para ubicarse completamente a los gobiernos neoliberales de la derecha tradicional. La económica como el aumento de los combustibles, la noticia de "concesionar" las 21 empresas estatales al sector privado, las destituciones máximas de los trabajadores del sector

público y el acuerdo con el FMI para lograr créditos junto a otros organismos multilaterales. (LIT-CI, 2019)

Factores demográficos

La empresa estará ubicada dentro de la Finca Agro turística Paraíso Bajo la Luna donde viene a ser punto estratégico porque está a 5 minutos de Crucita y 20 minutos de Manta, perteneciente a San Jacinto de Rocafuerte siendo un proyecto innovador donde le brindara vida al sector en que se ubica generando fuente de trabajo y donde da conocer la cultura Manabí en sí.

Existen adicionalmente métodos de representación geográfica que permiten contar con evidencia para evaluar en qué medida la población tiende a concentrarse o dispersarse. El grado de concentración es mayor donde la población está poblando un punto y menor donde se encuentra igualmente distribuida.

4.2.1 La oferta

Ecuador apostó por el Turismo Consciente como una alternativa de turismo que trata de diferenciarse del turismo de masas, de sol y playa, que comparte la filosofía del turismo alternativo, del turismo accesible, del turismo sostenible y del turismo social. Se trata de un concepto que engloba la responsabilidad social, la sostenibilidad, el medio ambiente y lo ético. En este contexto, es importante tener en cuenta lo expuesto por (Àvila, 2005), quien señala que el modelo turístico de masas presenta una serie de problemas estructurales como la estacionalidad y la concentración espacial, producto de su adaptación a la situación socioeconómica y a una demanda cambiante. Dicha posición se apoya en lo señalado por (Martinez, 2004), con la aparición de un nuevo perfil de turista, más experimentado y que demanda una mayor calidad en la prestación de los servicios. En consonancia con

esta realidad, existe una demanda creciente de productos distintos a los tradicionales de sol y playa. Las distintas alternativas al turismo tradicional, como: el turismo urbano, el turismo cultural, el turismo religioso, el turismo gastronómico y el turismo rural tienen una tendencia de mayor demanda y crecimiento.

El Ecuador promueve el Turismo Consciente como una forma de turismo diferenciadora que le permita beneficiarse de los Mundos de Ecuador: “Galápagos, Costa, Sierra y Amazonía”. El Turismo Consciente se enfoca en el concepto de “Amar la vida”, que se define como: “Es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los volcanes de la paz, la amistad, el respeto y amor a la vida como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. El Turismo Consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. (Eddy Antonio, 2015)

4.2.2 La demanda

El turismo ha tenido un continuo crecimiento y profunda diversificación, hasta convertirse en una industria más dispuesta en la economía mundial. Ecuador, de turistas aumentaron un 14% en el 2019 con relación al año anterior.

(Subsecretaría de Gestión y desarrollo, 2019)

Datos importantes del turismo en el Ecuador

Llegada de extranjeros al país 2018	1'617.914
-------------------------------------	-----------

Fuente: Ministerio de Turismo

Gasto promedio por turista 2018

USD 1.283,69

Fuente: Ministerio de Turismo

La demanda actual es estimada con base a la pregunta uno de la encuesta realizada, donde el 22% de personas de la ciudad de Portoviejo donde su interés por el turismo agrícola. Tomamos en cuenta a la población de Portoviejo.

Demanda actual 203.002* 22%

Demanda actual 44.660 habitantes

Motivo que el producto interno bruto aumentará en estos próximos años a una tasa de 0.9% según las influencias de crecimiento de 2019 América Latina y el Caribe, la demanda total estimada es:

Tabla 13*Demanda de Habitantes.*

Año	Demanda
0	44660
1	45062
2	45468
3	45877
4	46290
5	46707

4.2.3 Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. Esta demanda proviene de la demanda total del mercado, para su cálculo se tomarán los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Para determinar la demanda insatisfecha se aplicará el método cuantitativo, donde se busca encontrar un segmento de mercado para obtener un porcentaje en donde se va tomar en consideración la pregunta 3 de la encuesta: **¿Según su criterio, existen empresas dedicada al turismo agrícola en la zona de Rocafuerte?** En la que se obtiene un porcentaje de 75 % que estima que es bajo ya que las empresas no se dediquen a ese tipo de turismo.

Tabla 14

Demanda Insatisfecha.

Demanda insatisfecha =	Demanda actual
Demanda Insatisfecha =	44.660* 75 %
Demanda Insatisfecha =	33.495 habitantes

Es así como se obtiene una demanda insatisfecha de 33.945 habitantes, para detectar un verdadero nicho de mercado, que será el mercado clave donde debe llegar la empresa, con la aplicación de estrategia de marketing se considera la pregunta 3 del estudio de mercado **¿Le gustaría conocer los beneficios que da el agroturismo?** En la que se obtiene una respuesta de 77% que manifestó que le gustaría conocer los beneficios.

Tabla 15

Estimulación de la demanda a atender (Nicho).

Nicho de mercado =	Demanda insatisfecha * factor
Nicho de mercado =	33.495 * 77%
Nicho de mercado =	34.388 habitantes

4.2.4 Producto

El objetivo principal del proyecto de crear una empresa de turismo agrícola dentro de la empresa ya creada “Paraíso Bajo la Luna”.

Se brindará servicios como:

- Camping nocturno
- Comidas típicas
- Juegos tradicionales
- Paseo a caballo
- Caminatas largas
- Yogurt casero

Paseo a caballo

Los clientes tienen la posibilidad de alquilar los caballos para andar dentro de la finca y conocer diferentes partes de esta.

Camping nocturno

Dentro de los paquetes estará la posibilidad de dormir bajo las estrellas para poder apreciar las constelaciones.

Yogurt casero:

Los clientes podrán adquirir nuestro yogurt de diferentes sabores con diferentes tipos de envases.

Caminatas largas

Los clientes tendrán un recorrido dentro de la finca, donde observa los frutos típicos de la zona.

Comidas típicas

Donde podrá participar en la preparación y degustación de la misma

Juegos tradicionales

Juegos típicos como: caña ensebada, bailes tradicionales donde puede participar, el ensacado, etc.

4.2.5 Precio

Para la establecer los precios de los servicios que ofrece la empresa de turismo agrícola, se tomó como referencia los pocos establecimientos que brindan estos servicios. Se proponen 1 paquete, cual se detalla a continuación:

Tabla 16*Plan de Servicio (Precio).*

Paquete # 1

Tendrá un costo de \$65 dólares, donde obtendrá la experiencia de todas las actividades que brinda la empresa como: camping nocturno, pase a caballo, participar en la preparación de comidas tradicionales, caminatas largas.

4.2.6 Comercialización

Para hacer llegar el producto turístico al mercado meta, los tipos de canales de distribución más frecuentes son:

- **Canales tradicionales:** Las agencias de viajes minoristas o mayoristas y tour operadores. En este caso, habría que localizar aquellas agencias especializadas en turismo en espacios rurales.
- **Canales alternativos:** Son canales informales muy adecuados para el turismo en espacios rurales. Muchos de ellos no son distribuidores de productos turísticos, pero sirven para tal fin mediante sus páginas web, revistas y boletines corporativos.
- **Internet:** El internet constituye un importante canal de distribución a clientes de cualquier parte del mundo, por lo que se implementará una central de reservas online, de esta manera facilitar la distribución de los productos.
- **Agencias de viajes y operadoras de turismo:** La distribución de los productos se realizará mediante las agencias de viajes y las operadoras de

turismo, debido a que están en constante contacto con los clientes y además las operadoras de turismo arman paquetes turísticos

El logotipo representa a un hogar, a través de la cabaña, donde refleja la tranquilidad en donde se puede descansar y disfrutar de momentos únicos en compañía de amigos o familiares, se busca representar un concepto de armonía, sus colores coinciden con los mismo que se encuentran en el medio ambiente, eso es lo que se busca transmitir, un reflejo de lo que el campo tiene para ofrecer.



Figura 11. Logotipo Finca Agroturística Amelia.

4.2.7 Promoción

La promoción de los productos se realizará mediante publicidad y medios que tiene como objetivo dar a conocer lo que se ofrece, donde se utilizarán las siguientes estrategias:

Redes sociales

Las redes sociales utilizadas para la promoción de los productos ofertados, serán Facebook e Instagram. Se creará una cuenta y una página en Facebook y una cuenta en Instagram, luego de conectarán estas dos redes sociales, con el fin de ahorrar tiempo en la gestión de las mismas.

Página web

La promoción de los productos ofertados se realizará mediante una página web que contendrá información, fotos y promociones de los productos, además presentará el acceso a la central de reservas y links a las redes sociales. A continuación, se muestra el dominio que tendrá:

www.fincaagroturisticaamelia.com.ec.

Televisión

Con respecto a la promoción a través de televisión, por el momento no se hará uso de este medio, debido a su alto costo.

Trípticos

La promoción de los productos también se realizará a través de trípticos que serán distribuidos en las agencias de viajes, operadoras de turismo como Manta Travel, Alivel Travel, escuelas y colegios de la ciudad de Portoviejo.

4.3 Estudio Técnico

La realización de este proyecto está dirigido a cumplir varios objetivos, dentro de los que encuentra determinar el tamaño del proyecto desde puntos técnicos y financieros y fijar la localización adecuada para el proyecto.

4.3.1 Dimensión y característica del mercado

Para un proyecto de prefactibilidad de Empresa de turismo Agrícola, se define la dimensión del Mercado desde un punto de vista geográfico, al momento de hablarse del lugar de residencia de la empresa desde el punto de vista del macro y microentorno.

4.3.1.1 El tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño del estudio se toma en cuenta aspectos como la demanda, el requerimiento de inversiones, la tecnología con que cuente el sitio y el financiamiento del mismo.

Demanda

La demanda potencial para el presente proyecto es de nivel media con el porcentaje del 60%, la cual se observa que este factor no es un limitante para el tamaño propuesto.

Requerimiento de inversiones

El proyecto se instalará en un lugar que cuenta con (15 hectáreas de terreno), y las facilidades para la instalación de infraestructura para el desarrollo del proyecto, por lo tanto, este factor tampoco se muestra como un impedimento para la ejecución del proyecto.

Tecnología y maquinaria

Los recursos tecnológicos que se utilizarán en el proyecto se encuentran disponibles en el entorno, esto es equipos de cocina (horno de leña), amueblamiento para dormitorios, implementos deportivos e instrumentos para la agricultura, además de contar con el personal capacitado, que junto con el personal que realiza las actividades agrícolas explique cada una de las actividades que serán ejecutadas. Cada cabaña moderna (con paneles solares) contara con WI-FI para todos nuestros clientes con la finalidad de estar conectado con el exterior.

Financiamiento

Se pretende financiar el proyecto con líneas de financiamiento mixtas, un porcentaje con recursos ajenos y otro con recursos propios. Los ajenos se proponen financiar con recursos de la Corporación Financiera nacional (CFN), que en la actualidad es una banca de primer piso que dispone de líneas de financiamiento apropiadas para la actividad a realizar también se utilizará el apoyo de la Cooperativa 15 de abril como recurso para el proyecto.

4.3.1.2 Distribución en planta

La Distribución en planta dentro del proyecto de creación de una empresa dedicada al turismo agrícola tiene como objetivo invertir principalmente en integrar los diversos factores que afecten la distribución al momento que se generará el servicio ofertado.

4.3.1.3 Layout

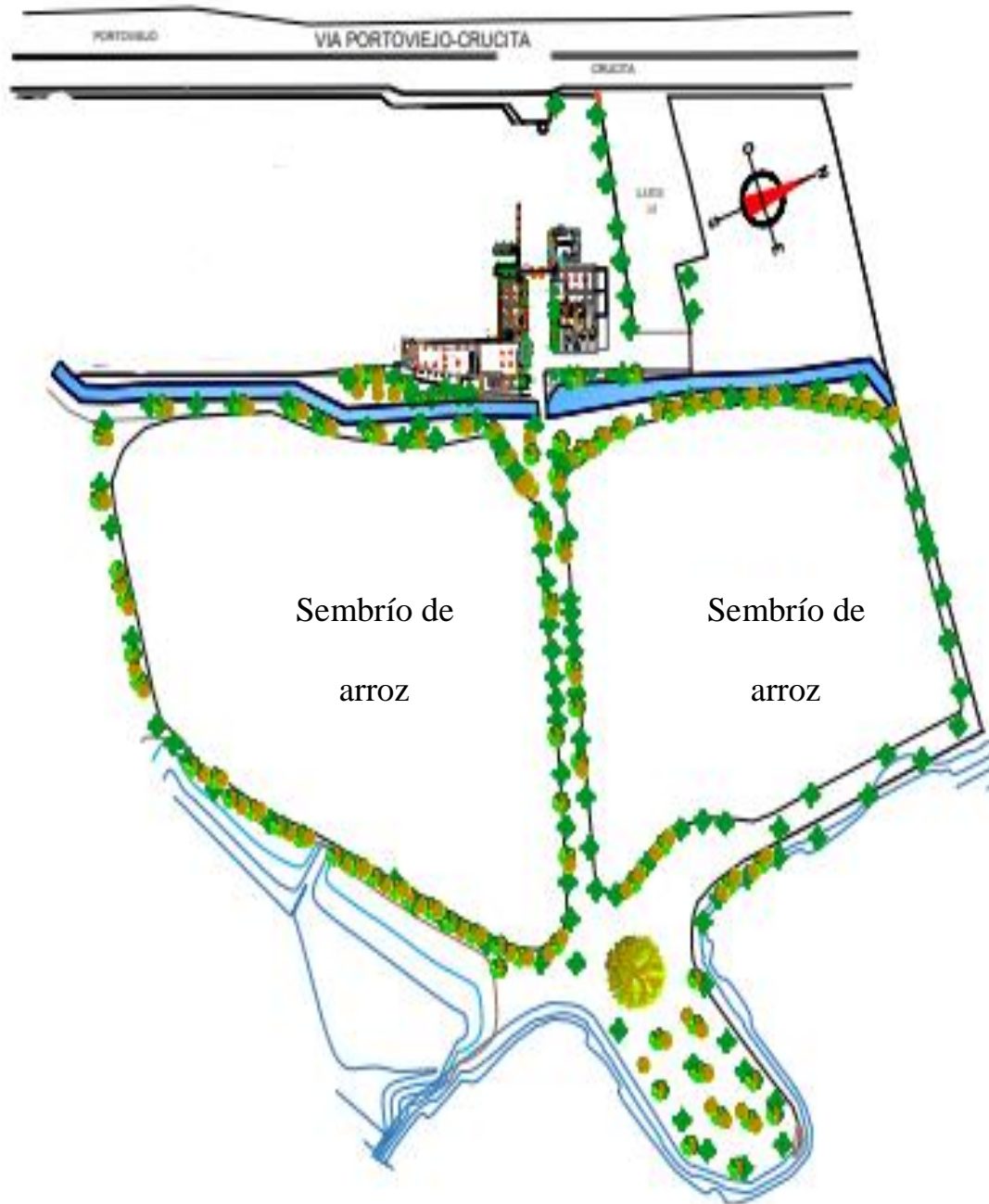


Figura 12. Recorrido Turístico.

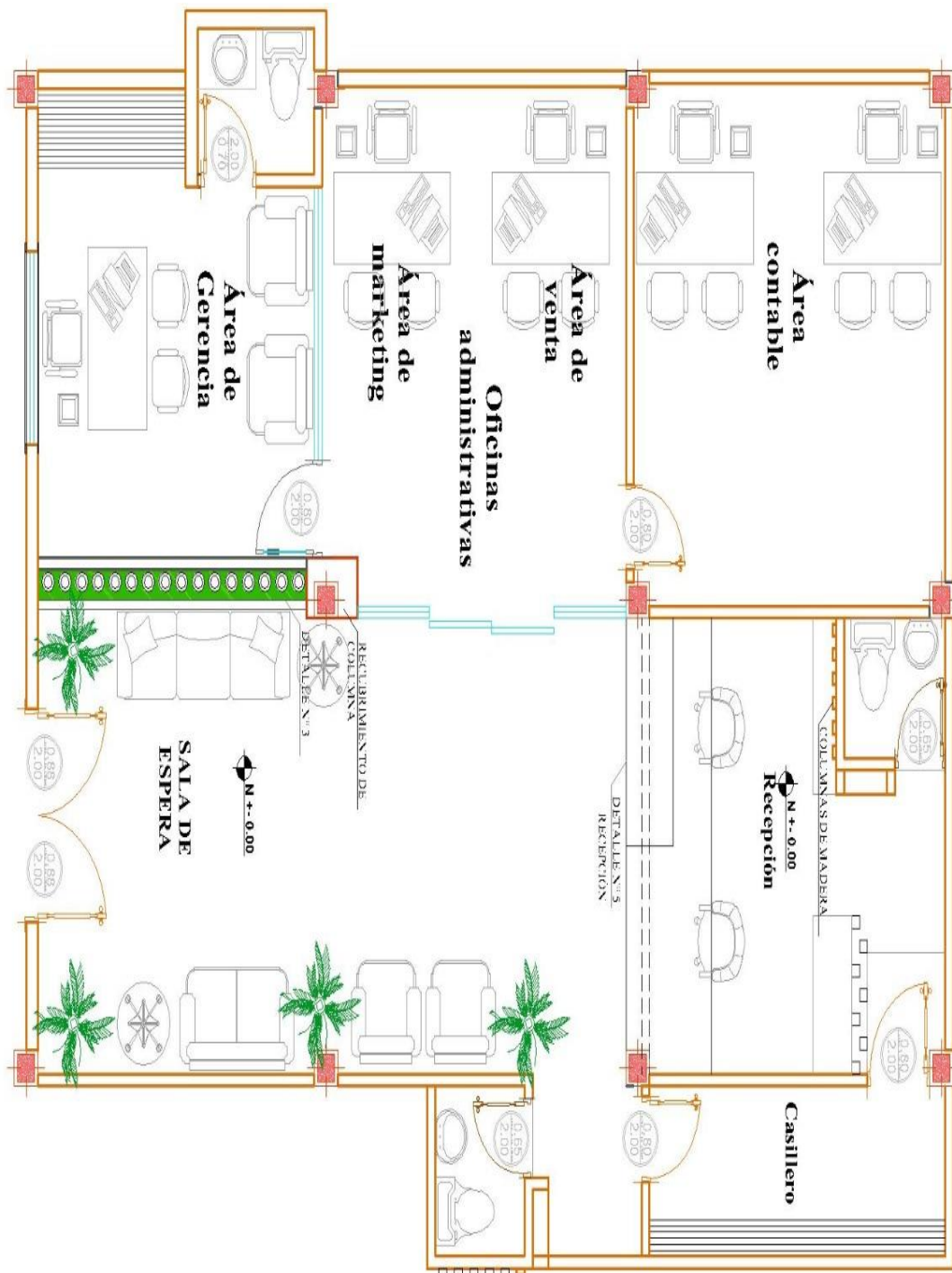


Figura 13. Planta Arquitectónica.

Localización del proyecto

Se refiere al lugar o lugares donde la empresa es potencialmente rentable.

4.3.1.4 Localización macro del proyecto

Se refiere a la ciudad donde se irá a ubicar la empresa de Turismo Agrícola, ésta sería en el km 21 vía Crucita, en la provincia de Manabí.



Figura 14. Mapa de la Provincia de Manabí.

4.3.1.5 Localización micro del proyecto

Al referirse a localización Micro, se habla de un lugar exacto donde el cliente podrá encontrar la empresa ya establecida, para Empresa de Turismo Agrícola la Localización Micro sería la dentro de la Finca Turística Paraíso Bajo la Luna.



Figura 15. Localización Micro del Proyecto.

4.3.2 La tecnología del proceso productivo

Los recursos tecnológicos que se utilizarán en el proyecto se encuentran disponibles en el entorno:

- Equipos de cocina (horno de leña)
- Maquinaria para trasladar los productos cosechas

Leña para la fogata

4.3.3 Ingeniería del proyecto

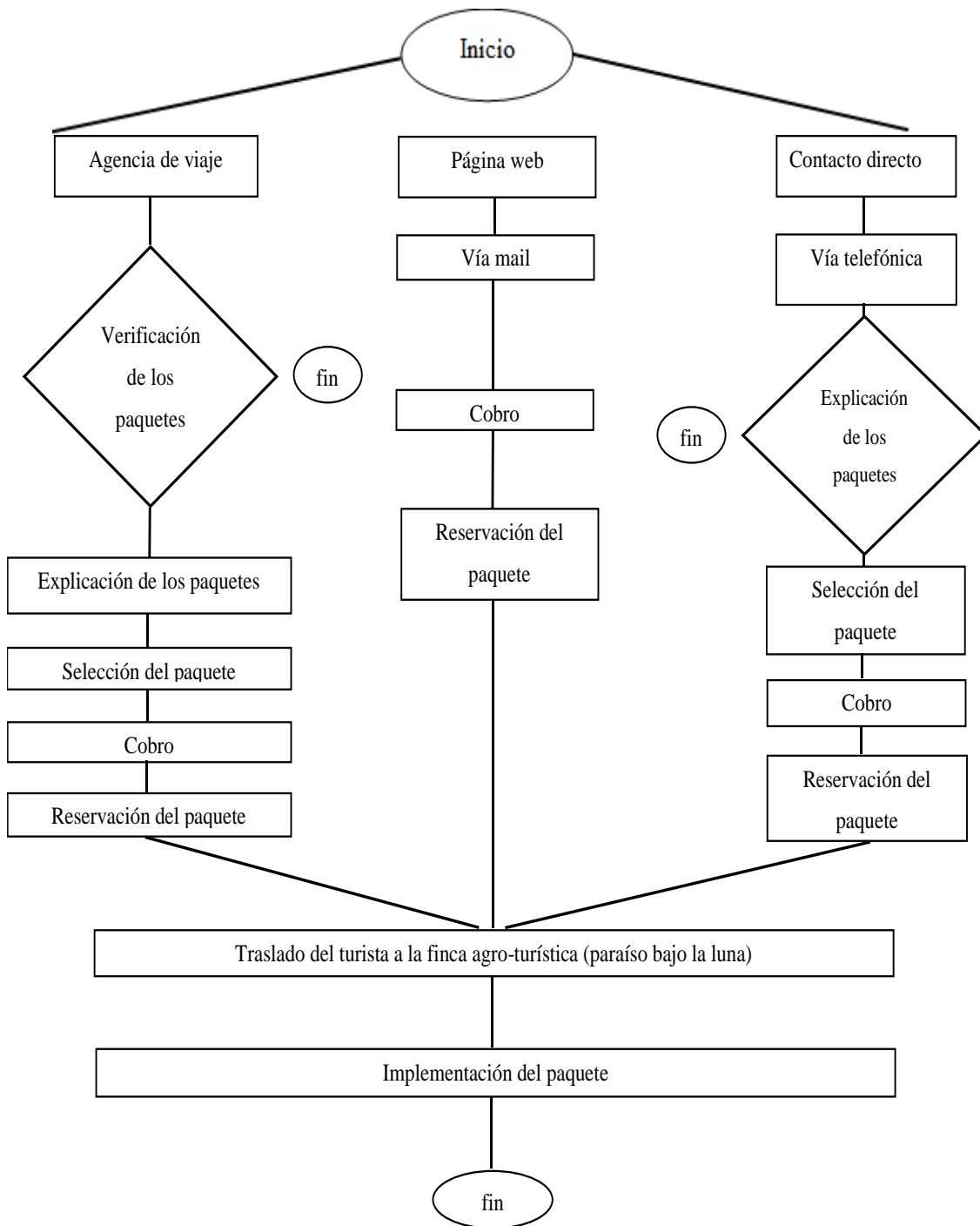


Figura 16. Ingeniería del Proyecto.

4.3.3.1 Muebles de oficina

Tabla 17

Cuadro de Inversión 1.

Cantidad	Detalle	Precio Unitario
2	Mueble de recepción	\$ 700,00
2	Escritorio gerencial	\$ 650,00
1	Silla gerencial	\$ 170,00
2	Escritorios básicos	\$ 400,00
2	Silla escritorio básico	\$ 180,00
	Total	\$ 2.100,00

4.3.3.2 Equipo de oficina

Tabla 18

Cuadro de Inversión 2.

Cantidad	Detalle	Precio Unitario
2	Computadora Pc Hp Intel Core I7 4.7 9na 1tb 8gb+16	\$ 1.910,00
2	Aire Acondicionado LG Smart Inveter 12000 Btu	\$ 1.020,00
1	Canon Cámara Profesional T7 24.1mp Lente 18- 55mm Wifi Nfc	\$ 700,00
1	Sistema contable	\$1.200,00
	Total	\$ 4.830,00

Mano de obra

Tabla 19

Mano de Obra.

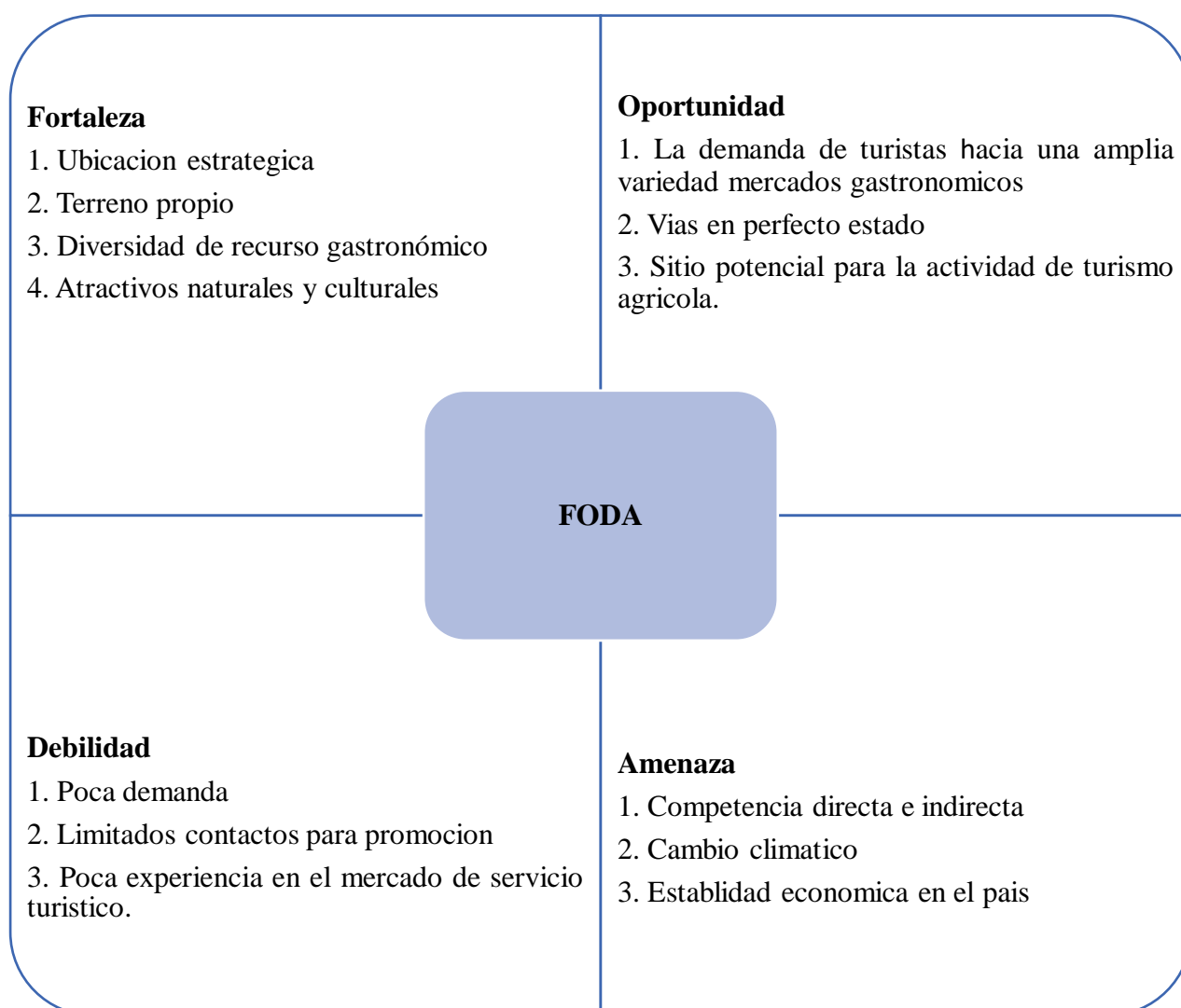
Cargos	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Fondo	Costo mensual	Costo anual
					de reserva		
Chef	\$ 844,00	\$ 70,33	\$ 33,33	\$ 94,11	\$ 70,31	\$1.112,08	\$13.344,93
Auxiliar de Chef	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 55,75	\$ 41,65	\$ 672,40	\$ 8.068,80
Servicio al cliente	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 44,60	\$ 33,32	\$ 544,59	\$ 6.535,04
Gerente	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 33,33	\$ 100,35	\$ 74,97	\$1.183,65	\$14.203,84
Contador	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 66,64	\$1.055,84	\$12.670,08
Guía turístico 1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 44,60	\$ 33,32	\$ 544,59	\$ 6.535,04
Guía turístico 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 44,60	\$ 33,32	\$ 544,59	\$ 6.535,04
Total	\$ 4.244,00	\$ 353,67	\$ 233,33	\$ 473,21	\$353,53	\$5.657,73	\$67.892,77

4.4 Estudio administrativo

4.4.1 Formulación estratégica

Tabla 20

Análisis Situacional.



Fortaleza

- Es una ubicación estratégica por que la finca se encuentra a 5 minutos de Crucita y 20 minutos de Manta.
- Para el proyecto se cuenta con un terreno propio y amplio para el desarrollo del mismo.
- Se encuentra variedad de frutos y una cultura sumamente confortable en donde se puede estar en compañía de amigos o familiares.

Oportunidades

- Actualmente existe una demanda de turistas que les gustan conocer nuevos atractivos turístico donde se degustará de comidas totalmente tradicionales del lugar que visiten.
- Se encuentra ubicado en un punto estratégico para poder desarrollar las actividades de turismo agrícola.

Debilidades

- Escasa existencia de demanda por el hecho de proponer un modelo de negocio nuevo en el mercado turístico.
- No se cuentan con alianzas estratégicas que aceleren el proceso de difusión de los servicios ofertados.

Amenaza

- Dado a la encuesta se realizada se dio a conocer que existe una competencia netamente directa que sería hacienda el Roció que ofrece similares servicios, la competencia indirecta sería la Finca turística Paraíso Bajo la Luna.

- El clima es un factor externo de que no se tiene control y en ciertas épocas es bastante impredecible, las lluvias dañan el Sendero del recorrido por ser de tierra, hacen muy difícil la caminata y puede ocasionar accidentes por la poca consistencia del suelo.
- Ecuador junto algunos países latinoamericanos están viviendo una situación poco estable en el sentido económico, por lo que se debe tener presente el impacto socioeconómico de las futuras medidas económicas que toma el país para sobrellevar la crisis financiera.

Valores corporativos

Respeto

En la Finca Agroturística **Amelia** se valora y reconoce a las personas. Se propicia el buen trato y un excelente clima laboral dentro y fuera de la empresa.

Excelencia

La Finca Agroturística **Amelia** se esfuerza por alcanzar los mayores estándares de desempeño y calidad en el servicio para contribuir con el bienestar y confort del Cliente y con los objetivos de la empresa.

Sabiduría sinónimo de humildad

En la Finca Agroturística **Amelia** se recibirán sugerencias y opiniones que ayuden a mejorar los servicios; reconocer las debilidades para comprometerse a aprender de ellas.

Responsabilidad

La Finca Agroturística **Amelia** es responsable del bienestar, tranquilidad y buena atención de los clientes; siendo responsables a su vez, del desarrollo de la Empresa; ambos ligados estrictamente para así lograr una sinergia positiva entre un buen crecimiento social, económico y ambiental.

Misión

Nuestra misión es brindar en el cantón Rocafuerte un agroturismo en favor del desarrollo rural sostenible como base para un desarrollo social más equitativo ofreciendo productos y servicios turísticos encaminados hacia la concienciación de las actividades agrarias y gastronómicas.

Visión

Ser líderes en calidad de servicio como empresa Agro turística en Manabí, contribuyendo en promocionar las riquezas tradicionales a nivel nacional.

Tabla 21

Objetivo Estratégico.

Perspectiva	Objetivo	Meta Del Objetivo
Perspectiva de procesos.	Aumentar el número de visitantes.	Elaborar publicidad llamativa con el objetivo de aumentar un 10% de venta de nuestro paquete turístico.
Perspectiva cliente.	Cumplir las expectativas del cliente	Para el 2021 obtener una tasa alta de satisfacción 100%
Perspectiva financiera.	Reducción de gastos innecesarios	Para el 2021 tener una rentabilidad sumamente satisfactoria.
Perspectiva de talento humano.	Mejoramiento del rendimiento.	Capacitar y evaluar al personal con objetivo de aumentar un mayor desempeño.

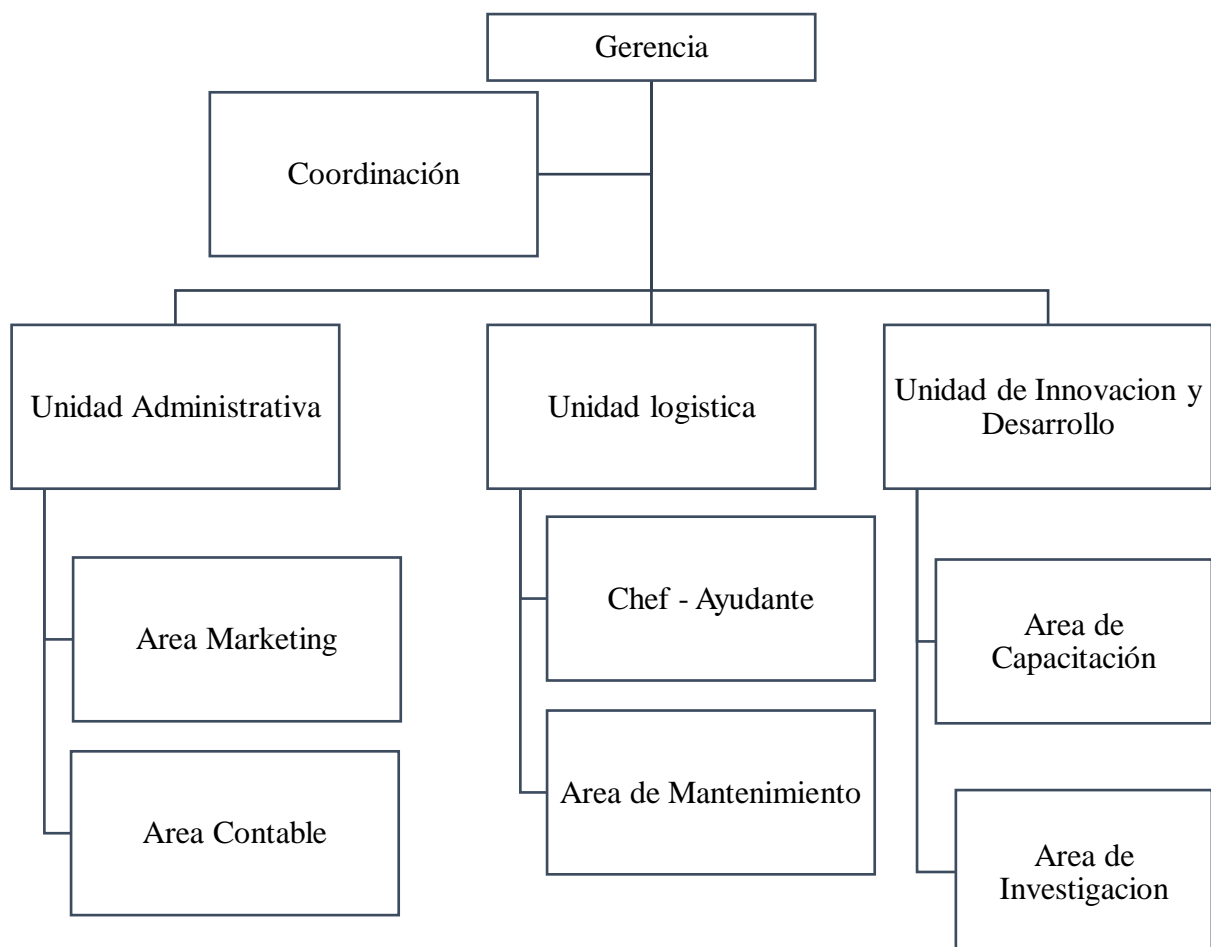
Estrategia empresarial

El plan estratégico empresarial diseñado para el proyecto dar a conocer el turismo rural dentro de la provincia de Manabí con el objetivo de captar visitante nacionales e internacionales que vengan a vivir de una experiencia tan acogedora como innovadora llevándose una satisfacción única de los servicios ofrecido como la gastronomía manabita, juegos tradicionales y las demás actividades incluidas

4.4.2 Organigrama

Tabla 22

Organigrama.



4.4.3 Función de talento humano

Gerencia

La Gerencia coordina cada una de las actividades de forma eficiente, eficaces con el fin de hacer cumplir con cada una de las actividades a los distintos jefes de los departamentos.

Objetivo

- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo con el fin de analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Perfil de cargo

- Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa.
- Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo.

Coordinación

Cargo de Coordinador Administrativo perteneciente a la Línea de Gestión Transversal y cuya misión es coordinar, ejecutar y controlar las actividades administrativas necesarias para el normal funcionamiento de la Compañía, facilitando la contratación, remuneración y administración general de los recursos humanos, procesando y canalizando debidamente la documentación requerida y los recursos económicos necesarios para la ejecución de los proyectos, las actividades y las tareas propias de cada cargo.

Objetivo

- Coordinador Administrativo se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de análisis de los asuntos administrativos de la compañía.
Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza.

Perfil de cargo

- Realiza el seguimiento de tareas y proyectos
- Planifica acciones para evitar errores y cumplir todos los pasos establecidos
- Toma tiempo para explicar a la gente que necesita los pasos a seguir, los tiempos estipulados, los recursos disponibles y las responsabilidades asignadas

Área marketing

Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar eficientemente el sistema comercial, diseñando estrategias que permitan el logro de los objetivos empresariales, dirigiendo el desarrollo de las actividades de marketing y las condiciones de venta de los servicios postales y afines, una base importante en marketing online, optimización SEO, búsqueda de keywords, creación de descargables y además debe ser ágil con las nuevas tecnologías.

Objetivo

La principal meta del área comercial es vender, pero para lograrlo es necesario cumplir con objetivos complementarios. El éxito de tu fuerza de negocio dependerá de la correcta definición de estos. Crear y captar valor en el consumidor.

La lealtad del cliente, crear una relación valiosa con los clientes que tenga la consecuencia de que sigan comprando tu producto o servicio.

Perfil de cargo

- Definición de objetivos comerciales
- Atracción de clientes y trato con los mismos
- Diseño de estrategias de venta
- Resolución de crisis
- Investigar
- Planificación
- Implementación
- Feedback y monitorización

Área contabilidad

Se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad.

Objetivo

- Supervisar y coordinar el registro contable de las operaciones, así como la elaboración de los estados contables y liquidaciones tributarias, en el marco de la normativa vigente.

Perfil de cargo

- Debe registrar y controlar los recursos financieros provenientes del calendario financiero presupuestal, los que otorgan las instituciones para el desarrollo de proyectos de investigación, así como los ingresos de donativos provenientes de dependencias y entidades del sector público, privado o social.

Chef – ayudante

Para que la cocina de un restaurant opere a la perfección intervienen varios elementos, entre ellos y el más importante es la función que desempeña cada chef que integra la brigada de cocina, pues no todos tienen los mismos roles y jerarquías.

Objetivo

Responsable de la producción de alimentos, planificar los menús, manejo de presupuesto e incluso de la contratación y capacitación del personal de cocina.

Un Chef ejecutivo cuenta con una formación culinaria y tiene al menos 8 años de experiencia gastronómica.

Perfil de cargo

- Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión.
- Ser capaz de organizarse y tomar decisiones con rapidez.
- Tener una visión de la profesión a largo plazo, ya que la formación puede ser muy larga (es probable que solo se proceda a trabajar con aspectos más creativos de la cocina después de adquirir suficiente experiencia previa).
- Poseer habilidades para el trabajo en equipo.
- Poseer buenas habilidades comunicativas.

- Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos.
- Ser capaz de seguir los estándares en higiene y seguridad alimentaria.
- Ser capaz de ceñirse al presupuesto

Área de mantenimiento

El Departamento de Mantenimiento se encarga de proporcionar oportuna y eficientemente, los servicios que requiera el Centro en materia de mantenimiento preventivo y correctivo a las instalaciones.

Objetivo

Operar y mantener en óptimas condiciones la infraestructura, instalaciones, equipamiento y mobiliario.

Perfil de cargo

- Lograr la máxima disponibilidad de la infraestructura instalada.
- Preservar la calidad del servicio y el valor de esta infraestructura evitando el deterioro prematuro.
- Conseguir lo anterior mediante la alternativa más económica posible.
- Minimizar los costos de mantenimiento.
- Minimizar los períodos de mantenimiento.

Área de capacitación

La capacitación es un proceso a través del cual se adquieren, actualizan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función laboral o conjunto de ellas.

Objetivo

- Fomentar el desarrollo integral de los individuos y en consecuencia el de la empresa.
- Proporcionar conocimientos orientados al mejor desempeño en la ocupación laboral.
- Disminuir los riesgos de trabajo.
- Contribuir al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las empresas

Perfil de cargo

- Velar por el cumplimiento del Programa Anual de Capacitación
- Coordinar las actividades de capacitación establecidas en Programa Anual de Capacitación
- Elaborar procedimientos para el Departamento de Recursos Humanos.

Área de investigación

El área de investigación y desarrollo reúne todos los procesos que, partiendo de una investigación básica o de una invención, aseguran su viabilidad.

Objetivo

- Comercialmente, la investigación y el desarrollo permitirá a la empresa diferenciar su oferta y crear más valor para el cliente.
- A nivel estratégico, el área de I+D permite a la empresa desarrollar su especificidad y diferenciarse de sus competidores.

Perfil de cargo

- Tecnología
- Protección de las innovaciones a través de patentes.

4.5 Estudio legal

Determinar la viabilidad del proyecto puesto en marcha, los Planes de Ordenamiento Territorial, normas afines con localización y los aspectos presupuestales, ambientales, uso de un patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación. (Departamento Nacional de Planificación , 2013)

Estructura legal del proyecto, la razón social será agroturismo de Manabí Compañía Limitada, el nombre comercial será Finca Agroturística. La patente del nombre comercial se requerirá en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Con respecto al registro del proyecto, se ejecutará dentro del departamento de turístico, debiendo cumplirse los siguientes requisitos:

Tramites

- En cuanto al trámite, el propietario o representante legal de la empresa agroturística cuyo registro gestiona el Ministerio de Turismo se reunirá con los funcionarios encargados de este proceso y verificará con ellos cada requisito.
- Luego de cumplir con los documentos proporcionados, los funcionarios aprobarán los documentos y coordinarán la fecha y hora para la evaluación empresarial.

- Una vez ingresado el expediente, se informará al supervisor de desarrollo o quien desempeñe esta función en la coordinación zonal del Ministerio de Turismo.
- El jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo.
- En cuanto a la evaluación, una vez receptada la documentación correspondiente, se procederá a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados en el domicilio del establecimiento, con la presencia del propietario, representante legal o administrador, gestión en la que se determinará: Actividad Turística, Tipo, Capacidad, Categoría, Dirección y Nombre del Propietario.
- Luego de la evaluación, se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento.

Requisitos

- Copia certificada de la Escritura de Constitución.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina de Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyente (R.U.C.).
- Copia de la cédula de identidad del Representante Legal.
- Copia de la última papeleta de votación del Representante Legal.
- Copia del Contrato de Compra Venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.

- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Copia de las escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Original y copia de la lista de precios de los servicios ofertados.
- Declaración de activos fijos para cancelación de uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Creación de empresas de turismo

Sector: Turismo y ocio.

Actividad: Servicios de turismo activo.

Forma jurídica: Sociedad Limitada.

Herramientas de promoción: Página web, banners en foros y webs, visitas comerciales. (Galàn, 2016)

Conclusiones.

- El estudio de mercado sirvió como base para establecer las estrategias de acción y promoción, tomando en cuenta el análisis de la demanda y la oferta.
- Se desarrolló el estudio técnico con la respectiva optimización de los procesos.
- En el estudio financiero se comprobó la pre-factibilidad de crear una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte.

Recomendaciones.

- Estudios de pre-factibilidad se desea implementar nuevos paquetes turísticos, y verificar si la inversión es viable y dará rentabilidad y no pérdida a la empresa.
- El estudio técnico debe ser enfocado no sólo a los procesos, proceso de comercialización; al optimizar el recurso, y donde se descuida la comercialización de paquete turístico se podría perder al cliente potencial.
- Si la propuesta del negocio crear una empresa que se dedique al turismo agrícola se recomienda hacer uso del estudio financiero, ya permite verificar y validar la viabilidad de la empresa y del proyecto.

Capítulo V

5 La propuesta

La propuesta del proyecto que los turistas locales conozcan los beneficios que otorga este proyecto, ya que se dan a conocer las riquezas de nuestras tierras.

5.1 Título de la propuesta

Viabilidad financiera para la creación de una empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte.

5.2 Autores de la propuesta

- Enmanuel Ecuador Alcivar Toala
- Junior Daniel Navia García

5.3 Empresa auspiciante

Ninguna.

5.4 Área que cubre la propuesta

El proyecto para ser puesto en marcha en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte en la zona rural de Portoviejo comprendiendo la mayor parte de turistas quienes visitan la playa de crucita, donde tendrá acogida el proyecto por parte de los turistas locales.

5.5 Fecha de presentación

Agosto 2020.

5.6 Fecha de terminación

Septiembre 2020

5.7 Duración del proyecto

El proyecto no tiene un límite de tiempo, donde va generar mayor beneficio económico de las personas locales de la zona y a su vez genera un beneficio social.

5.8 Participantes del proyecto

- Autores de la investigación;
- Recurso humano.
- Proveedores;
- Población de Portoviejo de la zona Urbana y Rural comprendida entre 18 y 65 años.

5.9 Objetivo general de la propuesta

Conocer la pre-factibilidad económica de empresa dedicada al turismo agrícola en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte.

5.10 Objetivo específico

- Proyectar los niveles de ingreso y egreso producto de la ejecución del proyecto.
- Elaborar los estados de situación y resultado proyectados en el horizonte de tiempo de vida útil del proyecto.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto.
- Determinar las ratios financieras a partir de los estados proyectados.

5.11 Beneficiarios directos

Autores del Proyecto

5.12 Beneficiarios indirectos

- Autores de la investigación
- Recurso humano.
- Proveedores;
- Población de Portoviejo de la zona Urbana y Rural comprendida entre 18 y 65 años.

5.13 Impacto de la propuesta

El proyecto busca tener un impacto de rentabilidad económica, generando un beneficio socio económico de la población, generando plazas de empleo, que los campesinos de la zona mejoren su calidad de vida, social y económica.

5.14 Descripción de la propuesta

El proyecto “Empresa que se dedique a turismo agrícola en el sector de San Jacinto” a ubicarse en la Zona de San Jacinto de Rocafuerte con la finalidad de ponerlo en marcha, dentro de la realización de esta propuesta se tomaron.

Tabla 23

Datos del Emprendimiento.

Nombre del emprendimiento	Empresa de turismo agrícola en San Jacinto de Rocafuerte.
Tasa de crecimiento producción	0,55%
Tasa de crecimiento del pvp	0,90%
Tasa de inflación	0,39%

El emprendimiento propuesto por los Investigadores del presente trabajo de investigación es la creación de una empresa dedicada al turismo en específico turismo agrícola en la zona San Jacinto de Rocafuerte, se pone en claro lo investigado del Instituto Nacional de Estadística y Censo del año 2019, de manera que se aclara la tasa de crecimiento de la producción un 0.55%; también el crecimiento del PVP (Precio de Venta al Público) de 0.90% y una tasa de inflación del 0,39%.

Tabla 24

Descripción de la tasa

Plazo préstamo en			
meses	49		
Tasa interés anual	15,00%	Tasa efectiva mensual	1,17%
Tasa de descuento	5,14%	Tasa interna de retorno	135,31%

Para el proyecto se establece adaptarse a un Préstamo a 48 meses, donde se observa que la tasa de interés anual es del 15.00%, tasa de descuento 5.14% y la tasa efectiva mensual 1.17%, tasa de retorno de la inversión del 135.31%; indica que el proyecto es viable y puede acoger más clientes, y se puede obtener mayor beneficio y ganancias, tendrá un margen de recuperación rápida de la inversión.

5.14.1 Ingresos

Tabla 25

Producción (en cantidad mensual).

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete turístico	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4826	4853	4880	4906
Total	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4826	4853	4880	4906

En la Tabla 25 se puede visualizar la producción mensual de la empresa durante los doce meses del primer año y posteriormente durante cinco años, esto admite analizar la cantidad de paquetes turísticos ofrecidos que se debe generar en el tiempo estipulado para que la empresa obtenga rentabilidad; por ello se maneja el mismo valor para cada mes, de forma que la empresa y sus colaboradores tendrán presente la cantidad mínima a ofrecer.

Tabla 26

Proyección de Ingresos (en USD).

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete Turístico	4800	4826	4853	4880	4906
PVP	\$ 65,00	\$ 65,59	\$ 66,18	\$ 66,77	\$ 67,37
Ingreso del paquete turístico	\$ 312.000,00	\$ 316.539,44	\$ 321.144,93	\$ 325.817,43	\$ 330.557,91
Ingresos totales	\$ 312.000,00	\$ 316.539,44	\$ 321.144,93	\$ 325.817,43	\$ 330.557,91

En la Tabla se encuentra la proyección de Ingresos por año que debe tener la empresa de turismo agrícola y el precio de venta al público.

Dentro de la ejecución de contenido proyección se tomó información de la Tabla 23 y las tasas expuestas en la Tabla 24 para así obtener información acertada en la económica del mercado escogido.

5.14.2 Costos materiales directos

Tabla 27

Costos y Gastos (materia prima).

Descripción	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gasolina	Unidad	400	\$ 1,10	\$ 440,00
Leña para la fogata	Unidad	400	\$ 15,00	\$ 415,00
Horno de leña	Unidad	400	\$ 2,00	\$ 800,00
Costo variable total				\$ 1.655,00
Costo variable unitario				\$ 4,14

Se observa el costo de cada uno de los productos usados en la empresa agroturística; el precio unitario de cada materia prima y el costo total de la cantidad se hará uso y que se determinó en la *Tabla 27*.

Tabla 28*Sueldos y Salarios.*

Cargo	Cantidad	Sueldo	13ro	14to	Aporte patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
Chef	1	\$ 840,00	\$ 70,00	\$ 33,33	\$ 102,06	\$ 70,00	\$ 0,00	\$ 1.115,39	\$ 1.115,39
Auxiliar de Chef	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 0,00	\$ 677,42	\$ 677,42
Servicio al Cliente	2	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 0,00	\$ 1.063,87	\$ 2.127,73
Gerente	1	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 33,33	\$ 109,35	\$ 75,00	\$ 0,00	\$ 1.192,68	\$ 1.192,68
Guía turístico 2	2	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 0,00	\$ 1.063,87	\$ 2.127,73
Guía turístico 2	1	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 0,00	\$ 1.063,87	\$ 1.063,87
Gasto sueldos y salarios	8	\$ 4.640,00	\$ 386,67	\$ 33,33	\$ 563,76	\$ 386,67	\$ 0,00	\$ 6.177,09	\$ 8.304,83

Se puede observar en la tabla que los sueldos de los empleados de la empresa, el valor total a recibir el décimo tercero y cuarto sueldo, el aporte patronal, los fondos de reservas, y el total del sueldo más beneficios y el gasto mensual que lleva la empresa.

Tabla 29*Gasto Mensual de la Mano de Obra.*

Mano de obra directa	6.304,85
Mano de obra indirecta	1.735,98

En la Tabla se muestra el gasto mensual de la Mano de Obra desglosada ya sea directa que indirecta.

Tabla 30*Servicios Básicos.*

Descripción	Gasto mensual
Agua	16,00
Energía eléctrica	20,00
Internet	30,00
Teléfono	25,00
Gasto servicios básicos	\$ 91,00

Se observa los servicios básicos que tiene la empresa y el gasto mensual de la misma

Tabla 31*Estado de Costos de producción Proyectados*

Materia Prima Directa		
Inventario Inicial de Materia Prima		-
Compras	7.240,00	
Fletes	-	7.240,00
Material Disponible		7.240,00
Menos: Inventario Final		
Material Utilizado en Producción		7.240,00
Menos: Inventario Final de Materia Prima		-
Materia Prima Directa (Utilizada)		7.240,00
Mano de Obra Directa		
Sueldos de Fabricación		6.304,85
Menos: Mano de Obra Indirecta		
Mano de Obra Directa		6.304,85
Mano de Obra Indirecta		1.735,98
Servicios Básicos		91,00
Transporte		12,00
Publicidad		700,00
Depreciación		369,55
Costos Indirectos de Fabricación		2.908,52
Costos de Productos Fabricados		16.453,37
Unidades Producidas		524,00
Costo unitario de producción		\$ 0,03

Se muestra el valor de sus gastos de la empresa de turismo agrícola, es el costo unitario de cada producto y que se observa en cada proceso productivo y la misma preparación de todas; y varía en la materia prima, y lo otro lo compensa de los costos.

Tabla 32*Gastos Totales.*

Descripción	Mensual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto sueldos y salarios	\$ 8.304,83	\$ 99.657,92	\$ 100.046,59	\$ 100.436,77	\$ 100.828,47	\$ 101.221,70
Gasto servicios básicos	\$ 91,00	\$ 1.092,00	\$ 1.096,26	\$ 1.100,53	\$ 1.104,83	\$ 1.109,14
Gasto combustible	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 144,56	\$ 145,13	\$ 145,69	\$ 146,26
Gasto arriendo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto publicidad	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 8.432,76	\$ 8.465,65	\$ 8.498,66	\$ 8.531,81
Otros gastos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Subtotal gastos	\$ 9.107,83	\$ 109.293,92	\$ 109.720,17	\$ 110.148,07	\$ 110.577,65	\$ 111.008,91
% Imprevistos	3%					
Total, de gastos	\$ 9.381,06	\$ 112.572,74	\$ 113.011,77	\$ 113.452,52	\$ 113.894,98	\$ 114.339,17
Costo fijo unitario		\$ 23,45	\$ 23,42	\$ 23,38	\$ 23,34	\$ 23,30

En la tabla 32 de Gastos Totales se observa que la empresa por mes y el total individual disperso en un periodo de cinco años, los gastos de sueldos y salarios, servicios básicos, combustible, transporte, arriendo, publicidad y gastos extras.

Tabla 33*Depreciación y Amortización.*

Descripción	Años depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo fijo						
Edificio	20	\$ 3.014,94	\$ 3.014,94	\$ 3.014,94	\$ 3.014,94	\$ 3.014,94
Vehículo	5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Maquinaria y equipos	10	\$ 121,60	\$ 121,60	\$ 121,60	\$ 121,60	\$ 121,60
Equipos de oficina	10	\$ 553,00	\$ 553,00	\$ 553,00	\$ 553,00	\$ 553,00
Muebles y enseres	10	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00
Otros activos fijos	2	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total, depreciación		\$ 4.434,54	\$ 4.434,54	\$ 4.084,54	\$ 4.084,54	\$ 4.084,54
Activo diferido						
Gasto de constitución	5	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76
Total amortización		\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76

Entre los gastos que incurren en el estudio de factibilidad encontramos los activos depreciados o amortizados para determinar la vida útil de los bienes de la empresa en el lapso de cinco años.

Tabla 34*Inversión.*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	% participación
Capital de trabajo	\$ 11.036,06						\$ 11.036,06	13,30%
Activo fijo	\$ 71.694,80						\$ 71.694,80	86,38%
Edificio	\$ 60.298,80						\$ 60.298,80	
Vehículo							\$ 0,00	
	\$							
Maquinaria y equipos	1.216,00						\$ 1.216,00	
	\$							
Equipos de oficina	5.530,00						\$ 5.530,00	
Muebles y enseres	\$ 3.950,00						\$ 3.950,00	
Terreno							\$ 0,00	
Otros activos fijos	\$ 700,00						\$ 700,00	
Activo diferido	\$ 58,80						\$ 58,80	0,07%
Gasto de constitución	\$ 58,80						\$ 58,80	
Otros activos	\$ 208,00						\$ 208,00	0,25%
Marcas y patentes	\$ 208,00						\$ 208,00	
Inversión total	\$ 82.997,66	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 82.997,66	100,00%

En la tabla anterior se encuentran proyectadas las inversiones realizadas por la empresa desde el año de inicio hacia cinco años, donde se visualiza que no habrá más inversiones durante ese tiempo y el valor total del costo de cada tipo de inversión que es de \$82.997,66 junto al

porcentaje de participación para Capital de Trabajo del 13.30%, 86.38% para Activo Fijo, 0.07% en Activo Diferido y 0.25% en otros activos; completando así el 100% de participación.

Tabla 35

Inversión.

Descripción	% participación
Capital de trabajo	13,30%
Activo fijo	86,38%
Activo diferido	0,07%
Otros activos	0,25%
Total	100,00%

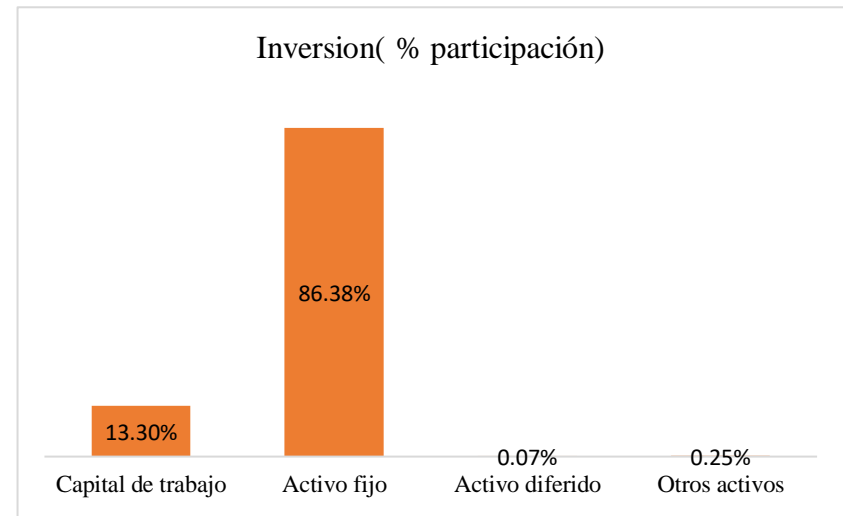


Figura 17 *Inversión.*

Tabla 36*Capital Trabajo.*

Descripción	Previsión	Total, mes	Total
Materia prima		1 \$ 1.655,00	\$ 1.655,00
Gastos		1 \$ 9.381,06	\$ 9.381,06
Total, capital de trabajo		1 \$ 11.036,06	\$ 11.036,06

Empresa de turismo agrícola está compuesto por la materia prima y los gastos para la producción, lo que aumenta a \$1655.00 materia prima y \$9381.06; haciendo un total de \$11036.06 por mes.

Tabla 37*Estructura del Costo Total.*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo variable total	\$ 19.860,00	\$ 19.937,45	\$ 20.015,21	\$ 20.093,27	\$ 20.171,63
Costo fijo total	\$ 112.572,74	\$ 113.011,77	\$ 113.452,52	\$ 113.894,98	\$ 114.339,17
Costo total	\$ 132.432,74	\$ 132.949,23	\$ 133.467,73	\$ 133.988,25	\$ 134.510,81
Ingreso total	\$ 312.000,00	\$ 316.539,44	\$ 321.144,93	\$ 325.817,43	\$ 330.557,91
% Utilidad	135,59%	138,09%	140,62%	143,17%	145,75%

El costo variable total, costo fijo total y costo total; se muestra el ingreso total por año y el porcentaje de utilidad para la empresa, y se proyecta hacia cinco años.

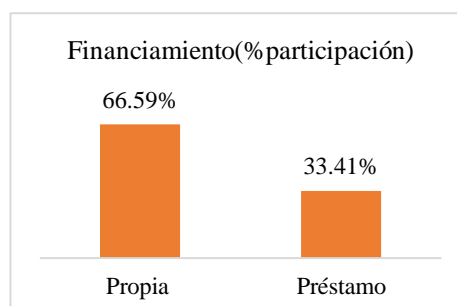
Tabla 38*Financiamiento.*

Descripción	Inversión	Fuente	
		Propia	Préstamo
Capital de trabajo	\$ 11.036,06	\$ 5.000,00	\$ 6.036,06
Activo fijo	\$ 71.694,80	\$ 50.000,00	\$ 21.694,80
Edificio	\$ 60.298,80		\$ 60.298,80
Vehículo	\$ 0,00		\$ 0,00
Maquinaria y equipos	\$ 1.216,00		\$ 1.216,00
Equipos de oficina	\$ 5.530,00		\$ 5.530,00
Muebles y enseres	\$ 3.950,00		\$ 3.950,00
Terreno	\$ 0,00		\$ 0,00
Otros activos fijos	\$ 700,00		\$ 700,00
Activo diferido	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 0,00
Gasto de constitución	\$ 58,80		\$ 58,80
Otros activos	\$ 208,00	\$ 208,00	\$ 0,00
Marcas y patentes	\$ 208,00		\$ 208,00
Financiamiento total	\$ 82.997,66	\$ 55.266,80	\$ 27.730,86
% Participación en	100,00%	66,59%	33,41%

En la tabla se observa las fuentes de financiamiento utilizadas para la adquisición de diversos activos como fijo, diferido y otros activos. También se muestra la fuente de donde proviene el financiamiento de cada activo descrito como lo son: Fuente Propia o Préstamos y el valor para cada uno de ellos.

Tabla 39*Financiamiento.*

Descripción	%porcentaje
Propia	66,59%
Préstamo	33,41%
Total	100,00%

**Figura 18** *Financiamiento.*

El porcentaje de participación para el financiamiento del proyecto el 33.41% está compuesta de un préstamo, que se obtuvo de un crédito en una institución financiera. Suma calidad ya que el origen de la inversión de un préstamo se transforma en pasivo a largo plazo y que conlleva los recursos financieros con un 66.59% que procede de Capital Propio.

5.14.3 Préstamo del proyecto

Tabla 40 Préstamo.

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 27.730,86	\$ 324,86	\$ 758,59	\$ 433,73
2	\$ 27.297,13	\$ 319,78	\$ 758,59	\$ 438,81
3	\$ 26.858,33	\$ 314,64	\$ 758,59	\$ 443,95
4	\$ 26.414,38	\$ 309,44	\$ 758,59	\$ 449,15
5	\$ 25.965,23	\$ 304,18	\$ 758,59	\$ 454,41
6	\$ 25.510,81	\$ 298,86	\$ 758,59	\$ 459,74
7	\$ 25.051,08	\$ 293,47	\$ 758,59	\$ 465,12
8	\$ 24.585,96	\$ 288,02	\$ 758,59	\$ 470,57
9	\$ 24.115,39	\$ 282,51	\$ 758,59	\$ 476,08
10	\$ 23.639,30	\$ 276,93	\$ 758,59	\$ 481,66
11	\$ 23.157,64	\$ 271,29	\$ 758,59	\$ 487,30
12	\$ 22.670,34	\$ 265,58	\$ 758,59	\$ 493,01
13	\$ 22.177,33	\$ 259,81	\$ 758,59	\$ 498,79
14	\$ 21.678,54	\$ 253,96	\$ 758,59	\$ 504,63
15	\$ 21.173,91	\$ 248,05	\$ 758,59	\$ 510,54
16	\$ 20.663,37	\$ 242,07	\$ 758,59	\$ 516,52
17	\$ 20.146,85	\$ 236,02	\$ 758,59	\$ 522,57
18	\$ 19.624,28	\$ 229,90	\$ 758,59	\$ 528,70
19	\$ 19.095,58	\$ 223,70	\$ 758,59	\$ 534,89
20	\$ 18.560,69	\$ 217,44	\$ 758,59	\$ 541,16
21	\$ 18.019,54	\$ 211,10	\$ 758,59	\$ 547,50
22	\$ 17.472,04	\$ 204,68	\$ 758,59	\$ 553,91
23	\$ 16.918,13	\$ 198,19	\$ 758,59	\$ 560,40
24	\$ 16.357,73	\$ 191,63	\$ 758,59	\$ 566,96
25	\$ 15.790,77	\$ 184,99	\$ 758,59	\$ 573,60
26	\$ 15.217,17	\$ 178,27	\$ 758,59	\$ 580,32
27	\$ 14.636,84	\$ 171,47	\$ 758,59	\$ 587,12
28	\$ 14.049,72	\$ 164,59	\$ 758,59	\$ 594,00
29	\$ 13.455,72	\$ 157,63	\$ 758,59	\$ 600,96
30	\$ 12.854,76	\$ 150,59	\$ 758,59	\$ 608,00
31	\$ 12.246,76	\$ 143,47	\$ 758,59	\$ 615,12
32	\$ 11.631,63	\$ 136,26	\$ 758,59	\$ 622,33
33	\$ 11.009,31	\$ 128,97	\$ 758,59	\$ 629,62
34	\$ 10.379,69	\$ 121,60	\$ 758,59	\$ 637,00
35	\$ 9.742,69	\$ 114,13	\$ 758,59	\$ 644,46
36	\$ 9.098,23	\$ 106,59	\$ 758,59	\$ 652,01
37	\$ 8.446,23	\$ 98,95	\$ 758,59	\$ 659,65
38	\$ 7.786,58	\$ 91,22	\$ 758,59	\$ 667,37
39	\$ 7.119,21	\$ 83,40	\$ 758,59	\$ 675,19
40	\$ 6.444,02	\$ 75,49	\$ 758,59	\$ 683,10
41	\$ 5.760,91	\$ 67,49	\$ 758,59	\$ 691,10
42	\$ 5.069,81	\$ 59,39	\$ 758,59	\$ 699,20
43	\$ 4.370,61	\$ 51,20	\$ 758,59	\$ 707,39
44	\$ 3.663,22	\$ 42,91	\$ 758,59	\$ 715,68
45	\$ 2.947,54	\$ 34,53	\$ 758,59	\$ 724,06
46	\$ 2.223,48	\$ 26,05	\$ 758,59	\$ 732,54
47	\$ 1.490,93	\$ 17,47	\$ 758,59	\$ 741,13
48	\$ 749,81	\$ 8,78	\$ 758,59	\$ 749,81
49	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total		\$ 8.681,57	\$ 36.412,44	\$ 27.730,86

En esta tabla se visualiza la tabla de amortización de la empresa a la adquisición del crédito en la institución financiera, y se visualiza el valor cotizado de \$27.730,86 a 48 meses plazo llegando a pagar de Interés \$8.681,57 y una cuota mensual de \$758,59.

Tabla 41

Resumen tabla de amortización.

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 27.730,86	\$ 3.549,58	\$ 9.103,11	\$ 5.553,53
2	\$ 22.177,33	\$ 2.716,55	\$ 9.103,11	\$ 6.386,56
3	\$ 15.790,77	\$ 1.758,56	\$ 9.103,11	\$ 7.344,54
4	\$ 8.446,23	\$ 656,88	\$ 9.103,11	\$ 8.446,23
5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total		\$ 8.681,57	\$ 36.412,44	\$ 27.730,86

La tabla mostrada presenta un pequeño resumen de la tabla de amortización, donde se observa el valor del capital, el interés anual, la cuota y el capital pagado.

Los valores corresponden a cinco años que duraría el crédito

5.14.4 Estados financieros

Tabla 42

Estado de situación financiera proyectado.

Estado de situación financiera proyectado							
Empresa de Turismo Agrícola							
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Activo	82.997,66	209.543,49	\$ 316.299,95	425.088,29	536.172,53	658.682,02	
Corriente	11.036,06	142.028,19	\$ 253.230,95	366.115,59	481.296,13	607.901,92	
Caja/bancos	11.036,06	142.028,19	\$ 253.230,95	366.115,59	481.296,13	607.901,92	
Fijo	71.694,80	\$ 67.260,26	\$ 62.825,72	58.741,18	54.656,64	50.572,10	
Edificio	60.298,80	\$ 60.298,80	\$ 60.298,80	60.298,80	60.298,80	60.298,80	
Dep. Ac. Edificio		-\$ 3.014,94	-\$ 6.029,88	9.044,82	12.059,76	15.074,70	
Vehículo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Dep. Ac. Vehículo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Maquinaria y equipos	\$ 1.216,00	\$ 1.216,00	\$ 1.216,00	\$ 1.216,00	\$ 1.216,00	\$ 1.216,00	
Dep. Ac. Maquinaria y equipos		-\$ 121,60	-\$ 243,20	-\$ 364,80	-\$ 486,40	-\$ 608,00	
Equipos de oficina	\$ 5.530,00	\$ 5.530,00	\$ 5.530,00	\$ 5.530,00	\$ 5.530,00	\$ 5.530,00	
Dep. Ac. Equipos de oficina		-\$ 553,00	-\$ 1.106,00	1.659,00	2.212,00	2.765,00	
Muebles y enseres	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	
Dep. Ac. Muebles y enseres		-\$ 395,00	-\$ 790,00	1.185,00	1.580,00	1.975,00	
Terreno	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Otros activos fijos	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	
Dep. Ac. Otros activos fijos		-\$ 350,00	-\$ 700,00	-\$ 700,00	-\$ 700,00	-\$ 700,00	
Diferido	\$ 58,80	\$ 47,04	\$ 35,28	\$ 23,52	\$ 11,76	\$ 0,00	
Gasto de constitución	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	
Amort. Ac. Gasto de constitución		-\$ 11,76	-\$ 23,52	-\$ 35,28	-\$ 47,04	-\$ 58,80	
Otros activos	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	
Marcas y patentes / software	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	
Pasivo	27.730,86	\$ 62.194,63	\$ 63.954,92	65.910,60	67.815,05	69.582,17	
Pasivo corrientes	-	-	-	-	-	-	
15% empleados		25.735,71	26.464,11	27.273,35	28.061,40	28.792,62	
Impuesto a la renta 25%		36.458,92	37.490,82	38.637,25	39.753,65	40.789,55	

Pasivo no corrientes	\$ 27.730,86	\$ 22.177,33	\$ 15.790,77	\$ 8.446,23	\$ 0,00	\$ 0,00
Préstamo a largo plazo	27.730,86	\$ 22.177,33	\$ 15.790,77	\$ 8.446,23	\$ 0,00	\$ 0,00
Patrimonio	\$ 55.266,80	\$ 164.643,56	\$ 277.116,01	\$ 393.027,75	\$ 512.288,70	\$ 634.657,34
Capital social	55.266,80	\$ 55.266,80	\$ 55.266,80	55.266,80	55.266,80	55.266,80
Utilidad retenida			\$ 109.376,76	221.849,21	337.760,95	457.021,90
Utilidad del ejercicio		109.376,76	\$ 112.472,45	115.911,74	119.260,95	122.368,64
Pasivo y patrimonio	\$ 82.997,66	\$ 226.838,18	\$ 341.070,93	\$ 458.938,35	\$ 580.103,75	\$ 704.239,51

Se determinó que el año cero obtuvo una cantidad de 82.997,66 en activo, en pasivo 27.730,86 por lo cual se tiene un total de 55.266,80 en patrimonio, ya que la cantidad que se encuentra en el pasivo del Año cero es del préstamo, por ende, en el Año uno se obtiene en el activo una cantidad de \$209.543,49, se retiene utilidad. Se observó un crecimiento del activo que da una cantidad de \$316.299,95, se obtiene en este año una utilidad retenida de \$109.376,76 y la utilidad de \$112.472,45.

Tabla 43

Estado de resultados proyectado.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operativos	\$ 312.000,00	\$ 316.539,44	\$ 321.144,93	\$ 325.817,43	\$ 330.557,91
Ventas	312.000,00	316.539,44	321.144,93	325.817,43	330.557,91
Gastos operativos	\$ 136.879,04	\$ 137.395,53	\$ 137.564,03	\$ 138.084,55	\$ 138.607,11
Costo variable total	\$ 19.860,00	\$ 19.937,45	\$ 20.015,21	\$ 20.093,27	\$ 20.171,63
Gasto sueldos y salarios	\$ 99.657,92	\$ 100.046,59	\$ 100.436,77	\$ 100.828,47	\$ 101.221,70
Gasto servicios básicos	\$ 1.092,00	\$ 1.096,26	\$ 1.100,53	\$ 1.104,83	\$ 1.109,14
Gasto combustible	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte	\$ 144,00	\$ 144,56	\$ 145,13	\$ 145,69	\$ 146,26
Gasto arriendo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Gasto publicidad	\$ 8.400,00	\$ 8.432,76	\$ 8.465,65	\$ 8.498,66	\$ 8.531,81
Otros gastos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos imprevistos	\$ 3.278,82	\$ 3.291,60	\$ 3.304,44	\$ 3.317,33	\$ 3.330,27
Gasto depreciación	\$ 4.434,54	\$ 4.434,54	\$ 4.084,54	\$ 4.084,54	\$ 4.084,54
Gasto amortización	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76
Utilidad/pérdida operativa	\$ 175.120,96	\$ 179.143,92	\$ 183.580,91	\$ 187.732,88	\$ 191.950,81
Gasto financiero	\$ 3.549,58	\$ 2.716,55	\$ 1.758,56	\$ 656,88	\$ 0,00
Utilidad/perdida bruta	\$ 171.571,38	\$ 176.427,37	\$ 181.822,34	\$ 187.076,00	\$ 191.950,81
	\$	\$	\$	\$	\$
15% empleados	25.735,71	26.464,11	27.273,35	28.061,40	28.792,62
Impuesto a la renta 25%	\$ 36.458,92	\$ 37.490,82	\$ 38.637,25	\$ 39.753,65	\$ 40.789,55
Utilidad/perdida del ejercicio	\$ 109.376,76	\$ 112.472,45	\$ 115.911,74	\$ 119.260,95	\$ 122.368,64

Las ventas del año uno al cinco fue incrementando la cantidad del año uno es de \$312.000,00 y del año cinco de \$330.557,91 se obtuvo un promedio de crecimiento de 4,5% por año. Los gastos operativos aumentan del año uno al cinco con un promedio de 1.35% y 1.38%, teniendo como cantidad del año uno \$136.879,04 y del año cinco \$138.607,11 estas cantidades abarca todos los gastos diferentes. Existe un gasto financiero en el año uno por el préstamo.

5.14.5 Flujo de efectivo

Tabla 44

Flujo de fondo proyectado.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Fuentes	82.997,66	312.000,00	316.539,44	321.144,93	325.817,43	330.557,91
Ventas		312.000,00	316.539,44	321.144,93	325.817,43	330.557,91
Aporte de capital	55.266,80					
Préstamo	27.730,86					
Usos	82.997,66	203.730,47	206.007,26	208.481,44	210.906,41	204.092,97
Para inversión	82.997,66	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital de trabajo	11.036,06	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo fijo	71.694,80	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo diferido	\$ 58,80	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros activos	\$ 208,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Para costos y gastos		203.730,47	206.007,26	208.481,44	210.906,41	204.092,97
Costo variable total		19.860,00	19.937,45	20.015,21	20.093,27	20.171,63
Gasto sueldos y salarios		99.657,92	100.046,59	100.436,77	100.828,47	101.221,70
Gasto servicios básicos		\$ 1.092,00	\$ 1.096,26	\$ 1.100,53	\$ 1.104,83	\$ 1.109,14
Gasto combustible		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte		\$ 144,00	\$ 144,56	\$ 145,13	\$ 145,69	\$ 146,26
Gasto arriendo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto publicidad		\$ 8.400,00	\$ 8.432,76	\$ 8.465,65	\$ 8.498,66	\$ 8.531,81
Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos imprevistos		\$ 3.278,82	\$ 3.291,60	\$ 3.304,44	\$ 3.317,33	\$ 3.330,27
Gasto financiero		\$ 3.549,58	\$ 2.716,55	\$ 1.758,56	\$ 656,88	\$ 0,00
15% empleados		25.735,71	26.464,11	27.273,35	28.061,40	28.792,62
Impuesto a la renta 25%		36.458,92	37.490,82	38.637,25	39.753,65	40.789,55
Pago de capital préstamo		\$ 5.553,53	\$ 6.386,56	\$ 7.344,54	\$ 8.446,23	\$ 0,00
Flujo de efectivo	\$ 0,00	108.269,53	110.532,19	112.663,50	114.911,02	126.464,94
Efectivo inicial	11.036,06	11.036,06	119.305,59	229.837,78	342.501,28	457.412,30
Efectivo final	11.036,06	119.305,59	229.837,78	342.501,28	457.412,30	583.877,24

En el año cero se realiza un préstamo de \$27.730,86 para la inversión de efectivo inicial y final de \$11.036,06. Se paga el préstamo lo que ocasiona que los costos y gastos se eleven en conjunto con las ventas del mismo año dando un flujo de efectivo de \$108.269,53 más el efectivo inicial del año cero quedando como efectivo final \$119.305,59. El flujo de efectivo del año dos es de \$110.532,19 y del año tres es de \$112.663,50 aumento en el año cuatro la cantidad es de \$114.911,02 el del año cinco es de \$126.464,94 aumento.

5.14.6 Evaluación económica

Punto de equilibrio

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo}}{PV-CVU} = \frac{\$112.572,74}{\$65-\$4,14} = \frac{\$112.572,74}{\$60,86} = \$1.849,70$$

La empresa debe captar al menos, 1.850 turistas anuales, para que el proyecto no genere pérdidas, aunque tampoco generará utilidades. Esto implica que, al año se debe generar un ingreso equivalente a US\$ 120.225,56, para alcanzar su punto de equilibrio.

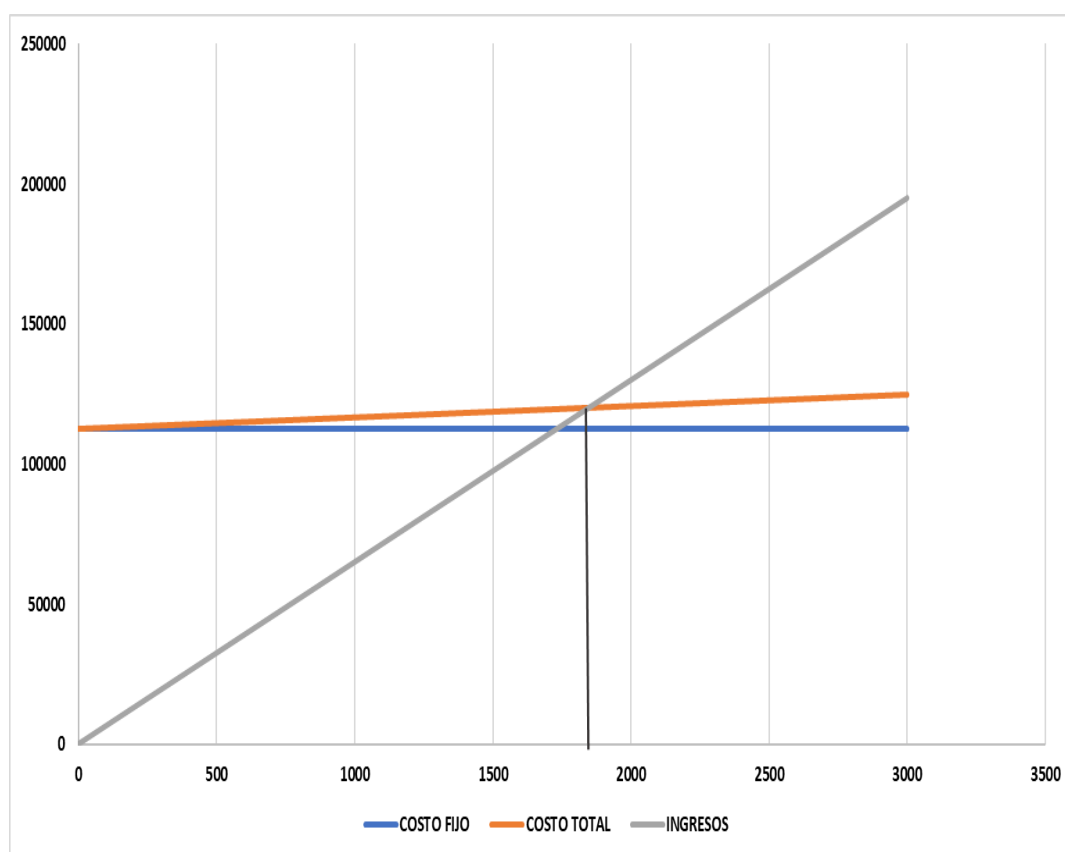


Figura 19. Punto de equilibrio.

5.14.7 Evaluación financiera

Tabla 45

Flujo de fondos proyectado.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	-\$					
Desventaja	82.997,66					
		\$	\$	\$	\$	
Ventaja	\$ 0,00	108.269,53	110.532,19	112.663,50	114.911,02	\$ 126.464,94
Valor residual						\$ 51.880,10
	-\$	\$	\$	\$	\$	
Flujo neto	82.997,66	108.269,53	110.532,19	112.663,50	114.911,02	\$ 178.345,04
Flujo actualizado	82.997,66	102.976,53	99.989,14	96.934,71	94.035,06	\$ 138.810,13
		Van				\$ 449.747,91
		B/c				6,418802216

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	-\$					
Desventaja	82.997,66					
		\$	\$	\$	\$	
Ventaja	\$ 0,00	111.819,10	113.248,74	114.422,06	115.567,91	\$ 126.464,94
Valor residual						\$ 51.880,10
	-\$	\$	\$	\$	\$	
Flujo neto	82.997,66	111.819,10	113.248,74	114.422,06	115.567,91	\$ 178.345,04
Flujo actualizado	82.997,66	47.520,43	20.453,24	\$ 8.782,19	\$ 3.769,60	\$ 2.472,20
		Tir				135,31%
						\$ 0,00 Van

Periodo de recuperación de la inversión (años)

0 años

9 meses

Valor Actual Neto.

Valor Presente Neto como un indicador que: “compara el valor actual de los flujos netos de entradas de efectivo con el valor del costo inicial, de un proyecto de desembolso de capital” (Welsch, 2005)

El Valor Actual Neto es un indicador que calcula la rentabilidad de un proyecto de inversión empleando la diferencia entre las salidas y entradas de dinero que suceden durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} + \frac{Q3}{(1+K)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1+K)^n}$$

$$VAN = -\$82.997.66 + \frac{\$108.296.53}{(1+0.0514)^1} + \frac{\$110.532.19}{(1+0.0514)^2} \\ + \frac{\$112.663.50}{(1+0.0514)^3} + \frac{\$114.911.02}{(1+0.0514)^4} + \frac{\$178.345.04}{(1+0.0514)^5}$$

$$VAN = -82.997.66 + \frac{\$108.296.53}{1.0514} + \frac{\$110.532.19}{1.10544196} + \frac{\$112.663.50}{1.162261677} \\ + \frac{\$114.911.02}{1.222001927} + \frac{\$178.345.04}{1.284812826}$$

$$VAN = -82.999.66 + 103002.22 + 99989.14 + 96934.71 + 94035.05 \\ + 138810.13$$

$$VAN = 449747.91$$

Se puede analizar que VAN del proyecto da el diagnóstico positivo, por lo que al ser mayor a cero es rentable por lo tanto los niveles riesgo disminuyen para realizar la inversión.

La Tasa Interna de Retorno.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a cero). La TIR es la máxima TD que puede obtener un proyecto para ser rentable ya que una tasa mayor generaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (K, Arturo, 2019)

$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1 + TIR)^1} + \frac{Q2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Q3}{(1 + TIR)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = -82.997,66 + \frac{111.819,10}{(1 + 135.31)^1} + \frac{113.248,74}{(1 + 135.31)^2} + \frac{114.422,06}{(1 + 135.31)^3} \\ + \frac{115.567,91}{(1 + 135.31)^4} + \frac{178.345,04}{(1 + 135.31)^5}$$

$$TIR = -82.977,66 + \frac{111.819,10}{136.31} + \frac{113.248,74}{18580.4161} + \frac{114.422,06}{2532696.519} + \frac{115.567,91}{345231862.4} \\ + \frac{178.345,04}{47058555170}$$

$$TIR = -82.977,66 + 820.32933962 + 6.09505941 + 0.0451779592 + \\ 0.0003347544725 + 0.000003789853712161898488$$

$$TIR = -82.977,66 + 82.977,66$$

$$TIR = 0$$

$$TIR = 135.31\%$$

La tasa Interna de retorno del proyecto es de 135.31 %, por ende, se determina que la inversión tendrá utilidades y el proyecto será económicamente viable.

Relación Beneficio/Costo.

Los ingresos y egresos netos del estado de resultado, se define el o los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto, al referirse a ingresos netos, se habla de aquellos que se recibirán en los años proyectados, se toman aquellas partidas que efectivamente generan salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. (Didier, Váquiro José C., 2010)

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (102.976,53 + 99.989,14 + 96.934,71 + 94.035,06 + 138.810,13))}{-82.997,66}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (532.745,57))}{-82.997,66}$$

$$R \frac{B}{C} = 449.747,91$$

El proyecto brindara como una relación beneficio/costo de 449.747,91 como se aprecia en la formula.

5.14.8 Ratios financieras

Incluir las ratios en los primeros estudios financieros tuvo como principal objetivo el investigar en qué medida representaban herramientas valiosas para el análisis financiero con fines básicamente descriptivos. Ya desde finales del siglo XIX hasta los años treinta, se mencionaba la posible capacidad de las ratios para predecir un fracaso financiero a corto plazo (falta de liquidez). (F, Lizarraga Dallo, 1996)

Grado de apalancamiento Operativo (GAO).

$$\text{GAO} = \frac{\text{Ventas-Costos variable}}{\text{Ventas-costo variable- costos fijos}}$$

$$\text{GAO} = \frac{\$312.000}{\$312.000 - \$19.860 - \$8.040,83}$$

$$\text{GAO} = 1.098208066$$

El grado de apalancamiento operativo establece, por cada unidad que se incrementa en las ventas, la utilidad de la empresa aumentará en un 1.098%.

Grado de apalancamiento financiero (GAF).

$$\text{GAF} = \frac{\text{Utilidad antes del impuesto e intereses}}{\text{Utilidad antes del impuesto e interés-intereses}}$$

$$\text{GAF} = \frac{\$175.120,96}{\$175.120,96 - \$3.549,58}$$

$$\text{GAF} = 1.02$$

Se puede determinar que el grado de apalancamiento financiero el resultado es de 1% y se eleva las utilidades antes del impuesto e intereses, la utilidad por acción sube en el 1.02%.

Grado de apalancamiento total (GAT)

$$\text{GAT} = \frac{\text{Ventas-costo variable}}{\text{Ventas-costo variable-costos fijos-intereses}}$$

$$\text{GAT} = \frac{\$312.000,00}{\$312.000,00 - \$109.376,76}$$

$$\text{GAT} = 1.5398$$

Dado al 1% se sube las ventas sube la utilidad por acción un 1.53%

Liquidez Corriente.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$11.036,06}{\$82.997,66}$$

$$\text{Liquidez corriente} = 0.13296832$$

La liquidez corriente muestra que, por cada dólar invertido, obtiene un pago de \$0.13 para respaldar su deuda.

Rotación de Activos totales.

$$\begin{aligned} \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\text{Venta}}{\text{Activos totales}} \\ \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\$312.000}{\$82997,66} \\ \text{Rotación de activos totales} &= 3.759142125 \end{aligned}$$

La rotación de activos ayuda a medir la eficiencia de la empresa de turismo agrícola y generar ingresos por medio de sus activos, donde se puede ver que la empresa rotó sus activos 3.75 veces durante el primer año.

Índice de endeudamiento.

$$\begin{aligned} \text{Índice de endeudamiento} &= \frac{\text{Nivel del pasivo}}{\text{Total, de activo}} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\$27,730,86}{\$82.997,66} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= 0.33411375 \end{aligned}$$

El índice de endeudamiento determinar tiene un 33.41 % con el cual puede responder antes sus pasivos.

Margen de Utilidad Bruta.

$$\begin{aligned} \text{Margen de utilidad bruta} &= \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}} \\ \text{Margen de utilidad bruta} &= \frac{\$171.571,38}{\$312.000,00} \\ \text{Margen de utilidad bruta} &= 0.54990826 \end{aligned}$$

Representa que por cada \$1.00 de ventas se obtiene el 54.99% y se determina que la empresa va a tener los fondos necesarios para los gastos, inversión y ahorro actual o futuro.

Margen de Utilidad operativa.

$$\begin{aligned} \text{Margen de utilidad operativa} &= \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}} \\ \text{Margen de utilidad operativa} &= \frac{\$175.120,96}{\$312.000,00} \\ \text{Margen de utilidad operativa} &= 0.56128512 \end{aligned}$$

Representa que por cada \$1,00 de ventas se obtiene el 56.12%.

Margen de Utilidad Neta.

$$\begin{aligned} \text{Margen de utilidad neta} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \\ \text{Margen de utilidad neta} &= \frac{\$109376,76}{\$312.000,00} \end{aligned}$$

$$\begin{array}{r} \$312000,00 \\ \text{Margen de utilidad neta} = \quad 0.35056653 \end{array}$$

Las ventas de la empresa de turismo agrícola generan un 35.05% de utilidades netas.

Rentabilidad económica (ROA).

$$\begin{array}{r} \text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total, de activos}} \\ \\ \text{ROA} = \frac{\$109.376,76}{\$82.997,66} \\ \\ \text{ROA} = 1.31782944 \end{array}$$

La rentabilidad económica expresa que la empresa tiene un beneficio logrado del 131.78% en su periodo y activos totales.

Rentabilidad Financiera (ROE).

$$\begin{array}{r} \text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio de los Accionistas}} \\ \\ \text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\$109.376,76}{\$55.266,80} \\ \\ \text{Rentabilidad Financiera} = 1.979068 \end{array}$$

Una empresa joven en el mercado en el primer año logra obtener 1.97 de Rentabilidad Financiera para ella y sus empleados

Tiempo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación de la inversión (años)	0 Años	9 meses
--	--------	---------

5.15 Importancia

El proyecto tiene una gran importancia para los autores de la investigación, tiene un impacto de beneficio económica y social, donde genera de trabajo para la los campesino de la zona, y ayuda a la economía del país. Este proyecto ayuda que los turistas locales de Ciudad de Portoviejo, los impacto a la ciudadanía de cuidar el medio ambiente, cultural, este proyecto ayudara a la zona Rural y Urbana para tenga la oportunidad de visitar y distraerse en un ambiente sumamente natural representado con todas las comodidades y atenciones prestadas, sin necesidad de dañar el medio ambiente.

5.16 Metas del proyecto

- Alcanzar el financiamiento necesario para darle comienzo al proyecto.
- Alcanzar las ventas planeadas y así lograr los ingresos mencionados para poder conservar proyecto.
- Lograr la aceptación deseada del Proyecto Agroturístico en la zona de San Jacinto de Rocafuerte.

5.17 Finalidad de la propuesta

El proyecto tiene como finalidad la implementación de un proyecto Agroturístico en la Zona de San Jacinto de Rocafuerte, que tiene como objetivo la obtención de un beneficio económico para los autores del proyecto y a su vez procura mejorar los contextos socioeconómicos de la población.

Referencias

- Aguilar, V. (2011). *Virgen Aguilar, et al, (2011), La promoción y publicidad como estrategia en la gestión de destinos turísticos*. Mexico: Trauco.
- Àvila, B. Y. (2005). Cuadernos de turismmo. Portoviejo, Manabi, Ecuador.
Recuperado el 3 de 12 de 2019
- C., L. F. (2004). *Mercadotecnia*. Mexico: McGraw-Hill.
- Carlos Sabino. (2020). *El proceso de la Investigación*.
Departamento Nacional de Planificacion . (12 de 4 de 2013). Obtenido de
<http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>
- Eddy Antonio, F. M. (2015). El turismo en ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Galega de Economia* , 73.
- Galàn, R. (2016). Creacion de una empresa de turismo . *Emprendedores*.
- Juan Ignacio Pulido, Manuel de la Calle. (2013). *Turismo Cultural*. España: Síntesis.
- Lamor, I. R. (2015). Analisis del desarrollo sostenible del Turismo en el Ecuador desde la perspectiva de la Economia. *Desarrollo local sostenible*.
- LIT-CI. (02 de Diciembre de 2019). *LIT-CI*. Obtenido de
<https://litci.org/es/menu/mundo/latinoamerica/ecuador/la-situacion-politica-ecuador/>

Marco normativo ambiental Ecuador. (12 de 06 de 2020). Obtenido de
<https://sites.google.com/site/marconormativoambiental/ecuador>

Martinez, F. (2004). *Turismo Rural en Galicia: Contribuciones al desarrollo* (1ra Ed. ed.). Recuperado el 3 de 12 de 2019

Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto. Evolucion, conceptos, componentes y clasificacion . *Vision Gerencial*, 136.

Riveros, H; Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima: iica-Prodar.

Rural, Desarrollo Turismo. (15 de 08 de 2020). Turismo Rural.

Sandoval S., E. R. (2006). *Ecoturismo: Operacion Tecnica y Gestion Ambiental*. Mexico: Trillas.

Subsecretaria de Gestion y desarrollo. (3 de 12 de 2019). *Emprende turismo 2019*.

Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>

Turismo, M. d. (2020). Plan estrategico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. *PlandeTour 2020*.

universo, E. (1 de Abril de 2019). *El universo*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019>

Apéndice

APÉNDICE A

Encuesta

Nombres: Enmanuel Alcivar / Daniel Navia

Carrera: Gestión Empresarial. Encuesta a: _____

Objetivo General: Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada al Turismo Agrícola en el Sector de San Jacinto de Rocafuerte.

Edad:

Domicilio:

Sexo:

Nivel de estudio:

1. Su interés por la por el turismo agrícola es:

Alta

Media

Baja

2. ¿De qué manera evalúa usted el nivel económico actual?

Alta

Media

Baja

3. ¿Según su criterio, existen empresas dedicada al turismo agrícola en la zona de Rocafuerte?

Si No

4. ¿Qué atractivo turístico desea que tenga la empresa de turismo agrícola?

Comidas tradicionales Caminatas largas Juegos tradicionales

5. ¿Le gustaría conocer los beneficios que da el agroturismo?

Si No

6. ¿El sector San Jacinto de Rocafuerte posee atractivos culturales y naturales para el desarrollo de la actividad turística?

Si No

7. ¿Usted ha visitado lugares que ofrezcan turismo agrícola?

Si No

8. ¿Existe interés por parte del turista local?

Si No

9. ¿Le gustaría participar activamente en proceso de preparación de comidas tradicionales Manabitas, junto a campesinos de la zona?

Si No

10. ¿Le gustaría realizar paseos a caballo, como parte de la oferta de un destino turístico agrícola?

Si No

APÉNDICE B

Fotografías de encuestas



Figura 21 Encuesta realizada a estudiante de la UTM.



Figura 23 Encuesta realizada a estudiantes.



Figura 20 Encuesta realizada a estudiantes.

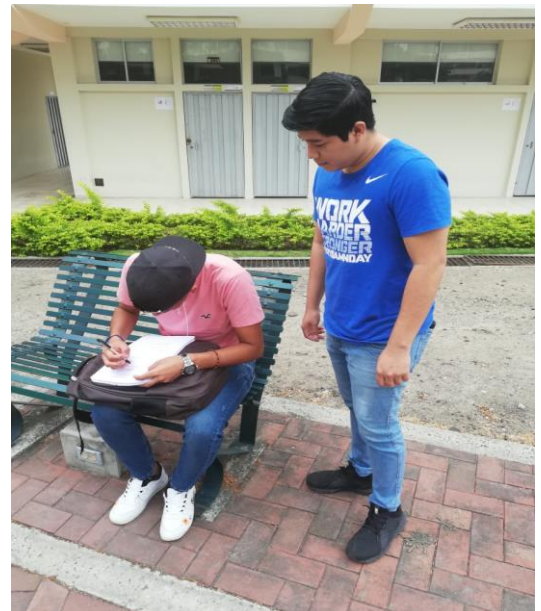


Figura 22 Encuesta realizada a estudiante de la UTM.